

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Perbankan sebagai salah satu lembaga keuangan mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan suatu Negara seperti Negara Indonesia yang sedang berkembang. Peran strategis bank tersebut disebabkan oleh fungsi utama bank sebagai lembaga yang dapat menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat secara efektif dan efisien. Sebagai lembaga perantara antara pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana.<sup>1</sup>

Akan tetapi untuk mengakses sumber pendanaan dari bank, bagi masyarakat menengah kebawah dan pengusaha mikro mengalami kesulitan. Hal ini disebabkan karena terbentur pada sistem dan prosedur perbankan yang berlaku dan terkesan rumit sehingga mereka tidak mampu untuk memenuhi prosedur perbankan tersebut, Selain itu, banyaknya lembaga keuangan mikro yang hanya mengejar target pendapatan masing-masing, sehingga tujuan yang lebih besar sering terabaikan, khususnya dalam pengembangan ekonomi masyarakat bawah. Padahal

---

<sup>1</sup> Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2014, hlm. 259

lembaga keuangan mikro mempunyai posisi strategis dalam pengembangan ekonomi masyarakat kelas bawah melihat fenomena tersebut PINBUK (Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil) merasa prihatin terhadap kondisi usaha kecil dan menengah sehingga mulai merumuskan sistem keuangan yang lebih sesuai dengan kondisi usaha kecil dan sesuai dengan prinsip syariah Islam. Alternatif tersebut dengan terealisasinya BMT (*Baitul Maal wat Tamwil*) dikalangan masyarakat.

BMT merupakan lembaga keuangan syariah bukan bank yang berdiri sendiri berdasarkan syariah Islam dan bergerak dalam upaya memberdayakan umat, Dari segi namanya “*Baitul Maal*” berarti lembaga sosial yang bergerak dalam bidang penggalangan zakat, infaq, sodaqah, dan dana sosial lainnya. Sedangkan “*Baitul Tamwil*” berarti lembaga bisnis yang menjadi penyangga operasional BMT. *Baitul Tamwil* ini bergerak dalam penggalangan dana masyarakat dalam bentuk pinjaman dan pembiayaan usaha dengan sistem jual beli, bagi hasil, maupun jasa.<sup>2</sup>

Selain itu, BMT juga melakukan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas

---

<sup>2</sup> Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal wat Tamwil*, cet.1, Yogyakarta: UII Press. 2005, hlm. 126

ekonomi pengusaha mikro dan kecil dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi.<sup>3</sup>

Strategi perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang. Usaha ini hanya dapat dilakukan apabila perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualannya.

Strategi pemasaran adalah rencana yang menyaluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Oleh karena itu, penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisis lingkungan dan internal perusahaan melalui analisis kelebihan dan kelemahan perusahaan, serta analisis dari ancaman yang dihadapi perusahaan.

Hasil evaluasi ini bertujuan untuk menentukan apakah strategi yang sedang dipakai ini merupakan strategi yang sudah tepat atau harus diubah, hal ini sekaligus akan digunakan untuk

---

<sup>3</sup> M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, cet.1, Solo: PT. Era Adicitra Intermedia, 2011, hlm.377

menyusun dan menentukan strategi yang akan digunakan dimasa yang akan datang.

BMT dalam hal ini perlu memperhatikan dan menerapkan pemasaran sebagai hal yang sangat penting. Konsep pemasaran merupakan kunci dalam mencapai tujuan. KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran merupakan salah satu lembaga keuangan yang bergerak dibidang syariah. Salah satu produk KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran yaitu pembiayaan terhadap UMKM yang banyak diminati oleh nasabah. Dalam menjalankannya memerlukan strategi yang tepat agar dapat diterima oleh masyarakat.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul **“Strategi Pemasaran Pembiayaan Mudharabah terhadap UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di KSPPS BMT AL-Hikmah Ungaran”** sebagai bahan penelitian dalam rangka penyusunan Tugas Akhir guna melengkapi persyaratan menyelesaikan Program Studi D3 Perbankan Syariah.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Dalam penelitian ini penulis mengambil beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran pembiayaan mudharabah terhadap UMKM di KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran?

2. Apa kendala-kendala yang dihadapi KSPPS BMT Al-Hikmah Ungaran dalam memasarkan produk pembiayaan mudharabah terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah?

### **1.3. Tujuan dan Manfaat Hasil Penelitian**

#### 1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi apa saja yang dapat dilakukan dalam memasarkan pembiayaan mudharabah terhadap UMKM di KSPPS BMT Al-Hikmah.
2. Untuk memahami apa saja kendala-kendala yang dapat terjadi didalam memasarkan produk pembiayaan mudharabah terhadap UMKM di KSPPS BMT Al-Hikmah.

#### 1.3.2. Manfaat Penelitian

Manfaat adanya penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis
  - a. Memperluas wawasan dan mengembangkan pengetahuan mengenai strategi pemasaran pada produk pembiayaan terhadap UMKM.
  - b. Memberikan pemahaman mengenai kendala-kendala apa saja yang dapat terjadi dalam memasarkan produk pembiayaan terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

2. Bagi UIN Walisongo
  - a. Memperkenalkan UIN Walisongo kepada masyarakat luas dan sebagai tambahan referensi serta informasi khususnya bagi mahasiswa D3 Perbankan Syariah.
  - b. Sebagai tambahan informasi mengenai pembiayaan terhadap UMKM dan kendala-kendala yang dapat terjadi dan cara penanganannya.
  - c. Sebagai tambahan guna menyempurnakan materi perkuliahan.
  - d. Dapat menjalin kerjasama yang baik antara UIN Walisongo Semarang dengan BMT Al-Hikmah Ungaran.
3. Bagi BMT Al-Hikmah Ungaran
  - a. Dapat dijadikan referensi untuk menetapkan strategi pemasaran pada produk pembiayaan terhadap UMKM.
  - b. Dapat mempererat silaturahmi antara BMT Al-Hikmah Ungaran dengan UIN Walisongo Semarang.
4. Bagi Pembaca

Sebagai tambahan wawasan dan informasi tentang strategi yang digunakan dalam memasarkan produk pembiayaan terhadap UMKM dan cara menangani

kendala-kendala yang terjadi khususnya di BMT Al-Hikmah Ungaran.

#### **1.4. Tinjauan Pustaka**

Adapun yang menjadi telaah pustaka untuk menunjang dan sebagai bahan masukan dalam penyusunan dan penyelesaian Tugas Akhir, penulis menggunakan beberapa penelitian yang sebelumnya telah dibahas dan hampir sama dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

*Pertama*, Tugas Akhir yang disusun oleh Susilani Rahayu, Jurusan D3 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang pada tahun 2015 dengan Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Rencana Mega Syariah” yang menyimpulkan bahwa rencana pemasaran tersebut ditawarkan kepada nasabah atau masyarakat sesuai dengan kebutuhan di setiap masing-masing produk. Strategi pemasaran pada Bank Mega Syariah ditentukan pada lama waktunya dan semua itu tergantung dari hasil target yang didapatkan. Pemasaran yang dilakukan dengan melakukan presentasi atau pembagian brosur kepada masyarakat atau secara tidak langsung marketing memperkenalkan kepada orang-orang yang ada disekitarnya. Rencana Mega Syariah menggunakan sistem yang sama dengan BMT yaitu sistem jemput bola, sehingga Bank dan nasabah akan sama-sama diuntungkan dan dimudahkan dalam prosesnya.

*Kedua*, Tugas Akhir yang disusun oleh Rizki Wulandari, Jurusan D3 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang pada tahun 2016 dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Mikro Dalam Menarik Calon Nasabah Baru di Bank Syariah Mandiri KCP Ungaran” yang menyimpulkan bahwa dalam memasarkan produk pembiayaan terdapat beberapa kendala yang dapat menghambat proses dalam mencari nasabah baru yaitu kurangnya pengetahuan dan kepercayaan calon nasabah tentang Bank Syariah dan akad-akad yang digunakan dalam pembiayaan mikro, dan masih banyak nasabah yang lebih loyal kepada Bank Konvensional, karena mereka menganggap keduanya sama hanya nama saja yang membedakan.

Dan peneliti lain yang disusun oleh Siska Widyastuti, jurusan D3 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang tahun 2015 yang berjudul “Analisis Penerapan Strategi Promosi dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah KSPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Juwana” yang didalamnya menyimpulkan bahwa dalam mempromosikan produk layanannya, KSPS BMT Ummat Sejahtera memanfaatkan setiap alat promosi yang ada untuk memperkenalkan produk-produknya. Dengan menggunakan pendekatan penjualan personal dan hubungan masyarakat sebagai alat promosi utamanya, karyawan akan lebih bisa mengambil hati masyarakat dan lebih ahli dalam membina hubungan baik dengan masyarakat. Dimana data terakhir menunjukkan jumlah anggota

*lending* dan *funding* selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya menunjukkan bahwa strategi promosi yang digunakan sudah tepat.

## **1.5. Metode Penelitian**

### 1.5.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dari laporan ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Dimana penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang mendeskripsikan suatu peristiwa dan kejadian yang terjadi. Melalui penelitian tersebut, penulis akan mendeskripsikan peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian sehingga dapat menggali data-data yang ada.

### 1.5.2. Sumber Data

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan sumber data dari :

#### 1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukur atau pengambilan data langsung pada sumber objek sebagai sumber informasi yang dicari.<sup>4</sup>Dari data tersebut penulis mengumpulkan data

---

<sup>4</sup> Saiffudin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: PustakaPelajar, 2005, hlm. 9

dan gambaran umum tentang BMT Al-Hikmah Ungaran dengan interview dengan manajer dan karyawan BMT Al-Hikmah Ungaran.

## 2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian yang bersifat publik, yang terdiri atas struktur organisasi, dan kearsipan, dokumen, laporan-laporan serta buku-buku, dan lain sebagainya yang berkaitan dengan penelitian ini.<sup>5</sup> Dengan sumber data tersebut, penulis mendapatkan data dari aplikasi pembiayaan, prosur-brosur, file-file dan buku catatan yang ada di BMT Al-Hikmah Ungaran.

### 1.5.3. Metode Pengumpulan Data

#### 1. Observasi

Metode ini merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja panca indera mata serta dibantu dengan panca indera yang lainnya.<sup>6</sup> Penulis melakukan pengamatan terhadap hal-hal yang berhubungan dengan penulisan Tugas Akhir.

---

<sup>5</sup> Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010, hlm. 79

<sup>6</sup> Burhan Bungis, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005, hlm. 133

## 2. Wawancara

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab sepihak, yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian. Tanya jawab tersebut dilakukan oleh dua orang atau lebih secara fisik dan masing-masing pihak dapat menggunakan saluran-saluran komunikasi secara wajar dan lancar.<sup>7</sup> Wawancara dilakukan dengan cara tanya jawab dengan pihak-pihak yang terkait, antara lain adalah manajer dan marketing BMT Al-Hikmah Ungaran

## 3. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya.<sup>8</sup> Dalam hal ini penulis mencari data tentang hal-hal yang berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian.

### **1.6. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah penelitian ini akan disusun dalam lima bab dengan tahapan sebagai berikut :

---

<sup>7</sup> Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, Yogyakarta: Andi Offset, 2014, hlm. 218

<sup>8</sup> Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, cet.12, Jakarta: PT. Renika Cipta, 2002, hlm. 206

**BAB I                   PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan diuraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian serta sistematika penulisan.

**BAB II                   LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini diuraikan landasan teori yang menjadi dasar pembuatan Tugas Akhir.

**BAB III                GAMBARAN UMUM TENTANG BMT  
AL-HIKMAH UNGARAN**

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai gambaran umum profil perusahaan BMT Al-Hikmah Ungaran, sejarah berdirinya, visi misi, prinsip organisasi, nilai-nilai perusahaan, struktur organisasi dan produk-produk BMT Al-Hikmah Ungaran.

**DAFTAR PUSTAKA****LAMPIRAN**