

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sistem Perbankan di Indonesia diatur dalam Undang-Undang No. 7 tahun 1992 (diubah dengan Undang-Undang No. 10 tahun 1998) tentang Perbankan. Dalam undang-undang tersebut diatur dengan rincian dasar hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah. Undang-Undang tersebut juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan mengkonversi diri secara total menjadi bank syariah. Peluang tersebut ternyata disambut antusias oleh masyarakat perbankan. Sejumlah bank mulai memberikan pelatihan dalam bidang perbankan syariah bagi para stafnya. Sebagian bank tersebut ingin menjajaki untuk membuka devisi atau cabang dalam institusinya. Sebagian lainnya bahkan berencana mengkonversi diri sepenuhnya menjadi bank syariah.¹

Peran dan kinerja perbankan tidak akan optimal tanpa didukung oleh sistem keuangan yang tangguh. Sistem keuangan merupakan kumpulan lembaga-lembaga keuangan (bank, lembaga asuransi, dan sebagainya), berbagai kebijakan pemerintah dalam bidang ekonomi keuangan, yang disusun sedemikian rupa untuk memperlancar segala transaksi keuangan yang berlangsung, yang mendukung terjadinya transaksi-transaksi keuangan di suatu negara demi kemajuan perekonomian negara tersebut.

Menurut SK Menkeu RI No. 792 tahun 1990, lembaga keuangan adalah suatu badan yang kegiatannya bidang keuangan, melakukan penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat terutama guna membiayai investasi perusahaan. Meski dalam peraturan tersebut lembaga keuangan diutamakan untuk membiayai investasi perusahaan, namun tidak berarti membatasi kegiatan pembiayaan lembaga keuangan. Dalam kenyatannya, kegiatan usaha

¹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani, 2001, h. 26.

lembaga keuangan bisa diperuntukkan bagi investasi perusahaan, kegiatan konsumsi, dan kegiatan distribusi barang dan jasa. Bila lembaga keuangan tersebut disandarkan kepada syariah, maka menjadi lembaga keuangan syariah. Lembaga keuangan syariah adalah suatu perusahaan yang usahanya bergerak di bidang jasa keuangan yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah.²

Peran lembaga keuangan syariah di antaranya memenuhi kepentingan dan kebutuhan masyarakat akan dana sebagai sarana untuk melakukan kegiatan ekonomi yang sesuai dengan prinsip syariah (menghilangkan unsur-unsur yang dilarang dalam Islam seperti *riba*, *gharar*, *maysir*). Untuk mewadahi kepentingan masyarakat yang belum tersalurkan oleh jasa perbankan Islam, maka telah dibentuk beberapa institusi keuangan non-bank dengan prinsip yang dibenarkan oleh syariah Islam, yaitu *baitul maal wattamwil* (BMT); asuransi syariah (*takaful*), reksadana syariah, pasar modal syariah; pegadaian syariah (*rahn*); lembaga zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf. Dengan hadirnya berbagai lembaga keuangan non-bank tersebut, maka ide terhadap penghapusan riba dari perekonomian akan lebih efektif dan mendorong efisiennya sistem keuangan.

Baitul maal wat tamwil atau biasa disebut dengan BMT, dari segi bahasa berarti rumah uang dan (rumah) pembiayaan. *Baitul maal wat tamwil* mempunyai dua istilah, yaitu *baitul maal* dan *baitul tamwil*. *Baitul maal* adalah lembaga keuangan berorientasi sosial keagamaan yang kegiatan utamanya menampung serta menyalurkan harta masyarakat berupa zakat, infaq, dan shadaqah (ZIS) berdasarkan ketentuan yang telah ditetapkan Al-Qur'an dan sunnah Rasul-Nya. Sedangkan *baitul tamwil* adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menghimpun dana masyarakat dalam bentuk tabungan (simpanan) maupun deposito dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip syariah melalui mekanisme yang lazim dalam dunia perbankan.³

² Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015, Cet. 1, h. 1.

³ Makhalul Ilmi, *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2002, h. 65.

Salah satu kegiatan penghimpunan dana pada BMT yaitu dalam bentuk deposito. Deposito merupakan simpanan berjangka yang menggunakan akad *mudharabah*. Deposito *mudharabah* atau deposito investasi *mudharabah* merupakan investasi melalui simpanan pihak ketiga (perseorangan atau badan hukum) yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu jatuh tempo, dengan mendapatkan imbalan bagi hasil.⁴ Deposito ini dapat berguna untuk memenuhi keperluan masyarakat yang mengalami likuiditas, dan juga dapat berfungsi untuk menyimpan dana sekaligus sebagai wahana investasi karena biasanya produk ini menawarkan *financial return*.

Sebagai lembaga keuangan yang belum lama lahir, BMT membutuhkan promosi dan sosialisasi secara lebih optimal di masyarakat. Keaktifan pengelola dalam memasarkan produknya, dengan demikian merupakan komponen terpenting di antara komponen-komponen penting lainnya yang akan menentukan tingkat keberhasilan lembaga. Menurut Philip Kotler (2004, 81), strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran. Strategi pemasaran dapat dinyatakan sebagai dasar tindakan yang mengarah pada kegiatan atau usaha pemasaran, dalam kondisi persaingan dan lingkungan yang selalu berubah agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Jadi, dalam menetapkan [strategi pemasaran](#) yang akan dijalankan haruslah terlebih dahulu melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai posisinya di pasar. Dengan mengetahui keadaan dan situasi serta posisinya di pasar dapat ditentukan kegiatan pemasaran yang harus dilaksanakan.

KSPPS *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) Al Hikmah yang berkantor pusat di Jl. Jend. Sudirman No. 12 Mijen Gedanganak Ungaran Timur ini merupakan suatu lembaga keuangan mikro syariah yang bertujuan menghimpun dana masyarakat dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk produk-

⁴ Karnaen A Perwataatmadja dan Muhammad Syafi'i Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1992, Cet. 1, h. 20.

produk syariah. KSPPS BMT Al Hikmah dalam menghimpun dana mengeluarkan produk Simpanan Sukarela Lancar (SIRELA), Simpanan Pelajar (SIMPEL), Simpanan Sukarela Qurban (SISUQUR), Simpanan Sukarela Berjangka (SISUKA), Simpanan Ibadah Haji/Simpanan Ibadah Umroh (SIHAJI/SIUMROH), Simpanan Anggota Rumah Sehat (SARAS), dan Simpanan Wajib Berhadiah (SIWADIAH).

Salah satu produk KSPPS BMT Al-Hikmah pada bidang penghimpunan dana adalah SISUKA (Simpanan Sukarela Berjangka) yang bisa dijadikan pilihan dalam berinvestasi. SISUKA (Simpanan Sukarela Berjangka) adalah simpanan anggota yang dirancang sebagai sarana investasi jangka panjang yang aman. Dana dari mitra akan disalurkan pada berbagai macam usaha halal dan produktif guna mendukung peningkatan ekonomi umat. Penyetorannya dilakukan sekali dan penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu atau tanggal jatuh tempo menurut perjanjian antara penyimpan dengan BMT. Produk ini didasarkan atas akad *mudharabah* berjangka, di mana anggota dapat menentukan jangka waktu yang dikehendaki dan atas investasi ini anggota berhak atas bagi hasil sesuai nisbah yang disepakati.

Anggota merupakan hal yang sangat penting dalam kegiatan operasional BMT. Perkembangan suatu BMT dapat dilihat dari jumlah anggotanya. Anggota sebagai komitmen utama jasa pelayanan BMT yang perlu diperhatikan keinginan dan kebutuhannya. Pengenalan suatu produk kepada masyarakat memberikan peluang yang signifikan dalam menarik calon nasabah. Jika pemasaran yang dijalankan tepat pada sasaran, maka akan berkontribusi pada peningkatan jumlah anggota. Hal ini sebagai tantangan BMT Al Hikmah dalam berbisnis agar bisa bersaing dengan BMT lain bahkan bank lainnya yang semakin kompetitif dalam meningkatkan jumlah anggota, terutamanya anggota produk SISUKA. Produk SISUKA di KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran memiliki anggota yang sedikit khususnya di cabang Bawen.

Berikut ini tabel jumlah anggota produk SISUKA dari tahun 2015-2016:⁵

⁵ File KSPPS BMT Al Hikmah

Tahun	Jumlah Anggota
2015	47
2016	58

Sumber: Data Sekunder 2017

Dapat dilihat dari data di atas, bahwa anggota produk SISUKA sangat sedikit dan perkembangannya sangat lambat dari tahun ke tahun. Hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai produk Sisuka dan kurangnya promosi.

Berdasarkan uraian di atas, penulis ingin mengkaji lebih mendalam mengenai produk SISUKA terutama dari segi straregi pemasarannya, yang penulis beri judul, **“STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH ANGGOTA PRODUK SISUKA DI KSPPS BMT AL HIKMAH UNGARAN CABANG BAWEN”**.

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimana aplikasi produk Simpanan Sukarela Berjangka (SISUKA) di KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen?
2. Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah anggota produk Simpanan Sukarela Berjangka (SISUKA) di KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penulis dalam penyusunan tugas akhir ini antara lain adalah:
 - a. Untuk mengetahui produk Simpanan Sukarela Berjangka (SISUKA) di KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran.
 - b. Untuk mengetahui upaya strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah anggota produk Simpanan Sukarela Berjangka (SISUKA) di KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran.
2. Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:
 - a. Bagi Peneliti

Melatih kemampuan diri untuk lebih mengerti dan memahami lagi mengenai sistem yang digunakan dalam perbankan syariah baik yang ada dalam praktiknya maupun teorinya, serta menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis.

b. Bagi BMT

Penelitian ini dapat membantu memberikan informasi dan pengetahuan lebih kepada masyarakat luas mengenai sistem syariah seutuhnya terutama dalam menginvestasikan dananya.

c. Bagi Pembaca

Dapat memberikan informasi mengenai produk simpanan berjangka yang ada di BMT.

D. Tinjauan Pustaka

Dalam penulisan Tugas Akhir ini, sebelumnya penulis melakukan beberapa hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tema penelitian ini. Di antara penelitian-penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

Tugas Akhir yang berjudul “*Aplikasi Simpanan Sukarela Berjangka (Sisuka) di BMT Al Hikmah Ungaran*”, yang telah diteliti oleh Nur Fuadah mahasiswa UIN Walisongo Semarang pada tahun 2012. Dalam penelitian ini, penulis membahas mengenai simpanan sukarela berjangka di BMT Al Hikmah Ungaran yang didasarkan atas akad *mudharabah* berjangka, di mana anggota dapat menentukan jangka waktu yang dikehendaki dan berhak atas bagi hasil sesuai nisbah yang disepakati.

Tugas Akhir yang berjudul “*Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Deposito di BPRS Galamitra Abadi Purwodadi*”, yang telah diteliti oleh An Nisa Maimuna mahasiswa UIN Walisongo Semarang pada tahun 2016. Dalam penelitian ini, penulis membahas mengenai bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan BPRS Gala Mitra Abadi Purwodadi dalam meningkatkan jumlah nasabah dan apa saja kendala-kendala yang dihadapi serta cara mengatasinya dari strategi tersebut.

Tugas Akhir yang berjudul “*Strategi Pemasaran Produk Simpanan Sukarela Berjangka (Sisuka) di BMT Bina Ummat Sejatera Cabang Tegal Kota*”, yang telah diteliti oleh Rizki Nurjanah mahasiswa UIN Walisongo Semarang pada tahun 2016. Dalam penelitian ini, penulis membahas mengenai produk simpanan sukarela berjangka dengan menggunakan prinsip *mudharabah*, dan bagaimana strategi pemasaran produk simpanan sukarela berjangka agar dapat meningkatkan nasabah sesuai target.⁶

E. Metodologi Penelitian

1. Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen yang bertempat di Jl. Samban – Jimbaran RT 01/RW 01 Samban Bawen, dengan objek penelitian produk Sisuka.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis/lisan dari pengamatan secara langsung tingkah laku responden.

3. Sumber data

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan narasumber. Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data secara langsung dengan wawancara (*interview*) dengan pegawai KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung melalui buku atau dokumen. Dalam penelitian ini, penulis mendapatkan data dari laporan-laporan, karya tulis, buku-buku dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian ini.

4. Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

⁶ eprints.walisongo.ac.id.

Observasi yaitu pengumpulan data yang diperoleh dari pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian. Dalam penelitian ini, penulis mengamati secara langsung terhadap objek penelitian dengan melakukan kunjungan sehingga mengetahui secara langsung suasana kerja di KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen.

b. Wawancara

Wawancara yaitu pengumpulan data yang diperoleh dengan cara melakukan proses tanya jawab secara langsung dengan responden. Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara langsung dengan *Teller* dan *Marketing* KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dapat digunakan sebagai pengumpul data apabila informasi yang dikumpulkan bersumber dari dokumen, seperti buku, jurnal, surat kabar, majalah, notulen rapat, dan sebagainya.⁷ Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data berupa arsip, catatan, dokumen-dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian ini.

5. Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran, dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademis, dan ilmiah.⁸ Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan sifat suatu keadaan saat penelitian dilakukan. Dalam hal ini, penulis akan memberikan deskripsi mengenai strategi pemasaran produk SISUKA di KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen, agar jumlah anggota produk SISUKA meningkat.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Tugas Akhir ini dibagi menjadi 5 (lima) bab untuk memudahkan dalam penyusunan, yaitu sebagai berikut:

⁷ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Metodologi Penelitian (Pendekatan Praktis Dalam Penelitian)*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2010, h. 48.

⁸ *Ibid*, hlm. 198.

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bagian ini akan menjelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bagian ini akan menjelaskan mengenai strategi pemasaran (pengertian strategi, pengertian pemasaran, tujuan pemasaran, konsep pemasaran, strategi pemasaran syariah), dan simpanan berjangka/deposito (pengertian deposito, jenis deposito, ketentuan-ketentuan deposito *mudharabah*).

BAB III : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Pada bagian ini akan menjelaskan mengenai sejarah berdirinya KSPPS BMT Al Hikmah, profil, badan hukum, tujuan dan sasaran, visi dan misi, struktur organisasi, uraian tugas, beserta produk-produk yang ditawarkan KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan menjelaskan mengenai aplikasi produk SISUKA (Simpanan Sukarela Berjangka) di KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran, dan strategi pemasaran yang dijalankan KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bawen pada produk SISUKA (Simpanan Sukarela Berjangka) agar menarik minat masyarakat sehingga menambah jumlah anggota produk tersebut.

BAB V : PENUTUP

Pada bagian ini berisi mengenai kesimpulan dari hasil penelitian, saran/rekomendasi penulis, dan penutup.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**