

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga sektor keuangan sangat dibutuhkan untuk mendukung permodalan dalam sektor riil, hal ini sudah dirasakan fungsinya sejak beberapa puluh tahun yang lalu di Indonesia dengan konsep perbankan, baik yang berbentuk konvensional (berdasarkan kapitalis maupun sosialis) maupun yang berprinsip syariah.¹ Di Indonesia sendiri perkembangan industri keuangan syariah secara informal telah dimulai sebelum dikeluarkannya kerangka hukum formal sebagai landasan operasional perbankan syariah. Sebelum tahun 1992, telah didirikan beberapa badan usaha pembiayaan non-bank yang telah menerapkan konsep bagi hasil dalam kegiatan operasionalnya. Hal tersebut menunjukkan kebutuhan masyarakat akan hadirnya institusi-institusi keuangan yang dapat memberikan jasa keuangan yang sesuai dengan syariah.²

Untuk menjawab kebutuhan masyarakat bagi terwujudnya sistem perbankan yang sesuai syariah, pemerintah telah memasukan kemungkinan tersebut dalam Undang-Undang yang baru. UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan secara

¹ Ali Murtadho, et al. *Menuju Lembaga Keuangan yang Islami dan Dinamis*, Semarang : Rafi Sarana Perkasa, 2012, h.55

² Adrian Sutedi, *Perbankan Syariah*, Ghalia Indonesia, 2009, h. 01

implisit telah membuka peluang kegiatan usaha perbankan yang memiliki operasional bagi hasil yang secara rinci dijabarkan dalam PP No. 72 Tahun 1992 yang kemudian telah diperbaharui dengan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 dan diperbaharui lagi pada tahun 2008 dengan lahirnya Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.³

Perbankan syari'ah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran, serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariat islam. Dalam melaksanakan kegiatannya lembaga keuangan harus dapat menyeimbangkan antara posisi pendapatan uang dan posisi pengeluaran uang.⁴

Selain bank syari'ah banyak lembaga keuangan lain yang bermunculan di Indonesia salah satunya yaitu *Baitul Mal Wa Tamwil* (BMT), BMT ini hadir ditengah masyarakat karena dilihat dari beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa lembaga keuangan Bank maupun Non-Bank yang bersifat formal dan beroperasi di perdesaan, umumnya tidak dapat menjangkau lapisan masyarakat dari golongan ekonomi menengah ke bawah. Ketidakmampuan tersebut terutama dalam sisi penanggungan resiko dan biaya operasi, juga dalam identifikasi usaha dan pemantauan penggunaan kredit yang layak usaha.

³ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan, 2011, h. 11

⁴Ali Murtadho, *Menuju...*, h.35

Ketidakmampuan lembaga keuangan ini menjadi penyebab terjadinya kekosongan pada segmen pasar keuangan di wilayah perdesan. Akibatnya 70% s/d 90% kekosongan ini diisi oleh lembaga keuangan non formal, termasuk yang ikut beroperasi adalah para rentenir dengan mengenakan suku bunga yang tinggi. Untuk menanggulangi kejadian-kejadian seperti ini perlu adanya suatu lembaga yang mampu menjadi jalan tengah. Wujud nyatanya adalah dengan memperbanyak mengoprasionalkan lembaga keuangan berprinsip bagi hasil, yaitu : Bank Umum Syariah, BPR Syariah dan Baitul Mal Wa Tamwil.⁵

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) merupakan suatu lembaga yang terdiri dari dua istilah, yaitu *baitul maal* dan *baitul tamwil*. Baitul maal (rumah harta) adalah lembaga keuangan yang berorientasi sosial keagamaan yang usaha utamanya menampung serta menyalurkan harta masyarakat berupa Zakat, Infak dan Shadaqah (ZIS) berdasarkan ketentuan yang telah ditetapkan Alqur'an dan Sunah Rasul-Nya. Karena berorientasi sosial keagamaan, ia tidak dapat dimanipulasi untuk kepentingan bisnis atau mencari laba (*profit*). Namun dalam kerangka manajemen BMT, secara fungsional lembaga ini berperan dalam beberapa hal antara lain sebagai berikut :

1. Membantu *baituttamwiil* dalam menyediakan kas untuk alokasi pembiayaan non komersial *Qardh Al Hasan*.

⁵Muhammad, *Manajemen...*, h.18

2. Menyediakan cadangan penyisihan penghapusan pembiayaan macet akibat kebangkrutan usaha nasabah baituttamwil yang berstatus al-gharim.
3. Dengan kiprahnya yang nyata dalam upaya-upaya peningkatan kesejahteraan sosial seperti pemberian beasiswa, santunan kesehatan, sumbangan pembangunan sarana umum dan peribadatan, serta lainnya, ia dapat membantu baituttamwiil dalam mensukseskan kegiatan promosi produk penghimpunan dana (funding) dan penyalurannya kepada masyarakat (lending).

Adapun *Baituttamwiil* adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menghimpun dana masyarakat dalam bentuk tabungan ataupun deposito dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip syariah melalui mekanisme yang lazim dalam dunia perbankan.⁶

Baitul Maal wa Tamwil (BMT) adalah Balai Usaha Mandiri Terpadu yang isinya berintikan *bayt al-mal wa tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Selain itu, Baitul Mal wat Tamwil juga bisa

⁶Makhalul Ilmi SM, *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, Yogyakarta : UII Press Yogyakarta, 2002.,h.65-67

menerima titipan zakat, infaq, dan sedekah, serta menyalurkan sesuai dengan peraturan dan amanahnya.

Secara kelembagaan BMT didampingi atau didukung Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) sebagai lembaga primer karena mengemban nilai yang lebih luas, yakni menetaskan usaha kecil. Dalam prakteknya, Pinbuk menetaskan BMT, dan pada gilirannya BMT menetaskan usaha kecil. Keberadaan BMT merupakan representasi dari kehidupan masyarakat. di mana BMT telah berada, dengan jalan ini BMT mampu mengakomodir kepentingan ekonomi masyarakat.⁷

Dalam era persaingan usaha yang semakin kompetitif seperti sekarang ini setiap Usaha Mikro, Kecil dan menengah (UMKM) serta koperasi ataupun BMT perlu menyusun dan menerapkan strategi bisnis yang tepat. Jika tidak, maka tidak dapat menutup kemungkinan suatu UMKM dan koperasi sulit untuk dapat bertahan hidup, apalagi mampu mengungguli para pesaing pesaingnya. Strategi merupakan bagian dari manajemen organisasi yang sangat penting untuk diperhatikan, terutama oleh para manajer puncak (*top level manajement*).⁸

⁷Heri Sudarsono, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Ekonosia, 2003, h. 96

⁸Abdul Bashith, *Islam dan Manajemen Koperasi: Prinsip dan Strategi pengembangan Koperasi Di Indonesia*, Malang: UIN-malang press, cetakan 1, 2008, h. 261.

BMT merupakan lembaga keuangan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa, harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik untuk dapat memenangkan persaingan yang semakin hari semakin kompetitif. Oleh karena itu dalam menghadapi persaingan antar lembaga keuangan yang semakin ketat, sekarang ini telah dikembangkan dalam berbagai konsep pelayanan nasabah dengan tujuan untuk mempertahankan nasabah dan menjangkau nasabah potensial. Untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabahnya maka lembaga keuangan syariah perlu menjaga citra positif dimata masyarakat, untuk mempertahankan citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas promosi, kualitas harga dan kualitas tempat atau keamanan. Untuk meningkatkan citra lembaga keuangan syariah maka perlu menyiapkan karyawan yang mampu menangani kebutuhan nasabahnya yang bisa disebut customer service.

BMT El Amanah Kendal merupakan salah satu BMT yang sedang berkembang di kota Kendal, BMT yang berlokasi di Jl. Lingkar Barat, Kios Sub Terminal Blok A 2-4 Pasar Kendal ini mulai beroperasi menjalankan kegiatan dibidang usaha perbankan syari'ah sejak tanggal 6 Januari 2009 dimana kehadirannya diharapkan mampu mendorong dan meningkatkan perekonomian masyarakat kecil dan menengah di Kabupaten Kendal menjadi lebih baik, ada berbagai produk perbankan yang

ditawarkan oleh BMT El Amanah adalah simpanan el amanah, simpanan cendikia, sihanum, sahara, sijangka, simpanan qurban, simpanan wisata dan pembiayaan Murabahah .⁹

BMT El Amanah adalah satu dari sekian banyak lembaga keuangan yang berada di kendal. Semakin banyaknya lembaga keuangan baik yang berprinsip syariah ataupun konvensional yang telah berdiri di kendal, khususnya yang berada disekitaran BMT El Amanah diantaranya adalah BUS dan BSM membuat BMT El Amanah harus menyusun berbagai strategi agar dapat menghadapi persaingan, sehingga BMT El Amanah bisa berkembang dan nasabahnya semakin meningkat.

BMT El Amanah harus mampu bersaing secara kompetitif, dan memiliki karakter tersendiri dalam bersaing, terutama dengan lembaga keuangan syariah yang lainnya yang sudah mempunyai nama dibidang keuangan, sumber daya manusia dan produk yang berkualitas. Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk mengkaji dan membahasnya dalam bentuk Tugas Akhir yang berjudul “**STRATEGI BERSAING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI BMT EL AMANAH KENDAL**”.

⁹ *Company Profile* BMT El Amanah Kendal

B. Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang dapat penulis ambil dalam tugas akhir adalah :

1. Apa saja keunggulan kompetitif dari BMT El Amanah Kendal?
2. Bagaimana strategi bersaing BMT El Amanah dalam meningkatkan jumlah nasabah/anggota?

C. Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apa saja keunggulan kompetitif dari BMT El Amanah Kendal.
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi bersaing BMT El Amanah dalam meningkatkan jumlah nasabah.
3. Untuk memenuhi tugas dan melengkapi syarat guna mendapatkan gelar Ahli Madya dalam ilmu perbankan syariah.

Adapun manfaat dari penulisan Tugas Akhir ini, di antaranya :

Bagi Penulis :

1. Menambah pengetahuan dan wawasan tentang keunggulan kompetitif dan strategi bersaing dalam meningkatkan jumlah nasabah di BMT El Amanah Kendal.

2. Memberikan pengetahuan dan informasi dari dunia praktis yang sangat berguna untuk disinkronkan dengan pengetahuan teori yang didapat di bangku perkuliahan.

Bagi Lembaga Keuangan :

1. Memberikan saran dan masukan bagi BMT El Amanah dalam hal strategi bersaing dalam meningkatkan jumlah nasabah.

Bagi Pembaca :

1. Sebagai salah satu sarana untuk sosialisasi / pengenalan kepada masyarakat tentang BMT El Amanah Kendal.
2. Untuk menambah wawasan pengetahuan dan sebagai referensi untuk melakukan penelitian lanjutan.

D. Tinjauan Pustaka

Sebelum penelitian yang akan penulis laksanakan, telah ada beberapa hasil penelitian yang berhubungan dengan Strategi Bersaing. Tetapi hasil-hasil penelitian tersebut belum ada yang membahas tentang Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada BMT El Amanah Kendal. Beberapa karya ilmiah dan hasil penelitian sebelumnya yang pokok bahasannya hampir sama dengan penelitian ini adalah:

Pertama, Skripsi yang disusun pada tahun 2015 oleh Faizatul Ulya, UIN Walisongo Semarang dengan judul “ **Strategi Bersaing Produk Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di KJKS BMT BUS Lasem**” disimpulkan bahwa Strategi bersaing produk yang diterapkan KJKS BMT BUS Lasem dalam

meningkatkan jumlah nasabah adalah sebagai berikut: Produk yang ditawarkan KJKS BMT BUS tidak ada tambahan biaya administrasi perbulan, KJKS BMT BUS mengajak dan membimbing anggota dari sistem riba ke sistem syariah melalui produk pembiayaan yang dimiliki, menciptakan produk yang tidak dimiliki oleh BMT lain seperti ATM, nisbah bagi hasil tabungan tinggi, untuk bulanan 2,5% dan untuk musiman 3%, persyaratan pembukaan dan penutupan tabungan mudah, biaya penutupan tabungan sebesar Rp. 10.000 dan adanya undian hadiah pada semua produk. Strategi dalam meningkatkan jumlah nasabah yaitu dengan melakukan promosi. Tempat yang strategis, produk dan bagi hasil, dan cara pelayanan. dan berusaha menarik calon nasabah yang baru.¹⁰

Kedua, Skripsi yang disusun pada tahun 2008 oleh Swastati Estu Sari Waras Tuti Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam dengan judul “**Strategi Keunggulan Bersaing BNI Syari’ah kota Yogyakarta dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah**” disimpulkan bahwa strategi bersaing ditinjau dengan analisis SWOT yaitu Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh BNI Syariah Kota Yogyakarta untuk meningkatkan jumlah nasabah adalah dengan menaikkan nilai rata-rata bagi hasil pada tabungan, giro

¹⁰Faizatul Ulya, “Strategi Bersaing Produk Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di KJKS BMT BUS Lasem”, Skripsi, Semarang, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Uin Walisongo Semarang, 2015.

dan deposito, menurunkan nilai rata-rata margin pembiayaan dan meningkatkan intensitas promosi. Masih banyak kekurangan dalam penerapan strategi baik dalam pelayanan, produk, teknologi, maupun promosi. Oleh karena itu perlu pembenahan atas strategi- strategi yang sudah ada dengan inovasi baru yang akan menjadi keunggulan baru bagi BNI Syariah Kota Yogyakarta.¹¹

Penelitian diatas memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini, dari sisi perbedaannya tersebut dapat menunjukkan keaslian penelitian ini. Adapun persamaan penelitian yang pertama adalah sama-sama meneliti strategi bersaing akan tetapi hanya berfokus pada persaingan produk untuk meningkatkan jumlah nasabah saja. Sedangkan penelitian yang kedua adalah sama-sama meneliti strategi bersaing akan tetapi objek penelitiannya berbeda yaitu di BNI Syariah Yogyakarta.

Setelah menelaah beberapa penelitian diatas, penulis mengambil kesimpulan bahwa Tugas Akhir yang berjudul Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di BMT El Amanah Kendal belum pernah ada yang melakukan penelitian sebelumnya.

¹¹Swastati Estu Sari Waras Tuti, "Strategi Keunggulan Bersaing BNI Syari'ah kota Yogyakarta dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah", Skripsi, Yogyakarta, Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2008

E. Metodologi Penelitian

Untuk mendapatkan data yang jelas (*valid*) dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan beberapa metode penelitian sebagai berikut :

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan penulis gunakan adalah penelitian Lapangan atau Penelitian Kacah atau *Field Research*, yaitu penelitian yang dilakukan di lapangan atau dalam masyarakat, yang berarti bahwa datanya diambil atau didapat dari lapangan atau masyarakat. Disini penulis melakukan penelitian di BMT El Amanah Kendal.

Dalam hal ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis / lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.¹²

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi dengan mengamati secara langsung kinerja dari karyawan dan hasil wawancara langsung yang

¹² Lexy J Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Roda Karya, 2009, hlm.4

dilakukan dengan pihak-pihak yang bersangkutan dengan BMT El Amanah Kendal.

b. Data Sekunder

Sumber data Sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung berkaitan dengan penelitian ini.¹³ Dalam penelitian ini sumber data sekunder adalah referensi pustaka, yaitu: referensi yang memuat berbagai informasi tertulis dari data-data yang diperoleh di BMT El Amanah Kendal. Selain itu, penulis juga menggunakan berbagai sumber pustaka berupa buku-buku, Jurnal, Artikel, hasil-hasil penelitian terdahulu dan informasi-informasi lain yang memiliki keterkaitan dengan judul yang diangkat penulis sebagai pendukung kelengkapan data.

3. Metode Pengumpulan Data

Dalam menyusun sebuah penelitian data merupakan suatu yang sangat penting, oleh karena itu data harus dikumpulkan secara akurat, relevan dan komprehensif bagi persoalan yang diteliti, dalam metode diantaranya:

a. Observasi

Observasi yaitu metode pengamatan langsung di lapangan.¹⁴ Metode ini penulis gunakan untuk

¹³Senapiyah Faisal, *Formal-Formal Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1995), hlm. 28

¹⁴M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012, h.122

memperoleh data berupa pengamatan langsung ditempat penelitian untuk memperoleh data secara nyata mengenai kegiatan dan suasana kerja di BMT El Amanah Kendal.

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan tanya jawab dan dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan pada tujuan penyelidikan.¹⁵ hal ini dilakukan agar tidak terjadi penyimpangan atau salah pengertian mengenai permasalahan yang diangkat.

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan metode dokumentasi adalah cara mencari data atau informasi dari buku-buku, catatan-catatan, transkrip, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat dan yang lainnya.¹⁶ Dalam penggunaan data dengan metode dokumentasi penulis mendapatkan informasi dari buku-buku, catatan-catatan serta brosur dan formulir dari BMT El Amanah Kendal.

¹⁵Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM, 1990, h.193.

¹⁶Jusuf Soewadji, MA, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012, h.160.

4. Analisis Data

Untuk menganalisis data yang diperoleh, penulis menggunakan pendekatan deskriptif analitis, yaitu suatu metode yang bertujuan untuk membuat analisis deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki yaitu data-data yang diperoleh kemudian dituangkan kedalam kata-kata maupun gambar, kemudian di deskripsikan sehingga dapat memberikan kejelasan kenyataan yang realistik.¹⁷ Dengan fakta-fakta yang sudah diperoleh penulis menganalisis dengan mengaitkan pada penerapan strategi bersaing BMT El Amanah Kendal dalam meningkatkan jumlah nasabah.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran dan informasi yang jelas mengenai Tugas Akhir yang akan ditulis oleh penulis, maka penelitian ini disusun berdasarkan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang akan membahas tentang garis besar penulisan tugas akhir ini, yang terdiri dari Latar belakang permasalahan, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat, Metode Penelitian, Sistematika Penulisan.

¹⁷ Nazir, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998, h. 48

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini akan menjelaskan tentang landasan teori yang menjadi dasar penulisan tugas akhir diantaranya adalah pembahasan seputar pengertian strategi, pengertian strategi bersaing, pengertian nasabah.

BAB III GAMBARAN UMUM BMT EL AMANAH KENDAL

Bab ini berisi tentang gambaran umum perusahaan yang meliputi: sejarah dan perkembangan perusahaan, visi dan misi perusahaan, bidang usaha dan wilayah kerja perusahaan, struktur organisasi perusahaan, tugas masing-masing bagian, budaya perusahaan, prinsip dan produk perusahaan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang strategi bersaing yang dilakukan BMT El Amanah dalam meningkatkan jumlah nasabah, dan analisisnya.

BAB IV PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir sekaligus bab penutup. Bab ini terdiri dari kesimpulan, saran dan penutup.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN