

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) merupakan suatu lembaga yang terdiri dari dua istilah, yaitu Baitul Maal dan Baitul Tamwil. Baitul Maal lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non profit, seperti: zakat, infaq, dan sedekah. Adapun Baitul Tamwil sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan Islam. Lembaga ini didirikan dengan maksud untuk memfasilitasi masyarakat bawah yang tidak terjangkau oleh pelayanan bank Islam atau BPR Islam. Prinsip operasinya didasarkan atas prinsip bagi hasil, jual beli (*Ijarah*), dan titipan (*Wadiah*). Karena itu, meskipun mirip dengan Bank Islam , bahkan boleh dikata menjadi cikal bakal dari Bank Islam, BMT memiliki pangsa pasar tersendiri, yaitu masyarakat kecil yang tidak terjangkau layanan perbankan serta pelaku usaha

kecil yang mengalami hambatan “psikologis” bila berhubungan dengan pihak bank.

Kemunculan BMT sebagai organisasi yang relatif baru menimbulkan tantangan besar. Sebagai lembaga keuangan syariah, BMT harus berpegang teguh pada prinsip-prinsip syariah. Keimanan menjadi landasan atas keyakinan untuk mampu tumbuh dan berkembang. Keterpaduan mengisyaratkan adanya harapan untuk mencapai sukses dunia dan akhirat juga keterpaduan antara sisi maal dan tamwil (sosial dan bisnis), juga keterpaduan antara fisik dan mental, rohaniah dan jasmaniyah.

Kekeluargaan dan kebersamaan berarti upaya untuk mencapai kesuksesan yang diraih secara bersama, baik antar pengurus dan pengelola maupun dengan nasabah. Kemandirian berarti BMT tidak dapat hidup hanya dengan bergantung pada uluran tangan atau fasilitas pemerintah, tetapi harus berkembang dari meningkatnya partisipasi nasabah dan masyarakat, untuk itulah pola pengelolaannya harus profesional. Karena BMT mempunyai visi dan misi. Visi BMT harus mengarah pada upaya untuk mewujudkan BMT menjadi lembaga yang mampu meningkatkan kualitas ibadah nasabah (ibadah dalam arti yang luas), sehingga

mampu berperan sebagai wakil abdi ALLAH SWT, memakmurkan kehidupan nasabah pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Misi BMT adalah membangun dan mengembangkan tatanan perekonomian dan struktur masyarakat madani yang adil berkemakmuran dan berkemajuan, serta makmur dan maju berkeadilan berlandaskan syariah dan ridho ALLAH SWT.

Secara konseptual pun banyak ayat Al-Qur'an yang menegaskan tentang anjuran kepada seorang muslim untuk mengembangkan ekonominya serta bagaimana etika pengembangan ekonomi harus dikembangkan seorang muslim. Allah berfirman dalam QS. Al-Jumu'ah : 10

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ
وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ (الجمعة : ١٠)

Artinya: "apabila telah selesai sholat, maka bertebaranlah kamu dimuka dan carilah karunia Allah dan sebutlah Allah sebanyak-sebanyaknya supaya kalian memperoleh keberuntungan".¹

Segala aspek kehidupan, termasuk ekonomi tercakup nilai-nilai dasarnya dalam Islam yakni yang bersumber pada asas tauhid. Bahkan lebih dari sekedar nilai-nilai dasar, seperti kesatuan,

¹ Tim Penerjemah Yayasan Penyelenggara Penerjemah Al-Qur'an Departemen Agama R.I., *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: Diponegoro, 2012)

keseimbangan, keadilan, kebebasan dan pertanggung jawaban. Islam telah cukup memuat nilai-nilai instrumental dan norma-norma yang operasional untuk diterapkan dalam pembentukan lembaga-lembaga ekonomi masyarakat.²

Kedudukan ekonomi dalam Islam sangatlah penting karena ekonomi merupakan salah satu faktor penting yang membawa pada kesejahteraan umat. Pendapat Ismail Al-Faruq yang dikutip oleh Ahmad Dimiyati menyatakan bahwa kegiatan-kegiatan ekonomi adalah pernyataan dari semangat ajaran Islam, karena ekonomi umat dan kemakmurannya adalah cita-cita yang ingin dicapai oleh umat Islam.³

Lahirnya lembaga keuangan syariah “ Baitul Maal Wat Tamwil “ yang biasa disebut BMT, sesungguhnya dilatarbelakangi oleh pelarangan riba secara tegas dalam Al-quran. Sementara disisi lain, kendati haramnya riba bersifat mutlak dan disepakati oleh setiap pribadi muslim berdasarkan ayat-ayat Alquran dan ijma’.⁴

² Ahmad M. Saefudin, *Ekonomi dan Masyarakat dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Rajawali, 1987), 19

³ Ahmad Dimiyati, dkk, *Islam dan Koperasi* (Jakarta: KOPINFO, 1998), 48

⁴ Yaitu kesepakatan pendapat para ulama mazhab yang menjadi sumber rujukan ketiga nilai-nilai hukum Islam setelah Al-qur’an dan sunnah Rasulullah SAW, (QS. Al-Baqarah ayat 25-281), Al-qur’an dan terjemahannya.

Dalam perspektif hukum di Indonesia, sampai saat sekarang badan hukum yang paling mungkin untuk BMT adalah koperasi serba usaha (KSU) maupun simpan pinjam syariah (KSPS). Bagi BMT yang berbadan hukum KSU, diharuskan membentuk unit simpan pinjam syariah (USPS). Unit inilah yang akan menangani kegiatan usaha simpan pinjam syariah secara terpisah dengan kegiatan usaha lainnya, baik dari aspek manajemen maupun keuangannya. Namun demikian, sangat mungkin dibentuk perundangan tersendiri, mengingat system operasional BMT tidak sama persis dengan koperasi, semisal LKM (Lembaga Keuangan Mikro) syariah atau yang lainnya. Oleh sebab itu, sebelum beroperasi BMT harus segera mengurus badan hukum dari instansi yang berhak.

Dengan banyaknya lembaga keuangan syariah, menjadikan posisi BMT EL-HAMID 156 sebagai salah satu lembaga keuangan syariah harus mampu bersaing secara kompetitif yang memiliki karakter tersendiri dalam bersaing terutama dengan lembaga keuangan maupun bank syariah ataupun konvensional yang sudah mempunyai nama dan sudah benefit dibidang keuangan, sumber daya manusia (SDM) dan produk yang berkualitas. Melihat

perkembangan lembaga keuangan syariah yang begitu banyak muncul sebagai salah satu alternatif lembaga keuangan mikro (BMT EL-HAMID 156) sebagai salah satu lembaga keuangan syariah memberikan solusi dengan menawarkan berbagai macam produk pembiayaan ataupun jasa yang mampu untuk bersaing. Untuk memasarkan produk dan jasa BMT EL-HAMID 156 mempunyai pasar yang cukup potensial karena terletak di wilayah kota Serang, yang merupakan salah satu kota santri, pariwisata, pendidikan, kuliner, kerajinan, dll. Oleh karena itu, penulis mengulasnya dalam bentuk tulisan berupa tugas akhir dengan judul “ANALISIS EFEKTIFITAS STRATEGI PEMASARAN PRODUK DI BMT “EL-HAMID 156”, dengan alasan bahwa letak BMT EL-HAMID 156 sangat strategis, jaringan banyak, pengelolaannya sesuai dengan prinsip syariah.

B. Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk BMT El-Hamid 156?
2. Apakah strategi-strategi itu efektif ?

C. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti mendiskripsikan 3 permasalahan yang penulis angkat dengan cara :

1. Untuk mengetahui apa saja produk BMT El-Hamid 156.
2. Mendiskripsikan strategi pemasaran BMT El-Hamid 156 dalam memasarkan produknya.
3. Mengetahui apakah strategi yang digunakan BMT El-Hamid 156 sudah efektif.

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat serta memberikan kontribusi bagi praktisi maupun akademisi.

1. Bagi praktisi diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan serta informasi tentang masalah yang perlu diadakan perbaikan dan pembenahan serta kualitas produk, khususnya bagi BMT EL-HAMID 156 dalam memberikan pelayanan.
2. Bagi akademisi diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi serta wacana tentang bagaimana BMT EL-HAMID 156 mempunyai strategi pemasaran yang bermutu dan berkualitas di bandingkan dengan lembaga keuangan lainnya.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan penulis gunakan adalah jenis penelitian lapangan (*field research*), yaitu *research* yang dilakukan di kancah atau medan terjadinya gejala-gejala. Dengan tempat penelitian di BMT EL-HAMID 156 kota Serang.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut, baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain.

c. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tiga metode yaitu :

a) Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan tanya jawab yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian.

b) Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan pengamatan dari peneliti baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap obyek penelitiannya.

c) Dokumentasi

Dokumentasi yaitu pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen. Dalam hal ini peneliti mengumpulkan data-data yang berhubungan dengan hal-hal yang berkaitan tentang sejarah berdirinya BMT EL-HAMID 156, susunan kepengurusan dan produk-produk yang dipasarkan BMT EL-HAMID 156.

d) Teknik Analisa Data

Penulisan analisis data yaitu setelah data yang terkumpul telah diikhtisarkan dalam penyajian data, selanjutnya adalah menganalisa data dari hasil yang telah di peroleh dari sumbernya. Dalam penelitian ini

penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan permasalahan peristiwa baik melalui responden ataupun sumber data lain yang terkait dengan BMT EL-HAMID 156.

F. Kerangka Pemikiran

Analisis adalah aktivitas yang memuat sejumlah kegiatan seperti mengurai, membedakan, memilah sesuatu untuk digolongkan dan dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu kemudian dicari kaitanya dan ditafsirkan maknanya. Dalam pengertian yang lain, analisis adalah sikap atau perhatian terhadap sesuatu (benda, fakta, fenomena) sampai mampu menguraikan menjadi bagian-bagian, serata mengenal kaitan antar bagian tersebut dalam keseluruhan. Analisis dapat juga diartikan sebagai kemampuan memecahkan atau menguraikan suatu materi atau informasi menjadi komponen-komponen yang lebih kecil sehingga lebih mudah dipahami.⁵

Jadi, pengertian analisis diatas, dapat disimpulkan bahwa analisis adalah sekumpulan aktivitas dan proses. Salah satu bentuk analisis adalah merangkum sejumlah besar data yang masih mentah

⁵ Adiwara Karim, *Analisis Fiqih dan Keuangan* (Jakarta: PT. Raja Gafindo Persada: 2004), 14

menjadi informasi yang dapat diinterpretasikan. Semua bentuk analisis berusaha menggambarkan pola-pola secara konsisten dalam data sehingga hasilnya dapat dipelajari dan diterjemahkan dengan cara yang singkat dan penuh arti.

Efektifitas menunjukkan taraf tercapainya suatu tujuan, suatu usaha dikatakan efektif jika usaha itu mencapai tujuannya. Secara ideal usaha itu harus dapat dinyatakan dengan ukuran-ukuran yang pasti. Dari uraian di atas dapat dijelaskan kembali bahwa efektifitas merupakan keterkaitan antara tujuan dan hasil yang dinyatakan, dan menunjukkan derajat kesesuaian antara tujuan yang dinyatakan dengan hasil yang dicapai.

Efektivitas berarti berusaha untuk dapat mencapai sasaran yang telah ditetapkan sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan, sesuai pula dengan rencana, baik dalam penggunaan data, sarana, maupun waktunya atau berusaha melalui aktivitas tertentu baik secara fisik maupun non fisik untuk memperoleh hasil yang maksimal baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Menurut kamus besar Indonesia kata efektif adalah ada efeknya (akibatnya, pengaruh dan kesannya).⁶

⁶ Tim Redaksi Pusat Bahasa, *Kamus Besar Indonesia* (Jakarta: Pustaka setia, 2000), 352

G. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian mengenai strategi pemasaran terhadap BMT. Beberapa penelitian terdahulu dalam penelitian ini akan dijadikan sebagai bahan acuan agar peneliti dapat memperoleh informasi mengenai topik pembahasan penelitian yang akan dilakukan.

Penelitian terdahulu yang pertama berjudul “efektivitas strategi pemasaran produk BMT “ANDA” dalam meningkatkan keunggulan kompetitif” dalam penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran. Pemasaran merupakan satu perangkat yang terdiri dari produk, harga, promosi, dan distribusi, yang didalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran.

Hasil pada penelitian ini bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari strategi pemasaran yang terdiri dari produk, harga promosi, distribusi dan proses secara simultan dan parsial terhadap kepuasan nasabah pada BMT ANDA Salatiga.

Penelitian terdahulu yang kedua berjudul “strategi marketing produk tabungan wadiah dan deposito mudharabah di Bank Syariah Attaqwa” dalam penelitian ini bertujuan untuk

mendapatkan respon dari nasabah dan memberikan edukasi, dan memberikan stimulasi kepada calon nasabah.

Penelitian terdahulu yang kedua berjudul “strategi pemasaran KBIH Rohmatul Ummah An-Nadhiliyah Sidoarjo” dalam penelitian ini membahas strategi pemasaran yang dipakai adalah konsep bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, saluran distribusi, promosi, bukti fisik, orang, proses dan pelayanan pada lembaga pendidikan Al Falah Assalam Tropodo.

H. Sistematika Penulisan

Pembahasan dalam penelitian ini dirumuskan dalam lima bab. Agar dalam penyusunan tugas akhir ini lebih sistematis dan terfokus, maka penulis sajikan sistematika pembahasan sebagai gambaran umum penulisan tugas akhir.

BAB I berisi tentang pendahuluan yang dijabarkan dalam: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, sistematika pembahasan, serta metode penelitian.

BAB II membahas mengenai landasan teori, pemasaran, strategi pemasaran produk-produk BMT, manajemen pemasaran, dan bauran pemasaran / *marketing mix*. Permasalahan tersebut

dibahas dengan maksud memberikan gambaran lebih jelas mengenai teori yang menjadi pandangan dalam penelitian.

BAB III menjelaskan tentang gambaran umum perusahaan, lokasi perusahaan dan tujuan didirikan BMT EL-HAMID 156, serta stuktur organisasi.

BAB IV menjelaskan tentang analisis data yang didapat dari lapangan dan dianalisa sesuai dengan metode penelitian yang telah dicantumkan pada bab sebelumnya yaitu terkait dengan strategi bersaing BMT EL-HAMID 156 atas produk-produk yang dipasarkan. Bab ini juga merupakan inti dari penelitian dengan mendiskripsikan strategi pemasaran dan kendala yang dihadapi BMT EL-HAMID 156.

BAB V berisi tentang kesimpulan dari seluruh masalah yang telah dibahas sebagai jawaban atas pokok masalah. Yang kemudian akan disertakan saran-saran yang diharapkan akan menjadi masukan sebagai tindak lanjut dari penelitian.