

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Lembaga keuangan adalah suatu perusahaan yang kegiatannya selalu berkaitan dengan bidang keuangan, apakah kegiatannya hanya menghimpun dana atau menyalurkan dana atau kedua-keduanya menghimpun dan menyalurkan dana. Salah satu fungsi utama dalam lembaga keuangan adalah untuk memenuhi berbagai keperluan komersial, investasi dan memberikan pelayanan yang luas kepada nasabah.¹ Di Indonesia lembaga keuangan mengalami kemajuan dan perkembangan yang meningkat, bahkan bukan hanya pada bank konvensional tetapi dengan perbankan syariah. Masyarakat mendambakan lembaga keuangan yang bukan hanya finansial semata melainkan baik dari segi moralitas, hal tersebut tercermin dalam bank syariah maupun lembaga keuangan syariah. Prinsip operasional yang dilakukan bebas dari bunga (*riba*) dalam operasionalnya menggunakan sistem bagi hasil dari suatu usaha yang dijalankan.²

Indonesia sebagai negara berpenduduk muslim terbesar di dunia, merupakan pasar yang strategis bagi pengembangan produk keuangan berbasis syariah. Keberadaan umat islam dengan berbagai macam latarbelakang dengan nilai-nilai keislamannya memerlukan sebuah wadah

¹ Muhammad, *Manajemen Dana Bank*, (Yogyakarta: Ekonosia, 2012), hal. 8

² Inggid Tan, *Bisnis dan Investasi Syariah*, (Yogyakarta: UAJY, 2009), hal. 61

untuk mengaplikasikan kegiatan bermuamalah yang berdasarkan pada konsep syariah dan wadah tersebut berupa lembaga keuangan syariah. Hal tersebut dapat diketahui dari perkembangan koperasi syariah di Indonesia tidak terlepas dari kondisi sosial masyarakat Indonesia. Berdasarkan data terakhir Badan Pusat Statistik (BPS) pada Maret tahun 2018, jumlah penduduk Indonesia yang berada dalam kategori miskin tercatat 25,95 juta jiwa (9,82%). Sehingga, dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat miskin dan mewujudkan keadilan sosial yang sesuai dengan konsep islam, maka koperasi syariah kemudian didirikan. Koperasi merupakan organisasi yang dianggap cukup potensial untuk membantu memberdayakan rakyat kecil.³

Porsi industri keuangan syariah, termasuk koperasi syariah di Indonesia masih berkisar di angka 4% dari keseluruhan kegiatan perekonomian di Indonesia. Dengan jumlah penduduk muslim yang sangat besar dan konsep koperasi yang bersifat kerakyatan, koperasi syariah diyakini masih akan berkembang pesat. Bentuk usaha koperasi memiliki keunggulan yaitu merupakan gerakan ekonomi kerakyatan dan mendapat dukungan besar dari pemerintah karena memiliki potensi sangat besar untuk mengembangkan usaha ekonomi rakyat dan mengentaskan kemiskinan. Namun, realitas memperlihatkan perkembangan koperasi hingga saat ini masih memprihatinkan. Dari 140 ribu koperasi yang ada di Indonesia, termasuk koperasi syariah, hanya sekitar 28,5% yang aktif dan lebih sedikit

³ (<http://www.goukam.id/jumlah/koperasi/syariah/indonesia.240.4756>) di akses 13 Februari 2019 Jumlah Perkembangan Koperasi Syariah 2018

lagi koperasi yang memiliki manajemen kelembagaan yang baik, partisipasi anggota yang optimal, usaha yang fokus, dan skala usaha yang besar.⁴

Berdasarkan jumlah Koperasi syariah di tingkat Kabupaten/Kota di Indonesia pada tahun 2018 mencapai 150.233 unit usaha. Koperasi syariah tersebut tersebar di beberapa wilayah di Indonesia, dan di daerah Jawa Timur, khususnya di Kabupaten/Kota Blitar. Di kota Blitar sendiri berdasarkan data yang ada di Dinas Koperasi dan UKM kota Blitar diketahui data sebagai berikut.

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Koperasi di Blitar
Tahun 2015-2018

Keterangan	Tahun			
	2015	2016	2017	2018
	252 unit	288 unit	315 unit	716 unit

Sumber : dinkop-ukm.blitarkota.go.id dan mayangkaraneews.com

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa jumlah koperasi yang ada di Blitar mulai tahun 2015 sampai dengan 2018 setiap tahunnya mengalami peningkatan. Koperasi Baitul Maal wa Tamwil (BMT) UGT Sidogiri Lodoyo Blitar serta Koperasi Syariah Podojoyo Srengat Blitar merupakan sebagian mitra kerja dari Dinas Koperasi dan UKM kota Blitar. Koperasi BMT UGT Sidogiri merupakan lembaga keuangan syariah yang menggunakan prinsip koperasi dalam operasionalnya. Berangkat dari realitas operasional Koperasi BMT UGT Sidogiri yang kini telah eksis di daerah Kabupaten Blitar khususnya di wilayah Kecamatan Lodoyo dan sekitarnya, mengingat

⁴ (<http://www.goukam.id/jumlah/koperasi/syariah/indonesia.240.4756>) di akses 13 Februari 2019 Jumlah Perkembangan Koperasi Syariah 2018

persaingan antar lembaga keuangan konvensional maupun syariah yang sangat ketat. Maka Koperasi BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar menawarkan berbagai jenis pembiayaan maupun produk tabungan diantaranya tabungan umum syariah (*wadi'ah/titipan*), tabungan haji, tabungan umroh, tabungan idul fitri, tabungan qurban, dan tabungan tampan.

Kehadiran BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo sebagai lembaga keuangan mikro syariah di wilayah Kecamatan Lodoyo Blitar merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang banyak diminati masyarakat sekitar karena penawaran sistem kerja sama yang berbeda dengan lembaga keuangan lainnya khususnya bagi pengusaha kecil. Pelayanan yang diberikan oleh Koperasi BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo dalam operasionalnya terutama pada pelayanan produk tabungan dilakukan dengan baik, serta kantor yang tempatnya strategis dan asri. Perkembangan BMT UGT Sidogiri mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Berikut data perkembangan anggota pembiayaan dan tabungan yang ada di BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo selama periode 2014-2018.

Tabel 1.2
Perkembangan Jumlah Anggota Pembiayaan dan Tabungan di BMT
UGT Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar Tahun 2014-2018

Tahun	Anggota Pembiayaan	Anggota Tabungan						Total (orang)
		Umum Syariah	Haji	Idul Fitri	Qurban	Umroh	Tampan	
2014	164 orang	546 orang	2 orang	32 orang	1 orang	-	-	745
2015	260 orang	832 orang	3 orang	131 orang	4 orang	2 orang	2 orang	1.234
2016	429 orang	1.183 orang	4 orang	169 orang	-	-	-	1.785
2017	456 orang	1.446 orang	-	194 orang	-	3 orang	3 orang	2.102
2018	468 orang	1.612 orang	6 orang	199 orang	6 orang	-	-	2.291

Sumber Data : BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar (diolah)

Tabel 1.3
Total Saldo Tabungan di BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar
Tahun 2014-2018

Tahun				
2014	2015	2016	2017	2018
11.044.478.022	23.322.581.173	41.003.965.134	54.231.631.233	75.442.156.782

Sumber Data : Pimpinan BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar

Dari tabel di atas sudah terlihat jelas bahwa disetiap tahunnya jumlah anggota pembiayaan dan anggota tabungan maupun total saldo tabungan BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Dilihat dari data tahun 2014 jumlah anggota sebanyak 745 orang yang terbagi oleh anggota pembiayaan sebesar 164 orang, anggota tabungan umum syariah sebanyak 546 orang, anggota tabungan haji sebanyak 2 orang, anggota tabungan idul fitri sebanyak 32 orang, anggota tabungan qurban sebanyak 1 orang, dan dengan total saldo tabungan sebesar 11.044.478.022 bisa naik di tahun 2015 dengan jumlah anggota sebanyak 1.234 orang yang terbagi oleh anggota pembiayaan sebanyak 260 orang, anggota tabungan umum syariah sebanyak 832 orang, anggota haji sebanyak 3 orang, anggota idul fitri sebanyak 131 orang, anggota tabungan qurban sebanyak 4 orang, anggota tabungan umroh sebanyak 2 orang, anggota tabungan tampan sebanyak 2 orang, dan dengan saldo tabungan sebesar 23.322.581.173. Pada tahun 2016 dengan jumlah anggota sebanyak 1.785 orang yang terbagi oleh anggota pembiayaan sebanyak 429 orang, anggota tabungan umum syariah sebanyak 1.183 orang, anggota tabungan haji sebanyak 4 orang, anggota tabungan idul fitri sebanyak 169 orang, dan total saldo tabungan mencapai 41.003.965.134. Pada tahun 2017 dengan jumlah

anggota 2.102 orang yang terbagi oleh anggota pembiayaan sebanyak 456 orang, anggota tabungan umum syariah sebanyak 1.446 orang, anggota tabungan idul fitri sebanyak 194 orang, anggota tabungan umroh sebanyak 3 orang, anggota tabungan tampan sebanyak 3 orang, dan total saldo tabungan mengalami kenaikan lagi mencapai 54.231.631.233. Dan pada tahun 2018 dengan jumlah anggota 2.291 orang yang terbagi oleh anggota pembiayaan sebanyak 468 orang, anggota tabungan umum syariah sebanyak 1.612 orang, anggota tabungan haji sebanyak 6 orang, anggota tabungan idul fitri sebanyak 199 orang, anggota tabungan qurban sebanyak 6 orang, dan total saldo naik sebesar 75.442.156.782. Jadi dapat dilihat bahwa ada peran strategi pemasaran yang cukup besar untuk kenaikan anggota pembiayaan dan penabung maupun total saldo tabungan di BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar di tiap tahunnya.

Lembaga keuangan syariah lain yang merupakan objek penelitian dari penulis adalah Koperasi Syariah Podojoyo Srengat Blitar. Koperasi Syariah Podojoyo merupakan salah satu lembaga keuangan yang memiliki produk simpanan dan pembiayaan. Sebagaimana RAT Kopsyah Podojoyo periode 2014-2018.

Tabel 1.4
Perkembangan Jumlah Anggota Pembiayaan dan Tabungan di Koperasi Syariah Podojoyo Srengat Tahun 2014-2018

Tahun	Anggota Pembiayaan	Anggota Penabung		Total Anggota
		UMUM SYARIAH	SIFITRI	
2014	3 orang	246 orang	61 orang	400 orang
2015	7 orang	354 orang	154 orang	515 orang
2016	60 orang	431 orang	192 orang	683 orang
2017	75 orang	501 orang	209 Orang	785 orang

2018	97 orang	567 orang	256 orang	920 orang
-------------	----------	-----------	-----------	-----------

Sumber : Data RAT Tahun 2014-2018 Kopsyah Podojoyo Blita

Tabel 1.5
Total Saldo Tabungan di Koperasi Syariah Podojoyo
Srengat Tahun 2014-2018

Tahun				
2014	2015	2016	2017	2018
657.453.936	914.907.872	952.286.158	1.674.325.112	2.102.211.231

Sumber Data: Admin Koperasi Syariah Podojoyo Srengat Blitar

Dari data diatas menunjukkan bahwa dari tahun 2014-2018 mengalami perkembangan disetiap tahunnya. Hal ini membuktikan bahwa data dan pangsa pasar Koperasi Syariah Podojoyo baik. Pada tahun 2014 dengan jumlah anggota 400 orang yang terbagi oleh anggota pembiayaan sebanyak 3 orang, anggota tabungan umum syariah berjumlah 246 orang, dan anggota tabungan SIFITRI berjumlah 61 orang dengan total saldo tabungan sebesar 657.453.936, meningkat di tahun 2015 dengan jumlah anggota 515 orang yang terbagi oleh anggota pembiayaan sejumlah 7 orang, anggota tabungan umum syariah sebanyak 354 orang, dan anggota tabungan SIFITRI sebanyak 154 orang dengan total saldo tabungan sebesar 914.907.872. Meningkat lagi di tahun 2016 dengan jumlah anggota 683 orang yang terbagi oleh anggota pembiayaan sejumlah 60 orang, anggota tabungan umum syariah sebanyak 431 orang, dan anggota tabungan SIFITRI sebanyak 192 orang dengan total saldo tabungan sebesar 952.286.158. Meningkat lagi di tahun 2017 dengan jumlah anggota 785 orang yang terbagi oleh anggota pembiayaan sebanyak 75 orang, anggota tabungan umum syariah sebanyak 501 orang, dan anggota tabungan SIFITRI sebanyak 209 orang dengan total saldo tabungan sebesar

1.674.325.112. Dan meningkat lagi di tahun 2018 dengan jumlah anggota 920 orang yang terbagi oleh anggota pembiayaan 97 orang, anggota tabungan umum syariah 567 orang, dan anggota tabungan SIFITRI sebesar 256 orang dengan total saldo tabungan sebesar 2.102.211.231.

Dari data di atas BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo maupun Koperasi Syariah Podojoyo Srengat tidak hanya menjalankan fungsinya sebagai lembaga keuangan yang hanya sebagai tempat masyarakat dapat memperoleh pinjaman dana untuk keperluan peningkatan usaha ataupun untuk pemenuhan kebutuhan yang sifatnya konsumtif, namun juga sebagai tempat penghimpunan dana dari masyarakat melalui tabungan. Dilihat dari data perkembangan jumlah anggota pembiayaan dan tabungan yang ada di BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo maupun Koperasi Syariah Podojoyo Srengat dapat disimpulkan bahwa produk tabungan umum syariah lebih banyak diminati masyarakat daripada produk tabungan lainnya. Sehingga dengan meningkatnya kecenderungan inilah yang menjadi motivasi peneliti untuk meneliti bagaimana strategi pemasaran yang di terapkan BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo dan Koperasi Syariah Podojoyo Srengat terutama untuk mendapatkan calon anggota serta jumlah saldo tabungan yang setiap tahunnya selalu mengalami kenaikan. Pelayanan yang diberikan oleh pihak BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo maupun Koperasi Syariah Podojoyo Srengat tentu saja membuat anggota loyal terhadap lembaga tersebut dan pastinya para anggota akan terus melakukan transaksi baik tabungan maupun pembiayaan.

Paparan data dari BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo dan Koperasi Syariah Podojoyo Srengat menunjukkan bahwa tabungan umum syariah memiliki posisi yang paling unggul dari pada pembiayaan maupun produk tabungan lainnya. Sehingga sudah jelas bahwasannya keberadaan produk tabungan umum syariah ini lebih diminati anggota dibandingkan produk lainnya.

Produk tabungan umum syariah yang ada di BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo maupun di Koperasi Syariah Podojoyo Srengat ini sama-sama bersifat titipan (*wadiah*) yang pada prinsipnya merupakan simpanan murni dari pihak yang menyimpan atau yang menitipkan kepada pihak yang menerima titipan untuk dimanfaatkan atau tidak dimanfaatkan sesuai dengan ketentuan. Titipan harus dijaga dan dipelihara oleh pihak yang menerima titipan, dan titipan ini dapat diambil sewaktu-waktu pada saat dibutuhkan oleh pihak yang menitipkannya.⁵ Terdapat dua jenis di dalam akad *wadiah*, yaitu *wadiah yad-amanah* dan *wadiah yad-dhamanah*. *Wadiah yad amanah* merupakan titipan murni dari pihak yang menitipkan barangnya kepada pihak penerima titipan. Pihak penerima titipan harus menjaga dan memelihara barang titipan tersebut dan tidak diperkenankan untuk memanfaatkannya. Sehingga penerima titipan harus mengembalikan barang titipannya dalam keadaan utuh kepada pihak yang menitipkan barang tersebut sewaktu-waktu si pemberi titipan ingin mengambil barang tersebut. *Wadiah yad-dhamanah* adalah akad antara dua pihak yang mana satu pihak sebagai pihak yang

⁵ Syafi'i dan Fadlan, *Implementasi Produk Tabungan Umum Syariah di KJKS BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Tlanakan Pamekasan*, Jurnal Iqtishadia Vol. 2 No. 2 Desember 2015, hal. 174

menitipkan dan pihak lain sebagai pihak yang menerima titipan. Pihak penerima titipan berhak memanfaatkan barang yang dititipkannya. Penerima titipan wajib mengembalikan barangnya dalam keadaan utuh. Penerima titipan diperbolehkan memberikan imbalan dalam bentuk bonus kepada si pemberi titipan yang bonus tersebut tidak diperjanjikan sebelumnya.

Dalam aplikasi perbankan, akad *wadiah yad-dhamanah* dapat diterapkan dalam produk penghimpunan dana pihak ketiga seperti tabungan giro yang mana bank syariah akan memberikan bonus kepada nasabahnya atas dana yang dititipkan di bank syariah, besarnya bonus yang diberikan tidak boleh diperjanjikan sebelumnya akan tetapi tergantung pada kebijakan bank syariah sendiri. Apabila bank syariah memperoleh keuntungan, maka bank akan memberikan bonus kepada pihak nasabah.⁶

BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo dan Koperasi Syariah Podojoyo Srengat pada produk tabungan umum syariah mereka menggunakan akad *wadiah yad-dhamanah*. Anggota bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada BMT/koperasi untuk menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang titipan mereka. Sedangkan BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo dan Koperasi Syariah Podojoyo Srengat bertindak sebagai pihak yang dititipi dana atau barang yang disertai hak untuk menggunakan dana atau barang tersebut. Mereka bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan tersebut serta harus mengembalikannya kapan saja kepada anggota penghimpun dana tersebut menghendaknya. Dari sini BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo dan Koperasi

⁶ Syafi'i dan Fadlan, *Implementasi Produk Tabungan Umum Syariah...*, hal. 174

Syariah Podojoyo Srengat berhak sepenuhnya atas keuntungan yang didapat dari hasil penggunaan atau pemanfaatan dana atau barang titipan tersebut.

Dari dua data di atas yaitu BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo dan Koperasi Syariah Podojoyo Srengat dapat diyakini bahwa terdapat peran penting di dalam meningkatkan strategi pemasaran yang mereka lakukan supaya masyarakat percaya untuk menitipkan maupun meminjam uang kepada lembaga tersebut. aspek kepercayaan merupakan modal utama bisnis dari lembaga keuangan, semakin lembaga keuangan menunjukkan eksistensinya semakin tinggi pula kepercayaan anggota terhadap lembaga tersebut. Begitu pula BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo dan Koperasi Syariah Podojoyo Srengat yang merupakan jasa keuangan syariah yang sangat menaruh kepercayaan terhadap anggotanya. Upaya untuk membangun kepercayaan anggota pada suatu lembaga diperlukan cara yaitu dengan meningkatkan strategi pemasaran di lembaga itu sendiri.⁷

Dari uraian pembahasan diatas, penulis merasa tertarik untuk membahas permasalahan mengenai **“Strategi Pemasaran dalam Membangun Kepercayaan Anggota pada Produk Tabungan Umum Syariah (Studi Kasus di BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo dan Koperasi Syariah Podojoyo Srengat)”**.

B. Fokus Penelitian

Dari latar belakang yang dijelaskan di atas, maka fokus penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

⁷ Abdul Ghofur Anshori, *Penerapan prinsip Syariah*, (Yogyakarta: Celeban Timur, 2008), hal. 1

1. Bagaimana penerapan strategi pemasaran dalam membangun kepercayaan anggota terhadap produk tabungan umum syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo dan Koperasi Syariah Podojoyo Srengat?
2. Apa kendala yang dihadapi pada pelaksanaan strategi pemasaran dalam membangun kepercayaan anggota terhadap produk tabungan umum syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo dan Koperasi Syariah Podojoyo Srengat?
3. Bagaimana solusi pelaksanaan strategi pemasaran dalam membangun kepercayaan anggota terhadap produk tabungan umum syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo dan Koperasi Syariah Podojoyo Srengat?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini, adalah untuk:

1. Mengetahui penerapan strategi pemasaran dalam membangun kepercayaan anggota terhadap produk tabungan umum syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo dan Koperasi Syariah Podojoyo Srengat.
2. Mengetahui kendala yang dihadapi pada pelaksanaan strategi pemasaran dalam membangun kepercayaan anggota terhadap produk tabungan umum syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo dan Koperasi Syariah Podojoyo Srengat.
3. Mengetahui solusi pelaksanaan strategi pemasaran dalam membangun kepercayaan anggota terhadap produk tabungan umum syariah di BMT

UGT Sidogiri Cabang Lodoyo dan Koperasi Syariah Podojoyo Srengat.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan untuk mengembangkan wawasan keilmuan terutama tentang strategi pemasaran bagi lembaga keuangan.

2. Kegunaan Praktis

a. Untuk lembaga yang diteliti

Bagi lembaga keuangan yang menjadi tempat penelitian diharapkan penelitian ini mampu memberikan masukan bagaimana cara membangun kepercayaan anggota produk tabungan umum syariah sesuai dengan strategi pemasaran, sehingga dapat menentukan langkah-langkah yang tepat bagi perkembangan BMT UGT Sidogiri dan Koperasi Syariah Podojoyo ke depan dalam memberikan pelayanan yang prima bagi anggotanya.

b. Bagi Akademik

Diharapkan penelitian ini dapat menambah perbendaharaan kepustakaan di Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini nantinya mampu menjadi bahan referensi dan penelitian terdahulu untuk penelitian yang akan datang.

E. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

- a. Ditinjau dari segi etimologi, kata strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos* yang diambil dari kata *strator* berarti militer dan juga berarti memimpin. Pada awalnya strategi diartikan sebagai *generalship* atau sesuatu yang dilakukan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan perang.⁸ Menurut kamus Webster dalam buku David R. Fred, strategi adalah seni tentang perencanaan dan pengelolaan operasi militer skala besar, tentang pengarahan kekuatan ke posisi yang paling menguntungkan sebelum pertemuan sesungguhnya dengan musuh.⁹
- b. Pemasaran merupakan ujung tombak dari perusahaan dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup, berkembang dan meningkatkan keuntungan.¹⁰
Jadi strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu.
- c. Anggota/nasabah merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank.¹¹

⁸ Zulkiflimansyah Setiawan Hari Purnomo, *Manajemen Strategi: Sebuah Konsep Pengantar*, (Jakarta: LPEEE UI, 1999), hal. 8

⁹ Fred R. David, *Manajemen Strategi, Edisi 10*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hlm. 33

¹⁰ Gita Danupranata, *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hal. 39

- d. Kepercayaan anggota/nasabah, kepercayaan adalah suatu keadaan psikologis pada saat seseorang menganggap suatu premis benar.¹² Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank, baik untuk keperluannya sendiri maupun sebagai perantara bagi pihak lain. Di dalam UU No. 10 tahun 1998 tentang Perbankan dimuat tentang jenis dan pengertian nasabah. Dalam pasal 1 angka 17 disebutkan bahwa pengertian nasabah yaitu pihak yang menggunakan jasa bank.¹³ Kepercayaan nasabah yang dimaksud yaitu lembaga mengupayakan sesuatu yang bisa menumbuhkan kepercayaan antara lembaga dengan anggota Koperasi Syariah.
- e. Tabungan adalah simpanan yang dapat diambil berdasarkan kesepakatan dengan menggunakan buku atau kartu sebagai alat penarikan dan diberikan imbalan bagi hasil atau bonus.¹⁴
- f. Tabungan Umum Syariah merupakan salah satu produk jasa simpanan yang dimiliki lembaga keuangan berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah*. Dengan prinsip ini pihak lembaga keuangan sebagai *costodian* harus menjamin pembayaran kembali nominal simpanan *wadiah*. Dana tersebut dapat digunakan untuk

¹¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan, edisi revisi delapan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hal. 94

¹² *Ibid*, hal. 97

¹³ Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000), hal. 32

¹⁴ Mohamad Ainun Najib, *Penguatan Prinsip Syariah pada Produk Bank Syariah*, Jurnal Jurisprudence, Vol. 7 No. 1 Juni 2017, hal. 23

kegiatan komersial. Pemilik simpanan dapat menarik kembali simpanannya sewaktu-waktu, baik sebagian atau seluruhnya.¹⁵

g. *Baitul Maal wa Tamwil*

Baitul Maal wa Tamwil adalah lembaga keuangan mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah.¹⁶

h. Koperasi Syariah

Koperasi adalah perserikatan yang bertujuan untuk memenuhi keperluan para anggotanya dengan cara menjual barang sehari-hari dengan harga lebih murah tidak berorientasi pada laba.¹⁷ Syariah adalah hukum agama yang menetapkan peraturan hidup manusia, hubungan antara manusia dengan Allah SWT, hubungan manusia dengan manusia dan alam semesta berdasarkan al-quran dan hadits. Jadi koperasi syariah merupakan lembaga mikro yang mendukung sistem ekonomi kecil dan menengah berdasarkan prinsip syariah.¹⁸

2. Definisi Operasional

Dari penegasan konseptual tersebut, maka dapat diambil pengertian yang dimaksud dengan Strategi Pemasaran dalam Membangun Kepercayaan Anggota terhadap Produk Tabungan Umum Syariah (Studi Kasus di BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo dan Koperasi Syariah Podojoyo Srengat) adalah perbandingan dari variabel yang

¹⁵ Mohamad Ainun Najib, *Penguatan Prinsip Syariah...*, hal. 23

¹⁶ Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal wa Tamwil (BMT)*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), hal. 126

¹⁷ Muhadjir Effendy, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi kelima*, (t.t.p: Balai Pustaka, 2016), hal. 753

¹⁸ Effendy, *Kamus Besar Bahasa Indonesia...*hal. 1402

menjadi perbedaan dan persamaan dalam pelaksanaan strategi pemasaran pada BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo dan Koperasi Syariah Podojoyo Srengat.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah difahami, maka penulis akan mendiskripsikan sistematika penulisan menjadi 3 bagian, yaitu bagian awal, bagian isi dan bagian akhir, sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Pada bagian ini, berisi: halaman sampul (cover), halaman judul skripsi, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman deklarasi, halaman abstrak, halaman kata pengantar dan halaman daftar isi.

2. Bagian Isi

Pada bagian ini terdiri dari 6 (enam) bab dengan masing-masing rincian sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini, sebagai pengantar yang merupakan gambaran umum, latar belakang masalah yang akan diteliti. Secara rinci dalam bab ini menjelaskan konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan dan kegunaan penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan.

BAB II : Kajian Pustaka

Pada bab ini memuat uraian tentang tinjauan pustaka atau buku-buku teks yang berisi teori-teori besar (*grand theory*), teori-teori yang dihasilkan dari penelitian terdahulu, serta kerangka konseptual.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang metode penelitian yang digunakan sebagai acuan dalam rangka mencapai hasil penelitian secara maksimal, yang memuat pendekatan dan jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknis analisis data, dan pengecekan keabsahan data.

BAB IV : Hasil Penelitian

Dalam bab ini berisi tentang uraian temuan penelitian dalam topik sesuai dengan strategi pemasaran dalam membangun kepercayaan anggota produk tabungan umum syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo dan Koperasi Syariah Podojoyo Srengat. Bab ini disusun sebagai bagian upaya menemukan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam fokus penelitian.

BAB V : Pembahasan

Dalam bab ini berisi tentang keterkaitan teori-teori tentang strategi pemasaran dalam membangun kepercayaan anggota produk tabungan umum syariah dengan praktik yang ada di lapangan.

BAB VI : Penutup

Merupakan bagian akhir dalam penulisan yang akan menunjukkan pokok-pokok penting dari keseluruhan pembahasan ini. Bagian ini menunjukkan jawaban ringkas dari permasalahan di atas yang berisi kesimpulan dan saran.