

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pada saat ini, peran perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangat besar. Dengan adanya lembaga perbankan, kegiatan ekonomi manusia akan berjalan lancar sehingga dapat menyejahterakan hidup manusia. Seiring berjalannya waktu semakin banyak lembaga keuangan yang memberi kemudahan bagi masyarakat untuk melakukan kegiatan perniagaan, lembaga keuangan juga dapat memudahkan nasabahnya dalam mendapatkan pinjaman dana untuk kebutuhan usaha, kebutuhan barang pribadi dan membantu aktivitas ekonomi yang lainnya.²

Lembaga perbankan di Indonesia terbagi menjadi lembaga perbankan konvensional dan lembaga perbankan syariah. Saat ini sudah banyak lembaga perbankan syariah yang dalam kegiatan operasionalnya menggunakan prinsip syariah sesuai dengan syariat Islam seperti Bank Syariah, BMT (*Baitul Maal Wa Tamwil*), koperasi syariah, dan lembaga keuangan syariah yang lain.

Lembaga keuangan kini sudah semakin berkembang dibuktikan dengan semakin banyak munculnya lembaga keuangan seperti BMT Peta Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung. Kedua BMT tersebut merupakan salah satu lembaga keuangan mikro syariah di Tulungagung yang dapat digunakan sebagai pendanaan dalam keperluan usaha maupun keperluan pribadi. Secara umum sektor usaha yang ada di Tulungagung

² Lukman Haryoso, Penerapan Prinsip Pembiayaan Syariah Pada BMT Bina Usaha Di Kabupaten Semarang, *Jurnal Law and Justice*, Vol. 2, No. 1, 2017, hal. 80

meliputi sektor pertanian dan non pertanian seperti perdagangan, peternakan, konveksi dan lainnya. Para pedagang, pengusaha dan pihak yang membutuhkan dana dapat menggunakan jasa lembaga keuangan untuk modal kelangsungan usahanya. Dalam hal ini menunjukkan bahwa lembaga keuangan ikut berperan dalam kelangsungan kegiatan ekonomi masyarakat sebagai sumber pendanaan.

Kurangnya informasi mengenai lembaga keuangan menyebabkan ketidakpahaman pelaku usaha mengenai prosedur pengajuan pinjaman, tata cara pengajuan pinjaman, persyaratan yang harus dipenuhi saat mengajukan pinjaman, dan adanya rasa kurang percaya akan pinjaman yang nantinya tidak sesuai dengan standar operasional yang berlaku. Untuk mengatasi hal tersebut, maka diperlukan adanya lembaga bank ataupun non bank maupun lembaga keuangan lainnya, khususnya berbasis syariah. Salah satu praktik keuangan mikro syariah di Indonesia adalah BMT (*Baitul Maal Wa Tamwil*). Bentuk lembaga ini diakui sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang lahir di Indonesia dengan memiliki ciri tersendiri. Dalam perkembangannya, BMT ini bertransformasi menjadi ujung tombak keuangan mikro syariah dengan sistem yang paling sesuai dengan masyarakat berpenghasilan rendah di Indonesia.³

BMT (*Baitul Maal Wa Tamwil*) merupakan salah satu bentuk dari lembaga keuangan mikro berbasis syariah di bawah sistem koperasi dan lembaga swadaya masyarakat. BMT adalah organisasi yang berfokus pada pengembangan kerjasama dan investasi untuk mengembangkan usaha

³ <https://knks.go.id/isuutama/22/sistem-informasi-dan-integrasi-data-institusi-keuangan-mikro-syariah-siid-ikms>, diakses pada Selasa, 31 Mei 2022 pada pukul 16.50 WIB

mikro dan mengatasi kemiskinan melalui sistem bagi hasil.⁴ Kegiatan operasional BMT terbagi menjadi dua yaitu menghimpun dana dari anggota BMT yang mempercayakan dananya di simpan di BMT dan menyalurkan dana kepada anggota BMT.

Pada penelitian ini, peneliti memilih BMT PETA dan BMT Muamalah Tulungagung sebagai objek yang diteliti karena kedua BMT ini menunjukkan perkembangan anggota yang baik setiap tahunnya terutama pada pembiayaan rahn yang banyak diminati oleh masyarakat karena pembiayaannya mudah dipahami, fleksibel, persyaratannya tidak rumit, dan proses transaksinya tidak menunggu lama.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini lebih lanjut tentang strategi pemasaran yang diterapkan untuk menambah jumlah anggota pada BMT (*Baitul Maal Wa Tamwil*) yang berjudul **Strategi Pemasaran Pembiayaan Rahn Untuk Meningkatkan Jumlah Anggota Dalam Perspektif Marketing Syariah (Studi Kasus Di BMT PETA Dan BMT Muamalah Tulungagung)**.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana strategi pemasaran pembiayaan rahn untuk meningkatkan jumlah anggota di BMT PETA dan BMT Muamalah Tulungagung?
2. Bagaimana strategi pemasaran pembiayaan rahn untuk meningkatkan jumlah anggota di BMT PETA dan BMT Muamalah Tulungagung dalam perspektif marketing syariah?

⁴ Shochrul Rohmatul Ajija, dkk. *Koperasi BMT : Teori, Aplikasi, dan Inovasi*, (Jawa Tengah: CV Inti Media Komunika, 2018), hal. 9

C. Tujuan Penelitian

Dari fokus penelitian di atas dapat diperoleh tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran pembiayaan rahn untuk meningkatkan jumlah anggota di BMT PETA dan BMT Muamalah Tulungagung
2. Untuk menganalisis strategi pemasaran pembiayaan rahn untuk meningkatkan jumlah anggota di BMT PETA dan BMT Muamalah Tulungagung dalam perspektif marketing syariah

D. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diperoleh identifikasi masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. Strategi pemasaran pembiayaan rahn untuk meningkatkan jumlah anggota di BMT PETA dan BMT Muamalah Tulungagung
- b. Strategi pemasaran pembiayaan rahn untuk meningkatkan jumlah anggota di BMT PETA dan BMT Muamalah Tulungagung dalam perspektif marketing syariah

2. Batasan Masalah

Agar pembahasan penelitian sesuai dengan permasalahan yang dimuat di latar belakang dan tidak meluas, maka peneliti memfokuskan penelitian pada strategi pemasaran pembiayaan rahn

untuk meningkatkan jumlah anggota di BMT PETA dan BMT Muamalah Tulungagung, dalam perspektif marketing syariah.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas wawasan tentang strategi pemasaran pada pembiayaan rahn.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT)

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat agar mengetahui strategi pemasaran yang paling dalam meningkatkan jumlah anggota pada BMT apakah mengalami peningkatan atau penurunan.

b. Bagi Nasabah BMT

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada nasabah tentang pembiayaan rahn yang ada di BMT PETA dan BMT Muamalah Tulungagung.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk masyarakat dan menambah pengetahuan tentang pembiayaan rahn yang ada di BMT.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan bahan rujukan untuk penelitian yang akan datang.

F. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.⁵

b. Pembiayaan rahn

Pembiayaan rahn (gadai) adalah jaminan atas barang yang dapat dijual sebagai jaminan utang dan dapat dijual untuk membayar utang jika orang yang berhutang tidak mampu membayar utangnya karena kesulitan.⁶

c. BMT

BMT (*Baitul Maal Wa Tamwil*) adalah lembaga keuangan mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang seluruh transaksi keuangan dilakukan dengan akad sesuai syariat Islam.⁷

d. Marketing syariah

Marketing syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategis bisnis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan value

⁵ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2007), hal. 168

⁶ Moh. Rifa'i, *Konsep Perbankan Syariah*, (Semarang: CV. Wicaksana, 2002), hal. 89

⁷ Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2009), hal. 446

dari satu inisiator kepada *stakeholders* nya yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.⁸

2. Definisi Operasional

Secara operasional, maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pembiayaan rahn untuk meningkatkan jumlah anggota di BMT PETA dan BMT Muamalah Tulungagung dalam perspektif marketing syariah. Istilah-istilah yang terdapat dalam penelitian ini perlu ditegaskan agar terhindar dari perbedaan penafsiran dan dapat menyamakan pemikiran dalam mengkaji.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini berisi tentang keseluruhan penelitian yang meliputi bagian awal, bagian isi dan bagian akhir. Sistematika memiliki tujuan untuk mempermudah memperoleh gambaran umum mengenai skripsi. Berikut uraian sistematika penulisan skripsi:

1. Bagian Awal

Bagian awal terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

2. Bagian Isi

⁸ Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006), hal. 9

Pada bagian isi terdiri dari enam bab yang diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, identifikasi dan batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tinjauan pustaka yang berisi tentang teoritis yang membahas strategi pemasaran, pembiayaan rahn, *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT), marketing syariah, dan teori yang dihasilkan dari penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang metode penelitian yang digunakan sebagai acuan untuk mencapai hasil penelitian secara maksimal. Pada bagian ini meliputi rancangan penelitian berupa pendekatan penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan penelitian, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang paparan data dan temuan penelitian tentang strategi pemasaran pembiayaan rahn untuk meningkatkan jumlah anggota di BMT PETA dan BMT Muamalah Tulungagung.

BAB V PEMBAHASAN

Pada bab ini dijelaskan tentang strategi pemasaran pembiayaan rahn untuk meningkatkan jumlah anggota di BMT PETA dan BMT Muamalah Tulungagung dalam perspektif marketing syariah.

BAB VI PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari jawaban atas fokus penelitian yang diajukan oleh peneliti dan saran-saran yang diberikan mengenai hasil analisis data pada bab-bab sebelumnya.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir penelitian terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, dan daftar riwayat hidup peneliti.