

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Indonesia terkenal sebagai negara muslim terbesar di dunia, dimana hampir semua penduduknya memerlukan akan adanya bank yang melakukan kegiatannya berdasarkan prinsip syariah. Berawal lahirnya Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang merupakan bank umum Islam pertama yang beroperasi di Indonesia, maka bermunculan lembaga-lembaga keuangan yang lain yaitu ditandai dengan tingginya semangat bank konvensional untuk mendirikan lembaga keuangan Islam yaitu Bank Syari'ah.<sup>1</sup> Namun, karena operasionalisasi bank syariah di Indonesia kurang menjangkau usaha masyarakat kecil dan menengah, maka muncul usaha untuk mendirikan lembaga keuangan mikro seperti Bank Pembiayaan Rakyat (BPRS) dan Baitul Mal wat Tamwil yang bertujuan untuk mengatasi hambatan operasionalisasi di daerah-daerah.<sup>2</sup>

Lembaga keuangan memiliki peran penting bagi kehidupan suatu negara, terlebih pada negara yang sedang berkembang seperti negara Indonesia. Lembaga keuangan memiliki peran strategis yang disebabkan fungsi utama lembaga keuangan sebagai suatu lembaga yang berfungsi

---

<sup>1</sup> Muhammad Sholahuddin, *Lembaga Keuangan dan Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Ombak Dua, 2014), hal. 144

<sup>2</sup> Supriyanto dkk, *Islam and Local wisdom: Religious Expression In Southeast Asia*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hal. 125-126

untuk mengumpulkan dana dari masyarakat dan menyalurkan dana ke masyarakat secara efektif dan efisien. Dengan peranan yang dimiliki tersebut, adanya lembaga keuangan diharapkan memberikan suatu kemanfaatan yang lebih bagi masyarakat, serta masyarakat diberikan kebebasan untuk memilih antara lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan non syariah.<sup>3</sup>

Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) merupakan sebuah lembaga perekonomian mikro yang bergerak menghimpun dana dan menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat kecil, baik yang bersifat sosial (nirlaba) seperti zakat, infaq dan sedekah maupun penyaluran dan pembiayaan modal usaha yang bersifat laba dengan sistem bagi hasil.<sup>4</sup> Di Indonesia, masyarakat pada umumnya memiliki banyak kebutuhan sehari-hari, baik kebutuhan mendesak maupun kebutuhan dimasa mendatang. Dalam mengatur pengeluaran terhadap kebutuhan hidup, menabung menjadi salah satu cara bagi masyarakat. Menabung merupakan aktivitas dalam menyisihkan sebagian pendapatan yang diterima dalam rangka membuat kita menjadi lebih bijak dalam pemakaian uang tersebut. oleh karena itu, menabung menjadi hal yang penting karena gaya masyarakat yang cenderung konsumtif.<sup>5</sup> Menabung dapat dilakukan dimana saja,

---

<sup>3</sup> Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk dan Religuitas Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada Lembaga keuangan Mikro Syariah", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 4, No. 2, 2018, hal. 136

<sup>4</sup> M. Taufiq, "Optimalisasi Peran Dewan Pengawas Syariah Di Lembaga Keuangan Mikro Syariah", *Journal Of Indonesian Islamic Economic Law*, Vol. 2, No. 1, 2020, hal. 75

<sup>5</sup>Tania Regina, "Strategi Pemasaran Tabungan Taplus Muda Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah PT. Bank Negara Indonesia (PERSERO), TBK. Cabang Pondok Pinang", *Jurnal Manajemen, Organisasi dan Bisnis*, Vol.9, No. 2, 2020 hal. 32

tetapi keamanan dari aset atau uang yang ditabung harus diperhatikan. Untuk itu, LKMS menjadi pilihan masyarakat untuk menyimpan uang terutama bagi kalangan pelajar.

Saat ini di Indonesia telah berkembang perusahaan jasa perbankan, baik yang konvensional maupun yang beroperasi secara syariah yang bersaing untuk menawarkan berbagai produk perbankan kepada calon nasabahnya. Persaingan yang semakin ketat di industri perbankan, para pemasar jasa perbankan menyadari bahwa strategi pemasaran yang tepat akan menjamin kelangsungan eksistensi lembaga keuangan yang bersangkutan. Oleh karena itu, aspek produk, harga promosi dan lokasi harus senantiasa berorientasi pada terciptanya kepuasan nasabah atau pelanggan (*customer statisfaction*).<sup>6</sup>

Lembaga Keuangan Mikro Syariah dijelaskan sebagai suatu sistem keuangan berbasis islam atau yang lebih dikenal syariah. LKMS yang dimaksudkan disini adalah Baitul Mal wat Tamwil (BMT).<sup>7</sup> BMT merupakan pelaku ekonomi yang lahir dan beroperasi menggunakan akad mengacu pada ekonomi syariah.<sup>8</sup> BMT adalah balai usaha mandiri berintikan *bayt al-mat wal al-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil, antara lain dengan mendorong kegiatan

---

<sup>6</sup>Didit Supriyadi dan Aulia Delvina, "Strategi Perbankan Syariah Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan IB Masalah Di Bank BJB Syariah KCP Cianjur", *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 3, No. 1, 2018, hal. 361

<sup>7</sup> Muhammad Kamal Zubair, "Analisis Faktor-Faktor Sustainability Lembaga Keuangan Mikro Syariah", *Jurnal IQTISHADIA*, Vol. 9, No. 2, 2016, hal. 203

<sup>8</sup> Neni Sri Imaniyati, *Aspek-Aspek Hukum BMT (Baitul Mal wat Tamwil)* (Bandung: Citra Aditya Bhakti, 2010), hal. 3

menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Suatu BMT dalam menjalankan aktivitasnya harus merencanakan strategi pemasaran agar keuntungan yang diinginkan dapat tercapai sesuai dengan harapan, ini menandakan bahwa kegiatan pemasaran dalam perusahaan harus dikoordinasi dan dikelola dengan baik,<sup>9</sup> sesuai dengan konsep bauran pemasaran yang bertujuan sebagai strategi dalam meningkatkan jumlah anggota untuk menabung di BMT tersebut terutama bagi kalangan pelajar.

Dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam meningkatkan jumlah anggota hendaknya di implementasikan secara konsisten dan bijaksana, salah satu produk tersebut adalah Simpanan bagi pelajar. Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh islam karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk melaksanakan perencanaan masa depan sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan.<sup>10</sup> Tujuan dari simpanan pelajar ini adalah untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Zainal Habib, Mudhori dan Saida Firdaus Nuzula, "Pengaruh Strategi Pemasaran dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung di KSKKS BMT Kemintraan Bojonegoro", *Journal of Management and Sharia Bussiness*, Vol. 1, No. 1, 2021, hal. 32

<sup>10</sup> Miftahur Rahman, "Praktik Pengelolaan Dana Simpanan Insani dan Zamani Pada BMT An-Nawawi Berjan Purworejo Dalam Perspektif Hukum Bisnis Syariah", *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 1, No. 1, 2018, hal. 203

<sup>11</sup> Siti Imaniatul Muflihatin, Nursmasi dan M Khoirul Muttaqin, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) Pada BPR Bank Daerah Lamongan", *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 9, No. 2, 2021, hal. 78

Baitul Mal wat Tamwil (BMT) merupakan pelaku ekonomi mikro. Peran BMT dalam memberikan kontribusi pada gerak roda ekonomi kecil sangat nyata. BMT langsung masuk kepada pengusaha. Selain itu, nilai strategis BMT yang paling istimewa adalah menjadi penggerak pembangunan dalam menyantuni masyarakat. BMT merupakan pelaku ekonomi yang lahir dan beroperasi menggunakan akad mengacu pada ekonomi syariah. Hal ini yang menarik untuk dicermati berkenaan dengan eksistensi hukum ekonomi syariah dalam sistem hukum nasional Indonesia dewasa ini adalah kenyataan bahwa hukum materiil ekonomi dan keuangan syariah belum diatur dalam peraturan perundang-undangan, kecuali untuk perbankan syariah telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah tetapi dituangkan dalam bentuk fatwa-fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Dalam waktu yang relatif singkat (1999-2006), DSN-MUI telah menetapkan 54 fatwa hukum berkenaan dengan berbagai masalah yang berhubungan dengan ihwal ekonomi dan keuangan syariah Indonesia.<sup>12</sup>

Melihat kondisi tersebut, seluruh institusi perbankan syariah termasuk juga BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung belomban-lomba dan bersaing memasarkan produk simpanan yang memenuhi kebutuhan masyarakat khususnya di kalangan pelajar. Produk simpanan yang dikhususkan untuk pelajar

---

<sup>12</sup> Neni Sri Imaniyati, *Aspek-Aspek Hukum...*, hal. 3

biasanya disebut dengan Simpanan bagi pelajar. Pada BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum Tulungagung produk tersebut ada dua yaitu SIWADA (Simpanan Wadi'ah) merupakan layanan penyimpanan dana hanya diperuntukan bagi pelajar guna menghimpun dana tabungan siswa yang menggunakan akad Wadi'ah sedangkan SIDIK (Simpanan Lembaga dan Pendidikan) merupakan layanan penyimpanan dan yang diperuntukkan bagi lembaga atau organisasi dan pelajar guna menghimpun dana tabungan siswa menggunakan akad mudharabah.<sup>13</sup> Sedangkan pada BMT Istiqomah Tulungagung disebut SIMPATI (Simpanan Pendidikan Istiqomah) merupakan produk simpanan yang memberikan perlindungan asuransi di dalamnya. Simpanan pendidikan dikelola oleh lembaga keuangan yang dapat menjaga keutuhan modal awal (setoran) dengan menggunakan akad mudharabah.<sup>14</sup> Perbedaan kedua BMT tersebut mengenai simpanan pelajar, dalam BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum yaitu untuk SIWADA (Simpanan Wad'ah) usia pelajar yang ditargetkan adalah anak usia 5 tahun sampai 12 tahun. Sedangkan pada SIDIK (Simpanan Lembaga dan Pendidikan) usia pelajar yang ditargetkan adalah anak usia 13 tahun sampai 18 tahun.<sup>15</sup> sedangkan pada BMT Istiqomah Tulungagung untuk

---

<sup>13</sup> Hasil Wawancara dengan Muhlis Prasetya, Selaku Manajer Umum, Tanggal 12 April 2022 di Kantor BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum Tulungagung, Pukul 10.00 WIB

<sup>14</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Arif Jauhari, Selaku Manajer, Tanggal 6 April 2022 di Kantor BMT Istiqomah Tulungagung, Pukul 10.00 WIB

<sup>15</sup> Hasil Wawancara dengan Zekky Ahfaz Fahrudin, Selaku Manajer Pemasaran, Tanggal 12 April 2022 di Kantor BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum Tulungagung, Pukul 10.30 WIB

SIMPATI (Simpanan Pendidikan Istiqomah) usia pelajar yang ditargetkan adalah anak usia 5 tahun sampai 17 tahun.<sup>16</sup>

Adanya *Marketing Mix* dalam meningkatkan jumlah anggota simpanan bagi pelajar menjadikan ketertarikan peneliti untuk masalah ini, Menurut Lovelock, Wirtz dan Mussry sebagaimana dikutip oleh Hesti Mayasari, Mira Diana dan Berri Brilliant Albar menyatakan bahwa bauran pemasaran terdiri dari *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi) dan *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical eviedence* (bukti fisik) dan *process* (proses),<sup>17</sup> teori bauran pemasaran mengalami perkembangan dimana untuk industri jasa dilakukan penambahan 3P sehingga menjadi 7P yaitu proses (process), orang (people) dan bukti fisik (physical evidence). Pengembangan bauran pemasaran jasa ini dapat mempermudah bank ataupun perusahaan jasa lainnya untuk menetapkan strategi pemasaran yang tepat.<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> Hasil Wawancara dengan Bapak Heru Sunarko, Selaku Pembiayaan, Tanggal 6 April 2022 di Kantor BMT Istiqomah Tulungagung, Pukul 10.30 WIB

<sup>17</sup> Hesti Mayasari, Mira Diana dan Berri Brilliant Albar, "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa...", hal. 4

<sup>18</sup> Evelyn Wijaya dan Puspa Marantika Ariyanti, "Pengaruh Service Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada PT. Bank Mayapada Internasional TBK Cabang A. Yani Pekanbaru", *Journal of Economics, Business and Accounting*, Vol. 1, No. 2, 2018, hal. 285

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Jumlah Anggota Simpanan bagi Pelajar**  
**Tahun 2018-2021**

No	Tahun	SIWADA	SIDIQ	SIMPATI
1	2018	518	12	5.295
2	2019	537	18	5.609
3	2020	553	35	5.672
4	2021	575	36	5726

*Sumber: Data jumlah anggota pada produk simpanan bagi pelajar pada BMT*

*Rizwa Manba'ul 'ulum Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung.*

Dapat dilihat dari data jumlah nasabah diatas bahwa produk simpanan bagi pelajar memiliki peminat menabung yang cukup tinggi, beberapa kendala mungkin dirasa dalam strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan jumlah anggota simpanan bagi pelajar dan perlu adanya pembenahan secara menyeluruh agar dapat maksimal dalam menarik minat nasabah terutama pelajar untuk menabung di kedua BMT tersebut. Berdasarkan penjelasan diatas, alasan utama penulis tertarik untuk mengambil judul **“Strategi Bauran Pemasaran dalam Peningkatan Jumlah Anggota Simpanan bagi Pelajar (Studi Kasus di BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Secara khusus dapat dirumuskan beberapa permasalahan dalam rincian sebagai berikut:

1. Bagaimana konsep bauran pemasaran dalam peningkatan jumlah anggota simpanan bagi pelajar pada BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung?
2. Apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat dalam peningkatan jumlah anggota simpanan bagi pelajar pada BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan konsep bauran pemasaran dalam peningkatan jumlah anggota simpanan bagi pelajar pada BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan tentang pendukung dan penghambat dalam peningkatan jumlah anggota simpanan bagi pelajar pada BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung ditinjau dari perspektif bauran pemasaran.

#### **D. Batasan Masalah**

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah untuk menghindari tidak terkendalinya bahasan masalah dalam studi ini sebagai berikut:

1. Kurangnya pemahaman mengenai konsep bauran pemasaran dalam peningkatan jumlah anggota simpanan bagi pelajar pada BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung.
2. Kurangnya pemahaman tentang pendukung dan penghambat dalam peningkatan jumlah anggota simpanan bagi pelajar pada BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung ditinjau dari perspektif bauran pemasaran.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan menambah pengetahuan mengenai Baitu Mal wat Tamwil (BMT), khususnya strategi bauran pemasaran dalam peningkatan jumlah anggota simpanan bagi pelajar pada BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung yang sejatinya perlu ditingkatkan dan dikaji lebih dalam.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Lembaga

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan oleh *stakeholder* BMT khususnya pada BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung sehingga kebijakan manajemen yang diambil akan bermanfaat untuk kepentingan BMT dan para pelaku *stakeholder* lainnya.

### b. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini digunakan untuk pertimbangan dalam strategi bauran pemasaran dalam peningkatan jumlah anggota simpanan bagi pelajar pada BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung.

### c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan peneliti di masa yang akan datang.

## **F. Penegasan Istilah**

Berdasarkan fokus dan rumusan masalah penelitian maka uraian definisi istilah dalam penelitian ini. Adapaun penegasan istilah yaitu sebagai berikut:

### 1. Secara Konseptual

- a. Strategi adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan.<sup>19</sup>
- b. Bauran pemasaran adalah seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan yang meliputi produk, harga, tempat dan promosi.<sup>20</sup>
- c. Peningkatan jumlah anggota adalah suatu strategi bank dalam upaya merebut hati masyarakat, sehingga masyarakat mau menempatkan dananya pada bank tersebut.<sup>21</sup>
- d. Simpanan bagi pelajar adalah tabungan untuk pelajar dengan persyaratan yang mudah dan sederhana serta jumlah minimum menabung yang relatif ringan.<sup>22</sup>

## 2. Secara Operasional

Dalam menghadapi tantangan perkembangan Lembaga Keuangan Syariah khususnya BMT diperlukan inovasi dalam hal strategi untuk meningkatkan jumlah anggota. Salah satu strateginya adalah dengan menerapkan konsep bauran pemasaran untuk meningkatkan

---

<sup>19</sup> Endan Hamdani dan Hendri Maulana, "Peranan Strategi Pemasaran Bank Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah", *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol 5, No. 1, 2017, hal. 51

<sup>20</sup> Yofina Mulyanti dan Miko Afrinata, "Analisis Pengaruh Strategi...", hal. 192

<sup>21</sup> Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), hal. 41

<sup>22</sup> Refa Gustia dan Choirunnisak, "Mekanisme Produk Tabungan SIMPEL (Simpanan Pelajar) Di PT Bank Mayapada Internasional. Tbk", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah*, Vol. 1, No. 1, 2021, hal. 64

jumlah anggota terutama pada BMT Rizwa Manba'ul 'Ulum Tulungagung dan BMT Istiqomah Tulungagung.

## **G. Sistem Penulisan Skripsi**

Dalam penulisan proposal skripsi ini, penulis menggunakan buku pedoman skripsi UIN (Universitas Islam Negeri) Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Untuk mempermudah pemahaman, maka penulis membuat sistematika penulisan sesuai dengan buku pedoman skripsi tersebut. sistematika penelitian ini berisi tentang isi keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi dan bagian akhir penelitian.

Bagian awal berisi tentang halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, dosen pembimbing, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran dan abstrak.

Bagian isi terdiri dari 6 bab yaitu:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini membahas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematikan penulisan skripsi.

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini memuat uraian tentang teori-teori mengenai Konsep Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Peningkatan Jumlah Anggota, Tinjauan Umum tentang Simpanan. Teori ini dirujukan guna untuk

penjelasan serta bahan pembahasan hasil penelitian. dalam penelitian kualitatif teori yang dirujuk dari Pustaka hasil penelitian terdahulu digunakan sebagai penjelasan hasil dari penelitian di lapangan.

### BAB III METODE PENELITIAN

Berisikan pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data primer dan sekunder, teknik pengumpulan data, teknik analisis, pengecekan keabsahan temuan dan tahap-tahap penelitian.

### BAB IV HASIL PENELITIAN

Berisikan uraian paparan data yang disajikan dengan topik sesuai dalam pernyataan yang ada dalam rumusan masalah dan hasil analisis data.

### BAB V PEMBAHASAN

Memuat keterkaitan pola-pola, kategori dan dimensi posisi temuan serta teori yang ditemukan terhadap teori-teori temuan sebelumnya, serta interpretasi maupun penjelasan dari temuan teori yang akan diungkapkan dari lapangan.

### BAB IV PENUTUP

Berisi mengenai kesimpulan, dan saran atau rekomendasi dari ulasan sesuai dengan permasalahan yang diteliti.