

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Aspek kepercayaan adalah modal utama bisnis lembaga keuangan, semakin lembaga keuangan menunjukkan eksistensinya semakin tinggi pula kepercayaan anggota terhadap lembaga. Begitu pula Lembaga Keuangan Syariah *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) yang merupakan jasa keuangan syariah yang sangat menaruh kepercayaan terhadap anggotanya. Tidak adanya Lembaga Penjamin Simpanan (LPS)<sup>1</sup> pada BMT, mengharuskan lembaga berupaya membangun kepercayaan kepada anggotanya. Upaya untuk membangun kepercayaan anggota pada sebuah lembaga diperlukan cara yaitu dengan meningkatkan strategi pemasaran di lembaga itu sendiri<sup>2</sup>.

Untuk mencapai tujuannya, setiap perusahaan mengarahkan kegiatan usahanya untuk menghasilkan produk yang dapat memberikan kepuasan konsumen, sehingga dalam jangka panjang perusahaan mendapatkan keuntungan yang diharapkannya. Melalui produk yang dihasilkannya, perusahaan menciptakan dan membina langganan. Oleh karena itu, keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh keberhasilan usaha pemasaran dari produk yang dihasilkannya. Keberhasilan ini ditentukan oleh ketepatan produk yang dihasilkannya dalam memberikan kepuasan dari sasaran konsumen yang ditentukannya. Dengan kata lain, usaha-usaha pemasaran haruslah diarahkan pada

---

<sup>1</sup>Abdul Ghofur Anshori, *Penerapan Prinsip Syariah*, (Yogyakarta: Celeban Timur, 2008), hal. 192.

<sup>2</sup>Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal 1

konsumen yang ini dituju sebagai sasaran pasarnya. Dalam hal ini, maka usaha pemasaran yang menunjang keberhasilan perusahaan dapat menentukan strategi pasar dan strategi pemasaran yang mengarah kepada sasaran pasar yang dituju.

Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatkannya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga bisa dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat. Para pesaing justru semakin gencar melakukan usaha pemasaran dalam rangka memasarkan produknya.<sup>3</sup>

Dalam melakukan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut hati konsumen terutama untuk produk yang baru diluncurkan. Sedangkan dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis.

Tujuan suatu perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran pemasaran yaitu dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan akan suatu produk maupun jasa, dalam rangka memenuhi keinginan para pelanggan akan suatu produk atau jasa, dalam rangka memberikan kepuasan semaksimal mungkin terhadap pelanggan, dalam rangka meningkatkan penjualan dan laba, dalam rangka ingin menguasai pasar dan menghadapi pesaing, dalam rangka memperbesar kegiatan usaha.

Bagi dunia perbankan yang merupakan badan usaha yang berorientasi

---

<sup>3</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2010), hal 51

profit, kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan utama dan sudah merupakan suatu keharusan untuk dijalankan. Pemasaran harus dikelola secara profesional sehingga kebutuhan dan keinginan pelanggan akan segera terpenuhi dan terpuaskan.

Pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan. Produk bank adalah jasa yang ditawarkan kepada nasabah untuk mendapatkan perhatian, untuk dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.

Tujuan pemasaran bank adalah memaksimalkan konsumsi sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang, memaksimalkan kepuasan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan, memaksimalkan pilihan dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula, memaksimalkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah.

Seperti halnya BMT, sebagai salah satu lembaga keuangan mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah, BMT memiliki fungsi seperti halnya bank, yaitu sebagai lembaga keuangan yang menjembatani (*intermediasi*) antara pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana.<sup>4</sup>Jadi, BMT akan memberikan kemudahan bagi pihak yang kelebihan, akan tetapi tidak

---

<sup>4</sup>Jamal Lulail Yunus, *Manajemen Bank Syariah*, (Malang: Uin Malang Press, 2009), hal. 5

memiliki waktu lebih untuk mengelola dana yang dia miliki, disinilah fungsi BMT yaitu untuk menghimpun dana berupa tabungan kemudian menyalurkan dana tersebut dalam bentuk pembiayaan.<sup>5</sup>

Aktivitas utama lembaga keuangan seperti BMT adalah mengoptimalkan penghimpun dana dari masyarakat. Di samping sebagai polling likuiditas, penghimpun dana masyarakat ini juga mempunyai misi untuk mendidik atau menumbuhkan budaya menabung pada masyarakat, terutama bagi kalangan informal dan mikro.

BMT juga memiliki keunggulan dan kelemahan. Keunggulan dari BMT bagi masyarakat yaitu pertama, BMT memiliki dasar hukum operasional yakni al-Qur'an dan al-Hadits, sehingga dalam operasionalnya sesuai dengan prinsip-prinsip dasar seperti diperintahkan oleh Allah SWT, juga seperti yang dicontohkan Rasulullah Saw. Kedua, BMT mendasarkan semua produk dan operasional pada prinsip-prinsip efisiensi, keadilan, dan kebersamaan. Ketiga, adanya kesamaan ikatan emosional keagamaan yang kuat antara pemegang saham, pengelola, dan nasabah, sehingga dapat dikembangkan kebersamaan dalam menghadapi resiko usaha dan membagi keuntungan secara jujur dan adil. Keempat, tersedianya pembiayaan (qordul hasan) yang tidak membebani nasabah dengan biaya apapun, kecuali biaya yang dipergunakan sendiri, seperti biaya materai, biaya notaris, dan sebagainya, dana fasilitas ini diperoleh dari pengumpuln zakat, infak, dan sadaqah, para ahli zakat yang masih mengendap. Kelima, dengan adanya sistem bagi hasil, maka untuk kesehatan BMT yang bisa diketahui dari naik turunnya

---

<sup>5</sup>MakhalulIlmi, *Teori Dan Praktek Mikro Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Uii Press, 2002), hal. 67

jumlah bagi hasil yang diterima, maka persaingan antar BMT berlaku wajar yang diperuntukkan oleh keberhasilan dalam membina nasabah dengan profesionalisme dan pelayanan yang baik.<sup>6</sup>

Namun, BMT selain memiliki keunggulan juga memiliki kelemahan dan tantangan. Kelemahan-kelemahan serta permasalahan-permasalahan yang ada dalam BMT adalah pertama, dalam operasional BMT, pihak-pihak yang terlibat didasarkan pada ikatan emosional keagamaan yang sama, sehingga antara pihak-pihak khususnya pengelola BMT dan BMT harus saling percaya, bahwa mereka sama-sama beritikad baik dan jujur dalam bekerjasama. Kedua, sistem bagi hasil yang adil memerlukan tingkat profesionalisme yang tinggi bagi pengelola BMT untuk membuat perhitungan yang cermat dan terus-menerus. Ketiga, motivasi masyarakat muslim untuk terlihat dalam aktifitas BMT adalah emosi keagamaan, ini berarti tingkat efektifitas keterlibatan masyarakat muslim dalam BMT tergantung pada pola pikir dan sikap masyarakat itu sendiri. Keempat, BMT tidak memiliki penjamin simpanan, ketika melakukan simpanan di BMT hanya menaruh kepercayaan, melihat literatur pengelolaan, serta pengurus atau pendirinya yang berpengaruh di dalamnya.<sup>7</sup>

Dengan melihat kelemahan dan segala keunggulan pada BMT berpengaruh besar pada tingkat kepercayaan nasabah dalam melakukan simpanan pada BMT tersebut, karena berpengaruh pada dana yang di dapat dari nasabah yang berupa simpanan, aktifitas manajemen ini harus bisa mewujudkan tujuan

---

<sup>6</sup>Widodo Hertama, *PAS (Pedoman Akuntansi Syariah): Panduan Praktis Operasional Baitul Mal Wal Tamwil (BMT)*, (Bandung: Mizan, 1999), hal. 45

<sup>7</sup>Muhammd Ridwan, *Sistem dan Prosedur Pendirian Baitul Mal Wat Tamwil (BMT)*, (Yogyakarta: Citra Media, 2006), hal 1.

BMT secara efektif dan efisien, dengan meminimalisir kelemahan BMT dan mengembangkan keunggulan yang dimiliki BMT.

Dari fenomena di atas perkembangan BMT di pandang belum sepenuhnya mampu menjawab problem riil ekonomi yang ada di kalangan masyarakat. Hal ini di sebabkan beberapa faktor antara lain, belum memadainya sumber daya manusia yang terdidik dan profesional, menyangkut manajemen pemasaran dan pengembangan budaya serta jiwa wirausaha, permodalan dana yang relatif kecil terbatas, adanya ambivalensi antara konsep syariah pengelolaan BMT dengan operasionalisasi di lapangan, tingkat kepercayaan yang masih rendah dari umat Islam dan secara akademik belum terumuskan dengan sempurna untuk mengembangkan lembaga keuangan syariah dengan sistematis dan professional.<sup>8</sup>

Kompleksitas persoalan tersebut menimbulkan dampak terhadap kepercayaan masyarakat tentang keberadaan BMT di banding lembaga keuangan konvensional. Padahal di lihat dari latar belakang berdirinya, BMT merupakan jawaban terhadap tuntutan dan kebutuhan kalangan umat muslim. Eksistensi lembaga keuangan syariah sejenis BMT, jelas memiliki arti penting bagi pembangunan ekonomi berwawasan syariah terutama dalam memberikan solusi bagi pemberdayaan usaha kecil dan menengah serta menjadi inti kekuatan ekonomi yang berbasis kerakyataan dan sekaligus menjadi penyangga utama system perekonomian nasional. Hal ini menunjukkan peranan BMT sangat berarti bagi masyarakat karena BMT merupakan suatu lembaga mikro syariah yang

---

<sup>8</sup>*Ibid*,hal. 3.

mampu memecahkan permasalahan.

Sebuah BMT sudah seharusnya memberikan kepuasan yang lebih kepada anggota. Hal itu harus dilakukan bukan sekedar untuk menunjukkan rasa terima kasih karena telah menggunakan jasa BMT tersebut. Tetapi sekaligus untuk membantu meningkatkan kepercayaan anggota.

Manajemen pemasaran yang tepat pada sebuah BMT tentunya akan memberikan efek positif kepada BMT itu sendiri, selain semakin bertambahnya jumlah anggota yang menggunakan produknya, citra BMT di mata masyarakat juga akan semakin baik. Seperti yang terjadi pada perusahaan lain, masyarakat yang merupakan anggota dari BMT juga ingin mendapatkan apa yang diinginkan dari BMT yang mereka gunakan.

Dengan manajemen pemasaran yang baik, maka anggota akan merasa nyaman dan setia untuk menggunakan layanan serta produk BMT tersebut tanpa adanya rasa khawatir. Di samping itu penerapan *service excellence* yang baik juga akan menjamin keamanan anggota serta BMT itu sendiri. Dengan meningkatkan pelayanan, bahkan sebuah BMT tidak harus berjuang untuk mendapatkan anggota karena masyarakat akan datang dengan sendirinya kepada BMT tersebut.

Permasalahan-permasalahan di atas juga di alami oleh lembaga keuangan lain, seperti yang terjadi pada BMT Sinar Amanah yang ada pada Tulungagung. Permasalahan-permasalahan tersebut di antaranya adalah kurangnya sikap ramah dalam memberikan pelayanan kepada anggota, pemasaran yang masih kurang untuk diterapkan, dan dari segi pelayanan menurut syariah Islam belum terlaksana secara sempurna

## **B. Fokus Penelitian**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana upaya lembaga keuangan syariah untuk membangun kepercayaan anggota penabung ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk meningkatkan kepercayaan anggota penyimpan dana pada lembaga keuangan syariah.

## **D. Kegunaan Penelitian**

### **1. Secara Teoritis**

Upaya untuk membangun sebuah kepercayaan dengan memaksimalkan pelayanan dan juga mengembangkan sumber daya manusia yang ada di BMT, diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan anggota (masyarakat) terhadap kinerja BMT.

### **2. Secara Praktis**

#### **a. Bagi pihak BMT Sinar Amanah Tulungagung**

Sebagai bahan saran dan masukan dalam menerapkan upaya untuk membangun kepercayaan lembaga keuangan syariah terhadap anggota penabung pada BMT Sinar Amanah.

#### **b. Bagi Akademik**

Hasil penelitian ini di harapkan dapat member penambahan referensi atau tambahan-tambahan buku-buku di perpustakaan IAIN Tulungagung.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mempermudah peneliti selanjutnya dalam hal implementasi upaya untuk membangun kepercayaan lembaga keuangan syariah terhadap anggota penabung.

## **E. Penegasan Istilah**

### **1. Definisi Konseptual**

Berdasarkan pada variabel dari penelitian di atas, maka perlu kita ketahui definisi atau pengertian antara masing-masing, untuk menghindari kesalahan pemahaman dalam menginterpretasikan beberapa istilah yang digunakan dalam judul skripsi ini, maka penulis merasa perlu untuk menjelaskan beberapa istilah.

Upaya Lembaga Membangun Kepercayaan, upaya adalah usaha atau ikhtiar untuk mencapai suatu maksud, memecahkan persoalan, mencari jalan keluar, dan sebagainya.<sup>9</sup> Upaya lembaga yang dimaksud yaitu lembaga mengupayakan sesuatu yang bisa menumbuhkan kepercayaan antara lembaga dengan anggota BMT.

Manajemen pemasaran kegiatan penganalisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara, keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) jangka panjang.<sup>10</sup> Manajemen pemasaran yaitu meliputi konsep pemasaran, strategi pemasaran produk bank, dan etika perbankan.

---

<sup>9</sup>Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <http://kbbi.web.id/upaya> ,di akses pada tanggal 27 Mei 2016, 13:15 WIB

<sup>10</sup>Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran...*, hal. 12

## **2. Definisi Operasional**

Dari judul di atas maka secara operasional dapat dikatakan bahwa peneliti ingin menganalisis upaya untuk membangun kepercayaan lembaga keuangan syariah pada anggota penabung, manajemen pemasaran, strategi pemasaran dan etika perbankan. Guna untuk mengetahui adakah kendala yang dihadapi BMT atau anggota saat manajemen pemasaran diterapkan.

## **F. Sistematika Pembahasan**

Dalam mengarahkan penulisan skripsi ini untuk lebih sistematis dan sesuai dengan pokok permasalahan, sehingga memudahkan pembaca untuk memahami kandungan dari karya ilmiah ini, penulis membagi dalam lima bab yang masing-masing bab terdiri dari sub bab dengan sistematika sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini memuat latar belakang untuk memberi penjelasan yang diteliti. Berfungsi untuk mengarahkan penulis agar tidak melebar dan untuk memperjelaskan penulis memaparkan tujuan dan kegunaan penulisan, dilanjutkan dengan penegasan judul yang sengaja ditampilkan untuk menghindari kerancuan pemahaman dari perbedaan cara pandang terhadap istilah-istilah dalam judul skripsi. Sistematika penulisan ditampilkan guna memudahkan pembaca melihat sudut pandang penulis dan memudahkan membaca isi tulisan ini.

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Menerangkan mengenai teori yang membahas tentang upaya untuk membangun kepercayaan lembaga keuangan syariah terhadap anggota dalam penabung pada BMT Sinar Amanah Tulungagung. Bab ini terdiri dari 4 sub bab yang membahas mengenai teori kejujuran, teori pelayanan, teori sumber daya manusia, dan teori tentang faktor lingkungan.

**BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang metode penelitian yang digunakan sebagai acuan dalam rangka mencapai hasil penelitian secara maksimal, yang memuat rancangan penelitian berisi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian. Bab ini terdiri dari 8 sub bab yang membahas mengenai jenis dan pendekatan penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, tahap penelitian.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN**

Dalam bab ini berisi tentang paparan data-data yang diperoleh setelah melakukan penelitian, berupa hasil

wawancara dengan nasabah dan karyawan.

## BAB V : PEMBAHASAN

Pembahasan berisi tentang uraian hasil penelitian dan pembahasan deskriptif hasil penelitian tentang Analisis Upaya Untuk Membangun Kepercayaan Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Anggota Dalam Penabung. Bab ini disusun sebagai bagian upaya menemukan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam rumusan masalah.

## BAB VI : PENUTUP

Dalam penutup meliputi kesimpulan, dan saran yang dihasilkan dari keseluruhan pembahasan yang telah disampaikan. Kemudian dilengkapi dengan daftar pustaka



