

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di zaman sekarang ini pengembangan usaha jasa keuangan sudah semakin maju, tidak terkecuali dengan perkembangan Baitul Maal Wa Tamwil/BMT. BMT kian maju terus menerus dengan bertambah jumlahnya, khususnya di daerah Jawa Timur yang hampir tidak terhitung jumlahnya. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat sudah mulai mengenal tentang keberadaan tentang BMT, dimana kita banyak ketahui bahwa sebagian besar masyarakat hanya mengenal dan tahu bahwa Bank lah yang dapat melayani mereka didalam melakukan transaksi keuangan baik menyimpan ataupun pembiayaan.

Banyaknya lembaga keuangan makro maupun mikro yang tersebar di seluruh Indonesia, rupanya belum mencapai kondisi yang ideal, jika diamati secara teliti. Hal ini nampak dari banyaknya lembaga keuangan mikro yang hanya mengejar target pendapatan masing-masing, sehingga tujuan yang lebih besar terabaikan, khususnya dalam pengembangan ekonomi masyarakat bawah. Padahal lembaga keuangan mikro mempunyai posisi strategis dalam pengembangan ekonomi masyarakat bawah. Dalam kondisi yang demikian inilah Baitul Maal W

Tamwil/BMT. Muncul dan mencoba menawarkan solusi bagi masyarakat kelas bawah.

Kegiatan operasional Baitul Maal Wa Tamwil/BMT yaitu menghimpun dana dari masyarakat, kemudian menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan. Dalam aktivitas penghimpun dana akad yang digunakan adalah prinsip wadi'ah dengan akad wadi'ah yadh dhamannah. Dimana akad wadi'ah yadh dhamannah digunakan untuk produk simpanan Idul Fitri, Berlibur, Qurban, Haji-Umroh, dan produk simpanan umum.

Pengembangan lembaga keuangan saat ini telah mengalami banyak perubahan. Setiap lembaga keuangan dihadapkan dengan masalah mengenai pemasaran maka dari itu, dapat merumuskan rencana strategi pemasaran yang efektif, lembaga perlu mendapatkan sejauh mungkin segala sesuatu mengenai pesaingnya. Lembaga harus terus menerus membandingkan produk, harga, saluran, dan promosi miliknya dengan milik pesaingnya.¹ Dengan cara ini lembaga akan tahu mengenai keunggulan maupun kekurangan mengenai produknya. Oleh karena itu diperlukan suatu strategi dalam usaha untuk meningkatkan anggota dan untuk mengetahui tentang pengembangannya.

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke sebuah pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan masyarakat. Produk

¹ Nembah F.Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: CV. Yrama Widya) hal. 241

mempunyai wujud tertentu dan sifat-sifat fisik tertentu, disamping itu terdapat tenggang waktu antara saat produk mulai ada dengan saat dipasarkan. Produk juga merupakan sekelompok sifat yang berwujud maupun tidak berwujud yang didalamnya memuat harga, warna, kemasan, merek, serta pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada nasabah atas apa yang diinginkan.²

Strategi pengembangan produk adalah strategi suatu usaha yang dilakukan oleh suatu lembaga melalui perbaikan bentuk, penyederhanaan, penyempurnaan bentuk kembali, menambah desain atau model dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan nasabah.³ Strategi produk dilakukan agar produk yang nantinya akan diperkenalkan ke nasabah lebih menarik dari segi merek, kemasan, dan harga, sehingga nasabah pun merasa tertarik dan puas dalam memilih produk.

Proses pengembangan produk menjadi lebih terspesialisasi dan dinamik serta perlu berubah ke arah yang lebih baik lagi. Produk yang dihasilkan selalu bergerak untuk memuaskan kebutuhan nasabah. Secara keseluruhan pengembangan produk baru merupakan mesin inti pertumbuhan pasar suatu lembaga. Oleh karena itu, dituntut untuk mengelolanya dengan baik. Sebagaimana pasar berubah dengan cepat sesuai dengan pengembangan dan kondisi persaingan yang tidak lagi begitu mudah.

²Prof. Dr. J. Winardi, SE, *Entrepreneur dan Entrepreneurship*, (Jakarta: Kencana, 2008) hal. 84

³ Abdullah Tamrin, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Press, 2014) hal. 42

Pengembangan produk memerlukan strategi yang tepat bersama-sama dengan aspek pendukungnya, seperti manusia, infrastruktur, budaya, dan inovasi yang berkelanjutan. Untuk mampu bertahan dipasar, lembaga syariah senantiasa berusaha dengan berbagai cara untuk berada di depan para pesaingnya dengan menciptakan produk yang sangat baru, proses yang berbeda, memanfaatkan infrastruktur yang sama atau berbeda. Membutuhkan ketrampilan baru, meluncurkan produk efisien untuk menghemat biaya, atau dengan menciptakan produk yang tergolong mudah tetapi dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah BMT Perekonomian Tasyrikah Agung (KSPPS BMT PETA) merupakan salah satu BMT yang sedang berkembang di kota Tulungagung, KSPPS BMT PETA memiliki kantor pusat di Tulungagung tepatnya di JL. KH Wahid Hasyim, No.27 Tulungagung. Kehadirannya diharapkan mampu mendorong dan meningkatkan perekonomian masyarakat dengan berbagai produk yang di tawarkan diantaranya adalah dengan produk simpanan yang ada di KSPPS BMT PETA.

Dengan banyaknya lembaga keuangan syariah menjadikan posisi bagi KSPPS BMT PETA sebagai salah satu lembaga keuangan syariah yang harus mampu bersaing dan memberikan kemudahan bagi masyarakat melalui produk yang dikeluarkan, terutama bersaing dengan lembaga keuangan konvensional yang sudah mempunyai nama dan produk

yang berkualitas.⁴ Melihat pengembangan lembaga keuangan syariah yang begitu banyak muncul sebagai salah satu alternatif lembaga keuangan mikro, KSPPS BMT PETA sebagai salah satu lembaga keuangan syariah dengan memberikan solusi kepada masyarakat dengan menawarkan berbagai macam produk.

Lahirnya produk simpanan di KSPPS BMT PETA karena kurang terkontrolnya masyarakat dalam menggunakan keuangan dan mengingat pesaing yang semakin banyak, maka dari itu KSPPS BMT PETA juga menciptakan produk-produk baru, dengan tujuan ingin memberikan pelayanan yang bisa menarik masyarakat, dan bermanfaat sesuai kebutuhan. BMT memberikan ketentuan bagi anggota penyimpan, yaitu :

1. Dana simpanan anda aman dan terpelihara di KSPPS BMT PETA, karena tidak dibebani biaya tambahan dan dikelola secara amanah.
2. Memberikan ketenangan lahir-batin bagi anda karena dikelola dengan prinsip bagi hasil yang sesuai syari'at islam.
3. Terhindar praktek ekonomi ribawi.
4. Disalurkan untuk mendukung berbagai kegiatan usaha produktif yang halal dari jama'ah PETA dan masyarakat sekitar KSPPS BMT PETA yang terpercaya.
5. Memperoleh bagi hasil yang insyaallah lebih memuaskan.

Produk simpanan di KSPPS BMT PETA sistemnya sama dengan BMT yang lain. Perbedaan dan keunikan terletak pada nama produk

⁴Arif Hidayat, *Strategi Pengembangan Produk BMT Al-FATH Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing*, (UIN SYARIFHIDAYATULLAH JAKARTA: 2011) hal. 3

(merek), merek yang baik harus memiliki makna, mudah diingat, menarik dan lucu, fleksibel. Produk ini terlahir berawal dari sebuah ide, dimana masyarakat masih belum bisa mengontrol keuangannya, maka dari itu KSPPS BMT PETA memberikan solusi bagi masyarakat yaitu dengan melahirkan merek produk yang unik yang mudah diingat masyarakat berkaitan dengan syariah dan memberikan manfaat yang barokah. Untuk membuat produk tabungan itu lebih produktif, KSPPS BMT PETA membuat beberapa rekening untuk perencanaan keuangan anggota.

KSPPS BMT PETA Tulungagung memiliki dua fungsi utama yaitu penghimpun dana dan penyaluran dana. Dalam penghimpun dana mempunyai berbagai macam produk simpanan yaitu Simpanan Tabarak (simpanan umum), Simpanan Taburi (simpanan Idul Fitri), Simpanan Takafur (simpanan qurban), Simpanan Tadabur (simpanan berlibur), dan Simpanan Tahajud (simpanan Haji-Umroh terwujud). Penyaluran dana mempunyai macam pembiayaan yaitu Murabahah, Mudharabah, Musyarakah, Rahn, Ijarah, dan Qardh.

KSPPS BMT PETA merupakan sebuah Lembaga Keuangan Mikro Syariah yang dioperasikan dengan sistem yang sesuai dengan syari'at islam. Pengembangan produk simpanan di KSPPS BMT PETA Tulungagung terus mengalami pengembangan setiap tahunnya, dari anggota (nasabah), dan keuangan Hal ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1.1 Data Nasabah Produk Simpanan Tahun 2015-2017

| Produk Simpanan | 2015 | 2016 | 2017 |
|------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Tabaruk | 15.722 | 21.231 | 24.381 |
| Taburi | 100 | 107 | 112 |
| Tahajud | 172 | 193 | 227 |
| Tafakur | 177 | 118 | 119 |
| Tadabur | 21 | 27 | 37 |
| Jumlah | 16.132 | 21.676 | 24.876 |

Tabel 1.2 Data Nasabah Pembiayaan Tahun 2015-2017

| Pembiayaan | 2015 | 2016 | 2017 |
|-------------------|--------------|---------------|--------------|
| Murabahah | 1.676 | 2.664 | 445 |
| Rahn | 3.535 | 7.549 | 3.020 |
| Qardh | 201 | 228 | 38 |
| Musyarakah | - | - | - |
| Mudharabah | - | - | - |
| Jumlah | 5.412 | 10.501 | 3.513 |

Tabel 1.3 Data Keuangan Produk Simpanan Tahun 2015-2017

| Produk Simpanan | 2015 | 2016 | 2017 |
|------------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|
| Tabaruk | 4.885.281.492 | 9.496.499.851 | 13.790.448.195 |
| Taburi | 34.228.522 | 42.015.835 | 34.228.522 |
| Tahajud | 226.426.636 | 399.486.575 | 226.426.636 |
| Tafakur | 14.620.629 | 14.922.614 | 14.620.629 |
| Tadabur | 8.902.300 | 6.265.300 | 8.902.300 |
| Jumlah | 5.169.459.579 | 9.959.190.175 | 14.074.626.282 |

Tabel 1.4 Data Keuangan Produk Pembiayaan Tahun 2015-2017

| Pembiayaan | 2015 | 2016 | 2017 |
|-------------------|---------------|---------------|----------------|
| Murabahah | 1.435.299.270 | 1.738.768.060 | 1.120.819.140 |
| Rahn/Ijarah | 3.482.919.596 | 7.106.364.450 | 10.291.087.270 |
| Qardh | 82.020.500 | 172.874.945 | 159.211.845 |

| | | | |
|---------------|----------------------|----------------------|-----------------------|
| Musyarakah | - | - | - |
| Mudharabah | - | - | - |
| Jumlah | 5.000.239.366 | 9.018.007.455 | 11.571.118.255 |

Sumber : KSPPS BMT PETA Tulungagung.

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa produk simpanan atau tabungan terus mengalami peningkatan setiap tahunnya yaitu data nasabah tahun 2017 sebanyak 24.876 nasabah dan data keuangan tahun 2017 sebesar Rp.14.074.626.282. Sedangkan dalam pembiayaan atau penyaluran dana mengalami penurunan dari data nasabah tahun 2017 sebanyak 3513 nasabah,tetapi dalam data keuangan mengalami kenaikan tahun 2017 sebesar Rp. 11.571.118.255. Ini artinya bahwa strategi pengembangan produk simpanan yang dilakukan KSPPS BMT PETA Tulungagung mengalami keberhasilan, karena mampu menarik minat masyarakat untuk menyimpan dananya. Strategi pengembangan produk simpanan dengan strategi pemasaran seperti mengembangkan produk yang sudah ada, memantau perkembangan pesaing, promosi dan jemput bola dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

Dengan adanya produk simpanan yang ada di KSPPS BMT PETA Tulungagung hal ini akan memupuk kesadaran masyarakat seberapa pentingnya menabung, karena dengan menabung berarti dapat menyimpan uang dengan rasa aman dan sekaligus memberikan ketenangan lahir batin bagi anggota penyimpan. Produk simpanan menggunakan prinsip wadi'ah dengan akad wadi'ah yadh dhamannah yaitu pihak yang dititipi (BMT)

bertanggungjawab atas keutuhan harta yang dititipi, sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.

Berdasarkan cerita singkat inilah yang mendorong penulis untuk meneliti lebih dalam mengenai produk simpanan KSPPS BMT PETA Tulungagung dalam rangka untuk mengetahui lebih lanjut tentang strategi pengembangannya. Hasil disusun dalam bentuk tugas akhir dengan judul : “Strategi Pengembangan Produk Simpanan Di KSPPS BMT Peta Tulungagung”.

B. Fokus Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Apa alasan KSPPS BMT PETA membuat produk simpanan ?
2. Bagaimana aplikasi mekanisme produk simpanan di KSPPS BMT PETA?
3. Bagaimana strategi pengembangan produk simpanan di KSPPS BMT PETA?
4. Apa saja kendala-kendala yang dihadapi dalam pengembangan produk simpanan di KSPPS BMT PETA?
5. Bagaimana solusi yang dilakukan dalam menghadapi kendala-kendala pengembangan produk simpanan di KSPPS BMT PETA ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui alasan KSPPS BMT PETA membuat produk simpanan.

2. Untuk mengetahui aplikasi mekanisme produk simpanan di KSPPS BMT PETA.
3. Untuk mengetahui strategi pengembangan produk simpanan di KSPPS BMT PETA.
4. Untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi dalam pengembangan produk simpanan diKSPPS BMT PETA.
5. Untuk mengetahui solusi yang dilakukan dalam menghadapi kendala-kendala pengembangan produk simpanan di KSPPS BMT PETA.

D. Batasan Masalah

Starategi pengembangan produk simpanan merupakan suatu tugas dan tanggung jawab bagi sebuah lembaga keuangan syariah untuk lebih mengembangkan lagi produk simpanan (al-wadi'ah) agar lebih dikenal oleh masyarakat. Selain itu pengembangan produk juga ditunjukkan untuk meningkatkan keunggulan dalam bersaing.

Bagi lembaga keuangan syariah pengembangan produk merupakan suatu kewajiban bila mereka masih ingin bertahan dalam suatu persaingan, tanpa adanya suatu pengembangan produk lembaga akan mengalami kemunduran dalam usahanya. Pengembangan produk dapat dilakukan dengan menciptakan produk-produk yang baru yang lebih efektif maupun dengan cara merubah penampilan atau memberi inovasi-inovasi yang baru pada produk-produk yang ada, sehingga dapat lebih menarik nasabah dan juga ditunjukkan untuk meningkatkan kembali gairah nasabah kepada

produk-produk lama dimana nasabah sudah mulai bosan dengan produk-produk tersebut.

E. Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap bisa memberikan manfaat serta memberikan kontribusi untuk semua pihak, baik penulis sendiri, lembaga maupun untuk umum. Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

- a. Menambah pengetahuan, pengalaman dan wawasan, serta acuan bagi semua pihak dalam penerapan ilmu metode penelitian, khususnya mengenai strategi perkembangan produk simpanan.
- b. Dapat dijadikan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung

Penelitian ini sebagai implementasi perguruan tinggi dan diharapkan ini akan memberi manfaat keilmuan yang telah ada, khususnya di bidang Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung atau pun pihak lain.

b. Bagi Perbankan Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi pihak perbankan syariah khususnya dalam hal kualitas produk, kualitas pelayanan dan kinerja dalam nasabah.

c. Bagi BMT

Hasil penelitian ini di harapkan akan bermanfaat bagi BMT sebagai bahan masukan yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan BMT untuk lebih mengembangkan lagi mengani produk simpanan, agar masyarakat lebih tertarik lagi dalam menggunakan produk simpanan yang menggunakan *akad wadi'ah yad dhamanah*.

d. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan, sebagai referensi bagi yang akan melakukan penelitian sejenis di masa yang akan datang.

F. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalah pahaman dalam memahami skripsi yang berjudul “Strategi Perkembangan Produk Simpanan di KSPPS BMT PETA”, maka penulis perlu menegaskan istilah-istilah yang terdapat dalam judul, baik secara konseptual maupun operasional yaitu sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

- a. Strategi menurut Stephanie K. Marrus yaitu sebagai proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada

tujuan jangka panjang organisasi, di sertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat di capai.⁵

- b. Pengembangan yaitu usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, ketrampilan, dan kemampuan.⁶
- c. Produk yaitu sesuatu yang dapat ditawarkan kepada nasabah untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan nasabah.⁷
- d. Simpanan (wadi'ah) yaitu sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki.⁸

2. Definisi Operasional

Secara Operasional adalah suatu rencana yang berfokus pada tujuan jangka panjang dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, ketrampilan, dan kemampuan dalam memuaskan keinginan atau kebutuhan nasabah dengan melakukan simpanan di BMT dan dapat dikembalikan kapan saja jika si penitip menghendaki.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika pembahasan dalam skripsi ini disajikan dalam 6 (enam) bab, dan di setiap babnya terdapat sub bab. Terdapat sub bab

⁵ Husein Umar, *Strategic Management in Action*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2001) hal. 31

⁶ Marihot Tua Efendi Hariandja, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002) hal. 168

⁷ M. Tohar, *Membuka Usaha Kecil*, (Yogyakarta : Kanisus, 2000) hal. 43

⁸ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta : Gema Insani Press, 2001) hal. 85

sebagai perincian dari bab-bab tersebut. Maka sistematika pembahasan skripsinyaseperti berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari: (a) latar belakang masalah, (b) fokus masalah, (c) tujuan penelitian, (d) batasan masalah, (e) kegunaan penelitian, (f) penegasan istilah, (g) sistematika skripsi.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini terdiri dari: (a) landasan teori yang meliputi Produk, Strategi, Pengembangan Produk, Simpanan (Al-Wadi'ah), (b) penelitian terdahulu.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari: (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) lokasi penelitian, (c) kehadiran peneliti, (d) data dan sumber data, (e) teknik pengumpulan data, (f) teknik analisis data, (g) pengecekan keabsahan, (h) tahap-tahap penelitian.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini terdiri dari: (a) obyek penelitian, (b) paparan data.

5. BAB V PEMBAHASAN

6. BAB VI PENUTUP

Bab ini terdiri dari: (a) daftar rujukan, (b) lampiran-lampiran, (c) surat pernyataan keaslian tulisan, (d) daftar riwayat hidup.