

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Setiap produk unggulan yang dimiliki pasti tak lepas dari implementasi strategi pemasaran produk yang dilakukan oleh seorang marketing yang mampu menarik nasabah untuk memilih dan menikmati hasil yang didapat dari produk yang ditawarkan oleh lembaga BMT. BMT adalah Koperasi, dalam melakukan kegiatan usahanya baik berupa menghimpun dana maupun menyalurkan mengacu pada aturan UU No. 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, PP RI No. 9 Tahun 1995 Tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam oleh Koperasi, Keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Nomor 91/Kep/M. KUKM/IX/2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah dan Peraturan Menteri Negara Koperasidan Usaha Kecil dan Menengah 35.2/Per/M.KUKM/X/2007 tentang Pedoman Standar Operasional Manajemen Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah. Dengan demikian keberadaan BMT menjadi organisasi yang sah dan legal.

Lembaga Keuangan Syariah seperti halnya BMT harus berpegang teguh pada prinsip-prinsip syariah.¹ Semakin bertambahnya perkembangan perekonomian di negara Indonesia saat ini dapat dilihat dari banyaknya bermunculan lembaga-lembaga keuangan yang menerapkan prinsip Syari'at Islam seperti perbankan Syariah, Pegadaian Syariah, Asuransi Syariah, dan

¹ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Cet.Ke- 4*, (Jakarta: Kencana, 2014), hal 452

BMT (*Baitul Maal Wat Tamwil*), menyebabkan setiap lembaga keuangan Syariah dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif karena semakin ketat tingkat persaingan bisnis maka dibutuhkan strategi pemasaran yang baik, sehingga tujuan yang di harapkan Lembaga Keuangan Syariah akan tercapai dengan baik, karena strategi pemasaran produk merupakan faktor utama dalam kelangsungan pencapaian tingkat perolehan nasabah.

Dalam operasionalnya strategi pemasaran produk tidak hanya dibutuhkan oleh perbankan saja. Namun BMT sebagai lembaga keuangan mikro juga penting akan adanya strategi pemasaran produk. Secara konsep memang BMT menghendaki adanya bebas riba seperti lembaga keuangan syariah lainnya dan juga penerapan strategi pemasarannya harus sesuai syariah sehingga terciptanya keadilan. Hal demikian mengharuskan manajemen melakukan strategi khusus untuk mempertahankan keunggulan kompetitif yakni merujuk pada kemampuan sebuah organisasi untuk memformulasikan strategi yang menempatkannya pada suatu posisi yang menguntungkan yang berkaitan guna menghadapi persaingan dengan perusahaan lain. Keunggulan kompetitif juga berarti kesuksesan BMT dalam menentukan strategi pemasaran produknya yang dapat memenangkan hati nasabahnya dan memberikan rasa puas terhadap produk yang diberikan.² Untuk menghadapi persaingan sangat dibutuhkan manajemen yang baik dalam proses memasarkan produknya serta mampu berinovasi sehingga dapat menarik minat calon anggota. Berbagai usaha untuk menarik minat calon anggota

²David Hunger dan Thomas L Wheelen, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), hal 16.

dilakukan dengan cara, salah satunya dengan mengimplementasikan produk yang baik sesuai kebutuhan nasabah. Perbankan syariah membutuhkan strategi dalam memasarkan jasa Perbankan syariah baik dalam bentuk produk maupun jasa.

Termasuk salah satu BMT yang ada di wilayah Tulungagung tepatnya di kecamatan Boyolangu yaitu BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung merupakan salah satu BMT dari 5000 BMT yang bertebaran di wilayah Tulungagung dan sudah beroperasi sekitar kurang lebih 8 tahun. BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung hadir untuk memberdayakan ekonomi masyarakat kecil sesuai syariah Islam, yakni sistem bagi hasil (tanpa bunga). BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung pertama beroperasi tanggal 11 bulan Oktober tahun 2011, BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung memiliki beberapa produk yaitu Tabungan, Deposito dan Pembiayaan. Serta yang memiliki produk unggulan ialah produk pembiayaan. Berikut tabel jumlah anggota pembiayaan yang ada di BMT Sinar Amanah :

Tabel 1.1
Jumlah Anggota Pembiayaan
BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung

NO	PRODUK PEMBIAYAAN	2014	2015	2016
1	Murabahah dengan sistem BBA	196	217	246
2	Qadul Hasan	-	-	1

Sumber : Data Jumlah Anggota Pembiayaan BMT Sinar Amanah 2014-2016

Dari tabel diatas secara umum dapat dilihat penyaluran pembiayaan di BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung didominasi oleh Pembiayaan

Murabahah dengan sistem BBA, dari 659 anggota yang ada pada tahun 2014-2016. Jumlah anggota yang menggunakan produk pembiayaan Murabahah dengan sistem BBA Pada Tahun 2014 sebanyak 196 orang, tahun 2015 sebanyak 217 orang, dan tahun 2016 sebanyak 246 orang. tentunya itu lebih banyak di bandingkan produk yang satunya yaitu Qadul Hasan yang hanya terdapat 1 anggota.

Meski belum terlalu banyak yang bergabung . Namun jika dibandingkan dengan produk lain yang ditawarkan produk pembiayaan murabahah dengan sistem BBA ini paling banyak peminatnya. Dan BMT lebih mengedepankan produk Pembiayaan Murabahah dengan sistem BBA karena memiliki peluang yang baik selain itu penerapannya mudah dan sesuai dengan kemampuan anggota. Penerapan pembiayaan Murabahah dengan sistem BBA ini adalah menjual barang kepada nasabah yang membutuhkan dengan harga asal ditambah bagi hasil yang telah disepakati diawal perjanjian pengajuan pembiayaan dan dibayar secara mengangsur (jangka panjang) sesuai perjanjian yang disepakati diawal. Dalam implementasi pembiayaan ini BMT menerapkan prinsip kehati-hatian disetiap pemasarannya agar tepat sasaran dan sesuai harapan serta tujuan. Dalam penyaluran pembiayaan BMT mengimplementasikan dana pembiayaan tersebut untuk modal kerja atau pembiayaan perdagangan, pertanian dalam pengembangan usaha.³ Pembiayaan ini sudah diterapkan oleh BMT untuk para calon peminjam guna menjalankan usahanya, karena pembiayaan ini sejalan dengan syariat Islam.

³Muhammad, *Sistemandan Prosedur Oprasional Bank Syariah*,(Yogyakarta: UII Press, 2000), hal 24

Untuk itu dari data tersebut penulis ingin mengetahui lebih dalam mengenai implementasi strategi dalam pemasaran produk pembiayaan Murabahah dengan sistem BBA yang diterapkan di BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung, agar tetap mampu bertahan ditengah ketatnya persaingan yang terjadi diantara BMT lainnya. Selanjutnya peneliti ingin mengetahui bagaimana implementasi strategi pemasaran produk yang dilakukan BMT Sinar Amanah dalam memasarkan produk pembiayaan Murabahah dengan sistem BBA, serta kendala apa yang dihadapi dalam poses memasarkan produk pembiayaan murabahah dengan sistem BBA. Dari situlah penulis ingin meneliti tentang **“Implementasi Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah dengan Sistem BBA di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung”**.

B. FOKUS MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti menetapkan rumusan masalah yang terkait dengan penelitian ini guna menjawab segala permasalahan yang ada. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah dengan sistem BBA yang dilakukan BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung?
2. Kendala apa yang dihadapi dalam memasarkan produk Pembiayaan Murabahah dengan sistem BBA BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung?

C. TUJUAN PENELITIAN

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi strategi pemasaran produk Pembiayaan Murabahah dengan sistem BBA di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung.
2. Untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung dalam proses memasarkan produk Pembiayaan Murabahah dengan sistem BBA.

D. BATASAN PENELITIAN

Batasan penelitian merupakan pembatas masalah yang membatasi sebuah penelitian. Agar pembahasan dalam penelitian ini lebih terarah dan fokus, sesuai dengan rumusan masalah, peneliti membatasi penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian hanya mengkaji tentang implementasi strategi pemasaran produk Murabahah dengan sistem BBA pada BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung.
2. Lokasi penelitian bertempat di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung.

E. MANFAAT PENELITIAN

Dalam penelitian ini, hasil yang akan dicapai diharapkan akan membawa manfaat bagi penulis, pembaca, dan lembaga, khususnya anggota/nasabah serta peneliti selanjutnya, guna menambah wawasan dalam ilmu pengetahuan. Adapun manfaat yang dimaksud sebagai berikut:

1. Secara Teoretis

Penelitian ini berguna untuk menambah dan memperluas ilmu pengetahuan tentang strategi pemasaran khususnya produk pembiayaan Murabahah dengan sistem BBA di BMT Sinar Amanah Tulungagung.

2. Secara Praktis

1) Bagi pihak BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung

Sebagai bahan masukan dalam menerapkan strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah dengan sistem BBA dengan lebih baik lagi. Juga sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang berhubungan dengan kelangsungan aktivitas operasional BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung.

2) Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mempermudah peneliti selanjutnya dalam hal strategi pemasaran dan menambah pemahaman mengenai produk pembiayaan Murabahah dengan sistem BBA di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung.

F. DEFINISI ISTILAH

Berdasarkan variable pada penelitian diatas, maka perlu kita ketahui definisi atau pengertian antara masing-masing variabel untuk menghindari kesalahan pahaman dalam penafsiran mengartikan pengertian dari masing-masing variabel diantaranya :

1. Implementasi Strategi Pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan ten-

tang kegiatan yang akan dijalankan untuk tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.⁴

2. Pembiayaan Murabahah adalah akad jual beli atas suatu barang, dengan harga yang disepakati antara penjual dan pembeli, setelah sebelumnya penjual menyebutkan dengan sebenarnya harga perolehan atas barang tersebut dan besarnya keuntungan yang diperolehnya.⁵
3. Sistem Bai Bitsaman Ajil (BBA) adalah sistem pembiayaan dimana penyedia barang adalah BMT, pihak pembeli anggota/nasabah harus membayar dengan cara mengangsur dalam jangka waktu tertentu sebesar pokok ditambah dengan keuntungan (Profit) yang disepakati.⁶
4. Baitul Maal Wat tamwil (BMT) merupakan suatu lembaga yang terdiri dari dua istilah, yaitu *baitul maal* dan *baitul tamwil*. *Baitul maal* lebih mengarah pada usaha-usaha *non profit*, seperti zakat, infaq dan sedekah. Adapun *baitul tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan syariah.⁷

⁴Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2007), hal 168-169

⁵Veithzal Rivaidan Andria Permata Veithzal, *Islamic Financial Manajement*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hal 145

⁶Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wat Tamwil*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), hal 179

⁷Nurul Huda, Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis dan Praktis*, (Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri, 2013), hal 363

G. SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI

Bagian awal berisi tentang halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan dosen pembimbing, moto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi, dan abstrak. Bagian isi terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Terdiri dari latar belakang pemilihan judul, fokus penelitian yang akan diteliti, tujuan diadakannya penelitian, kegunaan penelitian, batasan penelitian, penegasan istilah dan sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Terdiri dari pembahas teori yang melandasi permasalahan penelitian serta penjelasan secara teoritis yang diterapkan dalam penelitian. Dalam bab ini juga dibahas kajian fokus, penelitian terdahulu, dan paradigma penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Terdiri dari jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV PAPARAN HASIL PENELITIAN

Pada BAB ini peneliti menuangkan semua temuan yang di dapatkan dari wawancara dengan narasumber BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung.

BAB V PEMBAHASAN

Pembahasan yang diuraikan oleh peneliti ini merupakan penjabaran dari temuan penelitian yang dianalisis dan disesuaikan dengan teori-teori yang ada pada BAB sebelumnya.

BAB VI PENUTUP

Kesimpulan merupakan hasil akhir dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mulai dari awal hingga akhir sehingga mendapatkan hasil. Segangkan saran merupakan suatu masukan yang di berikan demi lebih baiknya lembaga yang diteliti dan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN-LAMPIRAN**