

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, lembaga keuangan baik bank maupun non bank yang berbasis syariah semakin berkembang pesat, mulai dari perbankan syariah, asuransi syariah, penggadaian syariah, hingga koperasi yang berbasis syariah. Lembaga keuangan dalam islam sesungguhnya bukan saja berfungsi sebagai pengumpul modal dan mengakumulasi laba, tetapi juga berperan dalam pembentukan sistem ekonomi yang adil dan bebas dari perilaku ekonomi yang zalim. Penjelasan ini dapat kita jumpai dalam surat Al Imran ayat 104:²

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ
عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya: “Dan hendaknya kamu adakan sekelompok orang (lembaga bisnis), yang berfungsi untuk mengajak kepada kebajikan, mengajak berbuat baik dan mencegah kemunkaran mereka itulah orang-orang yang beruntung.” (Q.S Al-Imran ayat 104)³

Sejak tahun 1970-an, umat islam di berbagai negara berusaha menjalankan sistem keuangan yang sesuai dengan ajaran agama. Di

² Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), hlm. 55.

³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*..... hlm. 37

Indonesia sendiri, lahirnya undang-undang no. 10 tahun 1998 tentang eksistensi perbankan syariah, Undang-undang Nomor 25 tahun 1992 tentang perkoperasian, PP nomor 9 tahun 1995 tentang pelaksanaan usaha simpan pinjam oleh koperasi,⁴ dan juga KepMenKop No91/Kep/M.KUKM/IX/2004 tentang koperasi jasa keuangan syariah,⁵ memicu tumbuhnya berbagai lembaga keuangan syariah dan sekaligus menjadi payung berdirinya BMT di Indonesia. Setelah diberlakukannya berbagai undang-undang tersebut, maka pengembangan industri lembaga keuangan syariah khususnya BMT di Indonesia semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya untuk semakin cepat lagi.

Waktu terus berlalu, masyarakat terus membeli barang kebutuhan dan keinginannya. Akan tetapi, semakin lama mereka tidak mau asal membeli dan memiliki. Konsumen sudah memilih-milih disini. Dengan demikian, perusahaan mengkonsentrasikan perhatiannya pada kemampuan produk.⁶ Inti dari manajemen strategi adalah mempelajari mengapa perusahaan mampu mempunyai kinerja yang unggul perusahaan yang lain. Dengan kata lain, bagaimana perusahaan mampu menciptakan

⁴ Burhanuddin S, *Koperasi Syariah dan Pengaturannya di Indonesia*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2013).

⁵ Jeni Susyanti, *Operasional Keuangan Syariah*, (Malang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang, 2016), hlm. 80.

⁶ M. Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran (Jelajahi dan Rasakan)*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 19.

keunggulan kompetitif dipasar yang tidak hanya unik dan bernilai, tetapi juga sulit ditiru oleh para pesaing.⁷

Persaingan antar lembaga keuangan yang berbasis syariah dan konvensional semakin hari semakin sengit. Mengingat mayoritas nasabah yang lebih dahulu mengenal lembaga keuangan yang berbasis konvensional, karenanya nasabah yang bergabung dengan lembaga keuangan syariah sangat minim jika dibandingkan dengan masyarakat yang bergabung dengan lembaga keuangan konvensional. Oleh karena itu, lembaga keuangan yang berbasis syariah harus lebih inovatif terhadap produk-produk yang mereka tawarkan kepada nasabah jika ingin tetap bertahan dan berkembang disamping eksistensinya lembaga keuangan konvensional dan juga ditengah munculnya para pesaing baru.

Melihat ketatnya persaingan terutama dalam hal produk antar sesama lembaga keuangan mikro syariah, dalam hal ini BMT UGT Sidogiri cabang pembantu Sukorejo kota Blitar harus menciptakan strategi yang jitu dalam hal pengeluaran produk. Langkah kongkritnya adalah dengan cara menerapkan strategi pengembangan produk simpanan dan sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan masyarakat karena hal tersebut berkaitan dengan daya saing yang strategis dan kemampuan menghasilkan laba yang maksimal.

Pengembangan produk merupakan salah satu faktor penting bagi upaya perusahaan untuk mendiferensiasikan produk-produk atau jasanya

⁷ Murajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Surabaya: Erlangga, 2005), hlm. 45.

dari para pesaing dengan cara-cara yang menciptakan nilai baru atau tambahan bagi nasabah. Selain itu, pelanggan menginginkan produk baru dan pesaing akan berusaha keras memenuhinya. Untuk mengembangkan suatu produk baru maka diperlukan langkah-langkah yang harus dilalui, hal ini bertujuan agar produk baru yang diluncurkan nanti benar-benar tepat sasaran.⁸

BMT Usaha Gabungan Terpadu (UGT) Sidogiri merupakan lembaga keuangan mikro syariah yang berusaha menjawab seluruh kebutuhan dan keinginan masyarakat muslim ditengah persaingan antar lembaga keuangan mikro syariah. Salah satu langkah nyata dalam memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut adalah dengan melakukan pengembangan produk simpanan. BMT UGT Sidogiri memiliki daya saing produk yang tinggi karena produk-produk simpanan dari BMT UGT Sidogiri memiliki fitur-fitur yang beragam dan berbeda dari produk BMT pada umumnya.

Terdapat beberapa produk dari BMT UGT Sidogiri yang tidak dimiliki oleh BMT lain yang ada di sekitarnya, serta banyaknya ragam produk simpanan yang dapat dimanfaatkan masyarakat guna memenuhi kebutuhannya. Oleh karena itu, sebagai salah satu senjata perusahaan, menerapkan strategi pengembangan produk dapat menjadi sumber penting bagi keunggulan kompetitif ketika perusahaan berusaha bersaing di wilayah-wilayah yang diciptakan oleh ciri-ciri perekonomian global.

⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Prenhalindo, 1997), hlm. 273.

Selanjutnya atas dasar fenomena tersebut melalui penelitian ini penulis tertarik untuk mengulas dan menganalisanya dalam sebuah karya ilmiah yang berjudul: **“STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK SIMPANAN *BAITUL MAAL WA TAMWIL* USAHA GABUNGAN TERPADU SIDOGIRI CABANG PEMBANTU SUKOREJO BLITAR GUNA MENINGKATKAN DAYA SAING”**.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Batasan Masalah

Penelitian ini tidak meneliti semua aspek yang terkait dengan masalah. Untuk memperjelas masalah serta penafsiran yang kurang terarah dalam penelitian ini, maka peneliti perlu membatasi masalah sebagai berikut:

- a. Objek penelitian difokuskan pada BMT UGT Sidogiri cabang pembantu Sukorejo Kota Blitar.
- b. Penerapan strategi pengembangan produk simpanan BMT UGT Sidogiri cabang pembantu Sukorejo Kota Blitar dalam meningkatkan daya saing antar sesama lembaga keuangan mikro syariah.
- c. Upaya BMT UGT Sidogiri cabang pembantu Sukorejo Kota Blitar dalam mengatasi kendala dalam menerapkan strategi pengembangan produk simpanan guna meningkatkan daya saing.

2. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka batasan masalah dalam penelitian ini dapat diformulasikan dalam sebuah permasalahan:

- a. Bagaimana penerapan strategi pengembangan produk simpanan yang dilakukan BMT UGT Sidogiri cabang pembantu Sukorejo Kota Blitar dalam meningkatkan daya saing?
- b. Apa kendala yang dihadapi BMT UGT Sidogiri cabang pembantu Sukorejo Kota Blitar dalam menerapkan strategi pengembangan produk simpanan?
- c. Bagaimana upaya BMT UGT Sidogiri cabang pembantu Sukorejo Kota Blitar dalam mengatasi kendala dalam menerapkan strategi pengembangan produk simpanan guna meningkatkan daya saing?

C. Tujuan Penelitian

1. Mendiskripsikan bagaimana penerapan strategi pengembangan produk simpanan yang dilakukan BMT UGT Sidogiri cabang pembantu Sukorejo Kota Blitar dalam meningkatkan daya saing.
2. Mendiskripsikan kendala yang dihadapi BMT UGT Sidogiri cabang pembantu Sukorejo Kota Blitar dalam menerapkan strategi pengembangan produk simpanan.
3. Mendiskripsikan upaya BMT UGT Sidogiri cabang pembantu Sukorejo Kota Blitar dalam mengatasi kendala dalam menerapkan

strategi pengembangan produk simpanan guna meningkatkan daya saing

D. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis.

1. Manfaat Teoretis

Penulisan laporan ini diharapkan memberikan manfaat yakni untuk menambah ilmu pengetahuan serta menambah literatur yang berkaitan dengan manajemen pemasaran pada lembaga keuangan syariah.

2. Manfaat Praktis

Yaitu sebagai informasi bagi semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini diantaranya:

- a. Bagi lembaga, sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi BMT untuk mengambil langkah dalam perencanaan strategi selanjutnya guna menghadapi persaingan
- b. Bagi akademik, sebagai sumbangan perbendaharaan keustakaan di IAIN Tulungagung
- c. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian lanjutan dengan tema yang sama, tetapi dengan model dan teknis analisa yang lain.

Sehingga dapat dilakukan proses verifikasi demi kemajuan ilmu pengetahuan.

E. Penegasan Istilah

1. Penegasan Konseptual

- a. Strategi, Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani strategi yang diartikan sebagai “*the art of the general*” atau seni seorang panglima yang bisanya digunakan dalam peperangan.⁹ atau juga seni menggunakan kecakapan dan sumber daya atau organisasi untuk mencapai sasarnya melalui hubungan yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan.¹⁰
- b. Produk, Produk berasal dari bahasa inggris *product* yang berarti sesuatu yang diproduksi oleh tenaga kerja atau sejenisnya. Dalam penggunaan yang lebih luas, produk dapat merujuk pada sebuah barang atau unit, sekelompok produk yang sama, sekelompok barang dan jasa, atau sebuah pengelompokan industri untuk barang dan jasa.¹¹
- c. Pengembangan Produk, adalah suatu usaha yang dilakukan atau direncanakan secara sadar untuk memperbaiki produk yang ada

⁹ Murajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Surabaya: Erlangga, 2005), hlm. 45.

¹⁰ Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004), hlm. 1.

¹¹ Wikipedia Online, <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Produk> diakses tanggal 6 Oktober 2017, pukul 11.00 WIB.

atau untuk menambah banyaknya ragam produk yang dihasilkan dan dipasarkan.¹²

- d. BMT merupakan lembaga keuangan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan berbadan koperasi.¹³
- e. Daya saing atau keunggulan bersaing merupakan pandangan atas suatu perusahaan sebagai suatu keseluruhan, yakni berasal dari aktivitas berlainan yang dilakukan perusahaan dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan, serta mendukung produknya yang dapat menciptakan dasar untuk diferensiasi.¹⁴

2. Penegasan Operasional

Definisi operasonal dari penelitian ini yaitu strategi pengembangan produk simpanan yang diterapkan oleh BMT UGT Sidogiri cabang pembantu Sukorejo Kota Blitar guna meningkatkan daya saing di kalangan lembaga keuangan mikro syariah.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Agar dapat diperoleh pemahaman yang sistematis, runtut dan jelas serta terarah, maka penulis memberikan sistematika penulisan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

¹² Moekijat, *Kamus Manajemen*, (Bandung: Mandar Maju, 1990), hlm. 438.

¹³ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 448.

¹⁴ Crown Dirgantoro, *Manajemen Stratejik*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2001), hlm. 159.

BAB I PENDAHULUAN: Dalam bab ini berisi mengenai beberapa alasan teoretis dan atau alasan praktis mengenai judul yang akan diteliti. Diuraikan secara garis besar mengenai latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, batasan masalah, kegunaan hasil penelitian, dan penegasan istilah.

BAB II KAJIAN PUSTAKA: Dalam bab ini akan diuraikan mengenai kajian teori, penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir teoretis yang melandasi penelitian ini. Kajian teori dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori-teori sebagai berikut yaitu manajemen pemasaran, strategi pengembangan produk, keunggulan bersaing, dan teori dari *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT).

BAB III METODE PENELITIAN: Dalam bab ini berisi mengenai 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 IV HASIL PENELITIAN: Dalam bab ini akan menguraikan paparan data/temuan penelitian yang disajikan dalam topik sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan-pernyataan penelitian dan hasil analisis data.

BAB V PEMBAHASAN: Dalam bab ini berisi mengenai pembahasan yang menjawab semua permasalahan yang ada pada fokus penelitian.

BAB VI PENUTUP: Dalam bab ini berisi tentang rangkuman dari seluruh rangkaian pembahasan. Kemudian menarik kesimpulan yang

merupakan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah serta mengemukakan saran atau gagasan-gagasan atas dasar hasil penelitian tersebut.