

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Islam sebagai agama Allah yang mengatur kehidupan manusia baik didunia dan akhirat, salah satu bagian dari kehidupan manusia adalah perekonomian maka tentulah hal ini ada dalam sumber yang mutlak yaitu Alqur'an dan Hadits yang menjadi panduan dalam menjalani kehidupan. Ekonomi Islam adalah suatu susunan Ekonomi yang sesuai dengan Alqur'an dan Hadits yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia di dunia hingga di akhirat (*Al-falah*) (Huda dkk, 2008:3).

Menurut Akram Khan ilmu Ekonomi Islam itu bertujuan untuk melakukan kajian tentang kebahagiaan hidup manusia yang dicapai dengan mengorganisasikan sumber daya alam atas dasar bekerja sama dan partisipasi (Huda dkk, 2008:1). Dalam mengorganisasikan sesuatu agar memperoleh hasil yang maksimal maka diperlukan Sistem Keuangan yang baik karena Sistem Keuangan merupakan salah satu bagian terpenting dalam Ekonomi Islam.

Sistem Keuangan adalah susunan perekonomian pada suatu Negara yang berperan dan melaksanakan aktivitas dalam berbagai bentuk jasa keuangan yang dilakukan oleh Lembaga Keuangan. Adapun tugas pertama sistem Lembaga Keuangan yakni mengalihkan atau memindahkan dana yang tersedia (*loanable funds*) dari penabung kepada pengguna dan selanjutnya digunakan membeli barang ataupun jasa-jasa disamping itu juga untuk investasi sehingga Ekonomi dapat tumbuh dan meningkatkan standar kehidupan (Andri Soemitra, 2009:15). Di sisi lain Perkembangan Keuangan Islam di Indonesia juga semakin pesat dikarenakan Sistem Keuangan syariah merupakan Sistem Keuangan yang menjembatani antara pihak yang membutuhkan dana dengan pihak yang memiliki lebih banyak dana supaya memiliki produk dan jasa keuangan yang sesuai dengan berbagai prinsip-prinsip Syariah (Soemitra, 20019:17). Hal ini memiliki dampak yang baik bagi Lembaga Keuangan syariah yang ada di Indonesia yaitu Lembaga Keuangan Syariah Bank maupun Lembaga Keuangan Syariah Non Bank. Lembaga keuangan syariah pada dasarnya melakukan

kegiatan usaha yang sama dengan keuangan konvensional, seperti halnya pada bank yaitu melakukan penghimpunan dan penyaluran dana masyarakat disamping penyediaan jasa keuangan lainnya. Terdapat perbedaan tersebut yakni seluruh kegiatan usaha bank syariah didasarkan pada prinsip Islam. Implikasinya adalah selain harus sesuai pada prinsip hukum Islam tapi juga dalam prinsip syariah mempunyai berbagai macam akad yang akan menjadikan variasi produk yang lebih banyak dibandingkan dengan produk bank konvensional (Soemitra, 2009:68). Susunan persaingan pada bisnis menuntut setiap orang yang masuk pasar supaya mampu melakukan kegiatan pemasaran secara efektif dan efisien. Pemasaran menurut Kotler adalah satu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemilik saham. Sehingga kegiatan pemasaran tersebut membutuhkan sebuah perencanaan pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan serta pelanggan. Konsep pemasaran menjelaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan pada suatu organisasi yang ditetapkan adalah perusahaan mampu menjadi lebih efektif daripada para pesaing ketika menciptakan, distribusikan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan pada pasar sasaran yang terpilih (Al Arif, 2015:24). Terkait dengan pemasaran Allah berfirman pada surat Annisa' (4):29 :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Yā ayyuhallāzīna āmanū lā ta'kulū amwālakum bainakum bil-bāṭilī illā an takūna tijāratan 'an tarāḍim mingkum, wa lā taqtulū anfusakum, innallāha kāna bikum rahīmā.

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

Setiap lembaga keuangan syariah mempunyai berbagai macam produk sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Adapun gambarannya, produk yang akan ditawarkan oleh pihak Perbankan Syariah dibagi menjadi tiga, yakni produk pengumpulan dana (*funding*) selain itu ada produk penyaluran dana (*financing*), dan produk jasa (*service*) (Alarif, 2012:133). Hal tersebut juga yang ada pada BMT (*Baitul Mal Wattamwil*) atau koperasi syariah, BMT termasuk salah satu bentuk lembaga keuangan syariah non bank yang merupakan kelompok swadaya masyarakat sebagai lembaga ekonomi rakyat yang berupaya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dengan konsep utamanya adalah sistem bagi hasil untuk meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha kecil dalam upaya pengentasan kemiskinan (Murwanti dan Sholahuddin, 2013:300). Koperasi dan UMKM juga termasuk salah satu posisi strategis untuk percepatan perubahan struktural dalam rangka memajukan gaya hidup rakyat, dan juga menjadi jaringan kegiatan usaha bersama bagi produsen dan konsumen, dalam hal ini koperasi syariah atau BMT memiliki berbagai macam fokus usaha, namun kebanyakan dari BMT memiliki fokus pada usaha simpan pinjam dan pembiayaan syariah. Sehingga Produk yang ditawarkan dari BMT terbagi menjadi dua yaitu penghimpunan dan penyaluran dana ke anggota dengan klasifikasi sub produk berdasarkan akad yang digunakan (Ajija dkk, 2018:114).

Pada penghimpunan dana BMT memiliki berbagai variasi akad sehingga akan menciptakan produk yang berbeda-beda, dengan adanya variasi akad yang berbeda-beda akan menjadikan sebuah ketertarikan tersendiri untuk nasabah. Seperti pada variasi akad dalam penghimpunan dana dengan akad mudharabah muthlaqah yang merupakan akad kerjasama pemilik dana dan pengelola dana dengan proyek bagi hasil yang telah disepakati. dengan pengaplikasian akad tersebut yang akan memberikan keuntungan dengan proses bagi hasil yang jelas maka sudah seharusnya menjadikan nasabah semakin bertambah. Akad mudharabah muthlaqah ini merupakan akad yang juga diaplikasikan oleh BMT Al-Fitrah Dukun Gresik.

BMT Al-Fitrah Dukun Gresik merupakan tempat untuk penyediaan jasa simpan dan pinjam dalam memenuhi kebutuhan hidup masyarakat sekitarnya. Lembaga ini Bertempat didesa lowayu kecamatan Dukun Kabupaten Gresik.

Seperti lembaga keuangan pada umumnya BMT Al-Fitrah Dukun Gresik memiliki beberapa produk, yang meliputi produk simpanan dan produk pembiayaan. Produk-produk simpanan BMT Al-Fitrah Dukun Gresik yang ditawarkan dengan tujuan untuk menarik nasabahnya yaitu produk simpanan berjangka, simpanan haji, simpanan qurban, simpanan pendidikan. Dilihat dari data laporan keuangan BMT Al-Fitrah Dukun Gresik tahun 2019 yaitu BMT Al-Fitrah Dukun Gresik memiliki total 3500 nasabah, yang merupakan 2668 nasabah dari produk simpanan dan 832 nasabah dari produk pembiayaan. Dilihat dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa Nasabah produk simpanan lebih banyak dibandingkan dengan nasabah pembiayaan namun dalam produk simpanan pendidikan yang merupakan simpanan yang dipersiapkan khusus untuk pendidikan dengan jangka waktu yang sudah ditetapkan diawal dengan menggunakan akad mudharabah mutlaqah ini hanya memiliki 5 nasabah saja. Dalam hal ini manajer BMT Al-Fitrah Dukun Gresik juga memberikan keterangan pada saat wawancara berlangsung yaitu dalam simpanan pendidikan ini dari tahun ketahun semakin menurun nasabahnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut maka penulis tertarik untuk mengangkat judul skripsi ini “STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN PENDIDIKAN DENGAN AKAD MUDHARABAH MUTLAQAH DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH (STUDI KASUS PADA BMT AL-FITRAH DUKUN GRESIK)”.

1.2 Rumusan Masalah

Untuk mempermudah pembahasan dengan berdasarkan latar belakang diatas maka penulis merumuskan rumusan masalah yaitu Bagaimana strategi pemasaran BMT Al-Fitrah Dukun Gresik pada produk simpanan Pendidikan dengan akad Mudharabah Mutlaqah dalam upaya untuk meningkatkan jumlah nasabah?

1.3 Tujuan Penelitian

Berhubungan dengan latar belakang dan rumusan masalah maka tujuan dalam penelitian ini adalah Untuk menjelaskan Bagaimana strategi pemasaran BMT Al-Fitrah Dukun Gresik pada produk simpanan pendidikan dengan akad Mudharabah Mutlaqah dalam upaya untuk meningkatkan jumlah nasabah.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Dapat meningkatkan pemahaman kepada penulis sebagai peneliti terhadap permasalahan strategi pemasaran di BMT Al-Fitrah Dukun Gresik untuk meningkatkan nasabah pada produk simpanan pendidikan.

2. Bagi Karyawan

Memberikan saran yang membangun untuk karyawan BMT Al-Fitrah Dukun Gresik yang akan memberikan kesejahteraan terhadap karyawan sehingga akan berdampak positif terhadap masyarakat dan instansi.

3. Bagi pembaca

Memberikan pengetahuan dan sumber referensi untuk peneliti selanjutnya mengenai Strategi Pemasaran di BMT Al-Fitrah Dukun Gresik untuk meningkatkan nasabah pada produk simpanan pendidikan.

1.5 Batasan Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini yaitu terkait penerapan strategi pemasaran pada produk simpanan pendidikan BMT Al-Fitrah Dukun Gresik dalam upaya untuk meningkatkan jumlah nasabah.