

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga ekonomi suatu bangsa memerlukan pola pengaturan pengelolaan sumber-sumber ekonomi yang tersedia secara terarah dan terpadu serta dimanfaatkan bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Lembaga-lembaga perekonomian diharapkan bahu-membahu mengelola dan menggerakkan roda perkonomian. Kerjasama antara lembaga keuangan dengan pemerintah juga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pemberdayaan UMKM di sejumlah daerah misalnya, beberapa tahun terakhir sudah menunjukkan hasil yang signifikan. Selain dalam hal pemberdayaan UMKM, sejumlah lembaga keuangan khususnya BMT juga menjalin kerjasama di berbagai bidang. Seperti kerjasama yang dilakukan oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera dengan *Water.org* dalam mewujudkan program Sanitasi Total Berbasis Masyarakat (STBM).¹

Water.org adalah organisasi nirlaba internasional yang telah menyediakan akses terhadap air bersih dan fasilitas sanitasi. *Water.org* turut berperan di dalam sektor air untuk menemukan solusi inovatif, model pembiayaan inovatif, mendukung transparansi, dan kemitraan dengan pihak-pihak terkait untuk terus-menerus bisa memberikan perubahan ke arah yang lebih baik. Visi dari *Water.org* sendiri yaitu “*Safe water and the dignity of a toilet for all.*” Salah satu solusi dari *Water.org* adalah *Water Credit*, yang merupakan solusi inovatif untuk membantu menanggulangi permasalahan air di dunia. *Water.org* bermitra dengan lembaga keuangan yang terpilih untuk menyediakan pinjaman kepada perorangan ataupun keluarga yang membutuhkan sambungan air atau fasilitas sanitasi.

Koperasi Karya Usaha Mandiri (KUM) adalah salah satu contoh mitra lembaga keuangan yang menyalurkan *Water Credit* kepada mereka yang

¹Wawancara Langsung dengan Bapak Rokhmad, Direktur Baitul Maal KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera, Tanggal 15 Februari 2017.

berada di bawah garis kemiskinan. Koperasi Karya Usaha Mandiri dikenal sebagai koperasi pertama di Indonesia yang menduplikasi model Grameen Bank sejak 1989 dengan mayoritas nasabah adalah mereka yang berada di bawah garis kemiskinan. Tujuan koperasi ini adalah meningkatkan taraf hidup nasabahnya, baik dari sisi ekonomi, pendidikan, dan kesehatan.²

Di Indonesia sendiri, akses sanitasi masih menjadi permasalahan yang terus dihadapi. Hasil penelitian *Indonesian Sanitation Sector Development Program* (ISSDP) pada tahun 2006, sebanyak 47% masyarakat Indonesia masih berperilaku buang air besar di sungai, sawah, kolam, kebun dan tempat terbuka.³ Hal ini juga peneliti temukan pada sejumlah penduduk di daerah pesisir pantai Rembang yang masih melakukan kebiasaan buang air besar sembarangan.⁴

Masyarakat miskin di wilayah pedesaan dan perkotaan memiliki akses yang rendah terhadap pemanfaatan sanitasi, sementara penggunaan sumber air permukaan yang tercemar masih terus berlanjut. Pada tahun 2009 Sanitasi Total Berbasis Masyarakat (STBM) ditetapkan sebagai program nasional juga merupakan salah satu sasaran utama Rancangan Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) 2010-2014 (Pedoman Umum STBM 3 April 2010 oleh Kementrian RI) dimana kebijakan Sanitasi Total Berbasis Masyarakat (STBM) ini mempunyai salah satu terobosan dalam kesehatan lingkungan yang terkait masalah jamban adalah adanya program STOPS (Sanitasi Total dan Pemasaran Sanitasi). Program ini dilaksanakan karena adanya kegagalan pendekatan tradisional dalam penyediaan infrastruktur sanitasi di pedesaan, dimana sebelumnya dengan bantuan fisik dan tolak ukur sukses selalu dilihat pada pembangunan fisik membangun ribuan MCK, mendistribusikan jamban secara cuma-cuma dalam bentuk materi paket stimulan untuk kontruksi dan juga

²Andri, *Tenaga Ahli WASH (WASH Expert) Water.org*, Diakses Secara Online Melalui <http://www.integrasi-edukasi.org/lowongan-kerja-tenaga-ahli-wash-wash-expert-water-org/> Pada Tanggal 26 Oktober 2016.

³Moh. Fajar Nugraha, *Dampak Program Sanitasi Total Berbasis Masyarakat (STBM) Pilar Pertama di Desa Gucialit Kecamatan Gucialit Kabupaten Lumajang*, 2015, *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik* Vol. 3 Nomor (2): 44.

⁴Observasi Terkait dengan Budaya Sebagian Masyarakat Pesisir Pantai di Kabupaten Rembang Tanggal 17 Februari 2017.

memberikan pinjaman bergulir pada masyarakat. Ternyata tidak memberikan hasil yang maksimal.⁵

Atas permasalahan tersebut KSPPS BMT Bina Ummat dan *Water.org* mempunyai produk yaitu Pembiayaan Mikro Air dan Sanitasi. Dalam hal ini, BMT menggunakan akad *Murabahah* dan *Bai' Bitsaman Ajil* pada pembiayaan tersebut. Produk ini merupakan bentuk dukungan dari BMT atas program pemerintah yaitu Sanitasi Total Berbasis Masyarakat (STBM). Kerjasama KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera dengan *Water.org* berlangsung hingga akhir tahun 2018 dengan target 9.000 bebas BABS. Bebas Buang Air Besar Sembarangan (BABS) merupakan pilar pertama dari program STBM itu sendiri. Kerjasama ini baru berjalan kurang lebih 1 tahun sejak akhir tahun 2015. Terhitung sudah 1.519 anggota yang tergabung dalam pembiayaan tersebut. Pada tahun pertama untuk target 2.000 anggota Pembiayaan Mikro Air dan Sanitasi yang dimulai pada tanggal 30 Agustus 2015 - 30 Agustus 2016 diperoleh anggota sebanyak 1.031 anggota. Pada tahun kedua untuk target 3.000 anggota Pembiayaan Mikro Air dan Sanitasi yang dimulai dari tanggal 31 Agustus - 31 Agustus 2017 baru diperoleh angka 488 anggota.

Dilihat dari penjabaran target di atas, kita ketahui bahwa pencapaian target pada tahun pertama belum terpenuhi. Diperoleh data bahwa khusus pada Pembiayaan Mikro Air dan Sanitasi, anggota masih tersebar di sebagian daerah kabupaten yaitu di Kabupaten Tuban, Kabupaten Rembang, Kabupaten Pati dan Kabupaten Blora.⁶ Oleh karena itu, KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera perlu adanya melakukan beberapa peningkatan kinerja pemasaran dalam pemenuhan target tahun berikutnya. Upaya yang dilakukan adalah dengan menerapkan beberapa elemen dari strategi pemasaran atau yang dikenal dengan elemen bauran pemasaran.

⁵Midia Juniar, *Studi Implementasi Program Sanitasi Total dan Pemasaran Sanitasi (StoPs) dalam Perspektif Deliberatif di Desa Ngampungan Kecamatan Bareng Kabupaten Jombang*, 2013, *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik* Vol. 1 Nomor (1): 120-121.

⁶Wawancara Langsung dengan Bapak Rokhmad, Direktur Baitul Maal KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera, Tanggal 15 Februari 2017.

Dalam penyelenggaraan pemasarannya KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera telah bekerjasama dengan pemerintah dan PUSKESMAS di sejumlah daerah Kabupaten Rembang untuk ikut serta mensosialisasikan program STBM serta mempromosikan produk Pembiayaan Mikro Air dan Sanitasi. Di samping itu, para pekerja pembangunan air dan sanitasi yang sudah dilatih sebelumnya oleh *Water.org* juga ikut andil dalam sosialisasi tersebut.⁷ Mengenai hal tersebut, perlu adanya peningkatan penyelenggaraan kegiatan pemasaran yang harus dilakukan oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera guna terpenuhinya tujuan utama.

Pemasaran adalah sebuah awal dari diterimanya produk oleh konsumen, sehingga aspek ini patut diperhatikan dan diberi solusi yang optimal. Jika berpijak pada tujuan untuk pencapaian target beberapa pihak mengatakan masih kurang optimal maka aspek pemasaran tidak bisa diabaikan begitu saja. Tentu saja dengan asumsi bahwa pengelolaan atau manajemen internal sebuah BMT khususnya berkaitan dengan produk yang berbasis syariah. Dari adanya ini diharapkan banyak konsumen atau anggota yang memanfaatkan produk tersebut. Cara yang digunakan agar banyak konsumen atau anggota yang memanfaatkan adalah dengan merencanakan strategi pemasaran yang baik dan mengetahui faktor penghambat dari pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan.

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan suatu perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.⁸ Rumusan pemasaran ini sebenarnya tidak terlepas dari proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan pendistribusian gagasan (idea); barang-barang dan jasa untuk menciptakan terjadinya pertukaran yang dapat memuaskan perorangan dan tujuan organisasi.

⁷Wawancara Langsung dengan Bapak Rokhmad, Direktur Baitul Maal KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera, Tanggal 15 Februari 2017.

⁸Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm. 154.

Dari rumusan di atas, yang perlu dikembangkan adalah peranan pemasaran. Pada dewasa ini pemasaran merupakan fungsi dan proses. Dengan demikian, maka pemasaran telah dapat dinyatakan sebagai fungsi pemasaran di dalam organisasi. Sehingga pemasaran diperankan dalam suatu organisasi bisnis atau perusahaan, sebagaimana fungsi-fungsi pengorganisasian lainnya, seperti keuangan dan akuntansi serta riset dan pengembangan.⁹

Oleh karena itu, dari pemaparan latar belakang di atas, penulis tertarik meneliti tentang bagaimana strategi pemasaran yang ditempuh BMT tersebut agar target tersebut bisa terpenuhi. Judul yang saya ambil dari masalah ini adalah **“Implementasi Strategi Pemasaran dalam Pencapaian Target Produk Pembiayaan Mikro Air dan Sanitasi untuk Mewujudkan Program Sanitasi Total Berbasis Masyarakat (STBM) (Studi Kasus di BMT Bina Ummat Sejahtera.”**

B. Fokus Penelitian

Pada Penelitian ini, Peneliti akan memfokuskan obyek penelitiannya pada KSPPS Bina Ummat Sejahtera dalam upayanya memenuhi target pemasaran produk Pembiayaan Air dan Sanitasi untuk mewujudkan program pemerintah mengenai Sanitasi Total Berbasis Masyarakat (STBM). Penelitian dilakukan pada lingkup daerah Kabupaten Rembang, Kabupaten Pati, Kabupaten Kudus, Kabupaten Blora, dan Kabupaten Tuban.

C. Rumusan Masalah

Untuk membatasi penelitian agar tidak terlalu jauh keluar dari permasalahan pokok, maka peneliti mengambil beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah sistem pelaksanaan atau prosedur Pembiayaan Mikro Air dan Sanitasi KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera?
2. Bagaimanakah implementasi strategi pemasaran yang diterapkan oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera dalam pencapaian target produk

⁹Sofjan Assauri, *Strategic Marketing*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2013, hlm. 1.

Pembiayaan Mikro Air dan Sanitasi untuk mewujudkan program Sanitasi Total Berbasis Masyarakat (STBM)?

3. Apa kendala yang dihadapi dan bagaimana cara penyelesaiannya dalam pemasaran produk Pembiayaan Mikro Air dan Sanitasi yang telah dilakukan oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui sistem pelaksanaan produk Pembiayaan Mikro Air dan Sanitasi KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera.
2. Untuk mengetahui implementasi strategi pemasaran dalam pencapaian target pada produk Pembiayaan Mikro Air dan Sanitasi KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera untuk mewujudkan program Sanitasi Total Berbasis Masyarakat (STBM).
3. Mengetahui kendala yang dihadapi dan cara penyelesaiannya dalam pemasaran produk Pembiayaan Mikro Air dan Sanitasi yang telah dilakukan oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pemikiran dalam rangka usaha pengembangan ilmu pengetahuan berkaitan dengan keilmuan Ekonomi Syariah, khususnya dalam kaitannya dengan implementasi strategi pemasaran dalam pencapaian target produk pembiayaan mikro untuk mewujudkan suatu program.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan dasar untuk penelitian lebih lanjut mengenai implementasi strategi pemasaran dalam pencapaian target produk pembiayaan mikro untuk mewujudkan suatu program.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi BMT

Hasil penelitian ini dapat kiranya digunakan sebagai masukan dan informasi kepada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera sebagai obyek penelitian, dalam rangka mewujudkan program Sanitasi Total Berbasis Masyarakat. Disamping itu, dapat digunakan sebagai pertimbangan para pengelola untuk melakukan aktivitas strategi pemasaran dalam pencapaian target produk Pembiayaan Mikro Air dan Sanitasi untuk mewujudkan suatu program, dan harapan nantinya dalam produk pembiayaan ini dapat berkembang pesat dalam pemasaran produknya sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

b. Bagi Pemerintah

Dengan adanya produk pembiayaan ini dapat meningkatkan target program Sanitasi Total Berbasis Masyarakat khususnya di daerah Kabupaten Rembang dan sekitarnya.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Relevan dengan judul skripsi, maka penulis akan membahas permasalahan yang utama dari KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera yaitu implementasi strategi pemasaran dalam kaitannya dengan pencapaian target produk Pembiayaan Mikro Air dan Sanitasi. Untuk mempermudah dan mendapatkan gambaran umum mengenai isi dari skripsi ini, maka penulis akan menguraikan sistematika pembahasan yang terdiri dari 3 (tiga) bagian dan masing-masing dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Dalam bagian ini terdiri dari halaman judul, halaman nota persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, abstraksi, halaman daftar isi, halaman daftar table dan halaman daftar gambar.

2. Bagian Isi

Bab I : Pendahuluan

Pada bab ini berisikan informasi tentang latar belakang yang bertujuan untuk mengetahui permasalahan strategi pemasaran dalam pencapaian target produk Pembiayaan Mikro Air dan Sanitasi yang ada di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera. Fokus dan perumusan masalah dimaksudkan agar masalah dalam penelitian skripsi ini tidak meluas. Tujuan dan manfaat penelitian bertujuan untuk memberikan tujuan dan manfaat dari penulisan skripsi yang akan dibahas, serta sistematika penulisan bertujuan untuk mempermudah dan mendapatkan gambaran umum mengenai isi dari skripsi.

Bab II : Kajian Pustaka

Pada bab ini penulis akan menguraikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti yaitu mengenai strategi pemasaran produk Pembiayaan Mikro Air dan Sanitasi. Diantaranya yang akan dibahas adalah: pengertian strategi pemasaran, bauran pemasaran, strategi implementasi dan pengelolaan pemasaran, pemasaran syariah, aplikasi bauran pemasaran pada perbankan syariah, konsep pembiayaan dan penjelasan mengenai program Sanitasi Total Berbasis Masyarakat (STBM). Dalam kajian pustaka juga terdapat beberapa penelitian terdahulu yang sekiranya relevan dengan judul skripsi dan dapat dijadikan sebagai acuan untuk melakukan penulisan skripsi.

Bab III : Metode Penelitian

Di dalam bab ini diuraikan antara lain: jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, sumber data, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data dan analisis data.

Bab IV : Analisis dan Pembahasan

Pada bab ini akan dijelaskan mekanisme Pembiayaan Mikro Air dan Sanitasi. Disamping itu, penulis akan menganalisis data yang diperoleh dari hasil wawancara serta hasil pengamatan dan akan melakukan pembahasan mengenai strategi pemasaran Pembiayaan Mikro Air dan

Sanitasi. Dalam bagian ini, penulis juga akan membahas tentang kendala yang ada pada Pembiayaan Mikro Air dan Sanitasi serta penyelesaiannya.

Bab V : Penutup

Di dalam bab ini berisi tentang kesimpulan yang berupa hasil dari analisis dan pembahasan penelitian serta saran-saran yang dapat diberikan pada lembaga yang berkaitan dengan objek dan tujuan penelitian serta keterbatasan penulis atas penelitian yang telah dilakukan.

3. Bagian Akhir

Dalam bagian ini berisi tentang daftar pustaka, instrumen wawancara, transkrip wawancara, daftar riwayat pendidikan, dan lampiran-lampiran.

