BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Globalisasi dalam pandangan ajaran islam adalah sebuah keniscayaan karena ajaran islam sendiri adalah ajaran yang bersifat serta tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Dalam Al-Qur'an surat al-Hujuraat: 13, Allah swt berfirman, bahwa manusia yang asalnya satu ayah dan satu ibu akan berkembang baik secara cepat menjadi berbagai ras, suku dan bangsa yang bermacam-macam.

يَتَأَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا
 إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقَىٰكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

Artinya : *Hai manusia, sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diatas kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertaqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah maha mengetahui lagi maha mengenal¹. (al-Hujurat:13).*

Su'uba wa qabila li ta'arufu dalam ayat tersebut menggambarkan bahwa manusia akan terdiri berbagai macam suku bangsa, tetapi ujungnya adalah *lita'arufu* (untuk saling mengenal). kata *lita'arufu* merupakan perintah untuk memahami dan mengerti suku bangsa. Implikasinya bermakna bahwa seorang muslim harus mengglobal jauh melintas batas kesukuan dan teritorial. Akhir ayat 13 al-Hujurat menegaskan bahwa dalam menyikapi globalisasi, seseorang muslim harus memiliki sikap taqwa².

¹ Al-Quran surat al-Isra 14, *Al Qur'an dan Terjemahannya*, Kementerian Agama RI, Mujamma' Khadim al Haramain asy Syarifain Malik Fahd Li thiba' al Mush-haf asy Syarif, Jakarta, 1971, hlm. 847.

²Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Praktik*, Gema Insani, Jakarta, 2003, hlm. 44.

Menghadapi masa globalisasi dalam segala bidang, termasuk globalisasi bidang ekonomi, nampaknya tak ada batas lagi akan negara dunia makin transparan, kejadian didunia lain dalam tempo sekian detik kita dapat mengetahui via satelit dan jaringan informasi yang serba canggih. Kekuatan-kekuatan ekonomi makin menyatu, mereka bergabung dalam bentuk *marger*, *join venture*, *holding company*, baik intern dalam satu negara membentuk konglomerat dan dinasti ekonomi keluarga atau kerja sama antar negara membentuk perusahaan multinasional, yaitu suatu gabungan perusahaan antar bangsa, dana yang mereka peroleh semakin lama makin besar yang kadang kala dapat menggoyahkan perekonomian suatu bangsa ataupun perekonomian dunia. Kalaulah aktivitas mereka tidak dibimbing etika tertentu, maka mereka mulai menghilangkan batas-batas yang baik dan batas-batas yang buruk, yang boleh dan yang terlarang, mereka mulai mengaburkan yang halal dan yang haram.

Kemajuan usaha mereka yang mereka peroleh tidak terlepas dari hubungan utang piutang yang terjadi diantara mereka baik pengusaha industri, perdagangan, pertanian dengan perusahaan perbankan atau pinjam meminjam antar individu dan perusahaan lain. Kehidupan ekonomi sekarang dalam zaman modern ini, dimana bank memegang perang penting, sehingga dalam memegang susunan perekonomian orang tidak mungkin dapat melepaskan diri, dari adanya bank dimana persoalan bank ini dari segi agama harus mendapatkan pencerahan. Islam membebaskan para pemeluknya dari kebodohan, penghambatan dan semua bentuk kejahilan. Dan menyuruh para pemeluknya berfikir kritis dalam menghadapi kemajuan-kemajuan dalam dunia yang selalu berubah dengan perkembangan ilmu ekonomi, kekayaan bukanlah pengertian yang material belaka, melainkan suatu daya upaya untuk mencapai suatu maksud.

Berhubungan adanya pertentangan yang terus menerus antara para ahli dan aliran-aliran ekonomi. Maka bagi umat yang percaya Al-Qur'an dianjurkan agar mengadakan penyelidikan secara terus menerus supaya

mencapai suatu kebenaran, yaitu hukum-hukum islam yang merupakan hukum-hukum yang dapat membawa umat manusia kepada kesejahteraan alam kehidupannya.³ Sistem ekonomi islam mengutamakan aspek hukum dan etika, yakni adanya keharusan menerapkan prinsip-prinsip hukum dan etika bisnis yang islami, antara lain prinsip ibadah, kebebasan, keadilan, tolong-menolong, dan toleransi. Prinsip-prinsip tersebut merupakan pijakan dasar dalam sistem ekonomi islam, sedangkan etika bisnis mengatur aspek hukum kepemilikan, pengelolaan, dan pendistribusian harta, yakni menolak monopoli, eksploitasi dan diskriminasi serta menuntut keseimbangan antara hak dan kewajiban.⁴

Prinsip syariah islam dalam pengelolaan harta menekankan pada keseimbangan antara kepentingan individu dan masyarakat. Harta untuk dimanfaatkan untuk hal-hal produktif terutama kegiatan investasi yang merupakan landasan aktifitas ekonomi dalam masyarakat. Tidak setiap orang mampu secara langsung menginvestasikan hartanya untuk menghasilkan keuntungan, oleh karena itu diperlukan suatu lembaga perantara yang menghubungkan masyarakat pemilik dana dan pengusaha yang memerlukan dana (pengelola dana).⁵ Indonesia sebagai negara yang mayoritas penduduknya beragama islam, telah lama menghadirkan sistem lembaga keuangan yang sesuai tuntutan kebutuhan tidak sebatas finansial namun juga tuntunan moralitas.⁶ Munculnya lembaga-lembaga keuangan yang operasionalnya berdasarkan prinsip syariah, kemudian dikenal dengan lembaga syariah (LKS) keniscayaan dalam kerangka kebutuhan berbisnis yang menghindari riba. Oleh karena itu untuk menghindari pengoperasian lembaga keuangan atau bank non ribawi yang tidak sesuai

³Buchari Alma Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, ALFABETA, Bandung, 2009, hlm. 273.

⁴Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*, CV Pustaka Setia, Bandung, 2013, hlm. 6.

⁵Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, PT Rajagrafindo Persada: Jakarta, 2014., hlm. 4.

⁶*Ibid.*, hlm. 302.

dengan ajaran islam, maka islam memperkenalkan prinsip muamalah non ribawi baik dalam bentuk bank maupun usaha-usaha lainnya.⁷

Dari segi ekonomi mengapa riba dilarang, karena sistem ekonomi memandang bahwa sistem masyarakat yang baik didasarkan atas fundamen yang kokoh adalah masyarakat dimana setiap orang memiliki kesempatan untuk menjadi anggota masyarakat dan pekerja. Sedangkan bila masyarakat itu hanya sebagian saja yang bekerja dan sebagian lagi adalah orang malas yang hidupnya tergantung pada orang lain serta memupuk keringan dari orang lain, akan menghilangkan keseimbangan dan akan muncul kejahatan. Karena itu Imam Razi pernah berkata, riba diharamkan didalam masyarakat islam mencegah orang lain untuk memiliki jalan hidup sendiri, karena orang yang bermodal hidupnya hanya membuat kontrak riba saja dan kontrak ini ia dapat menghasilkan modal yang lain baik secara teratur maupun secara berangsur-angsur.⁸

Pusat Inkubasi bisnis usaha kecil (PINBUK) yang didirikan tahun 1995 oleh ketua umum MUI, ketua umum ICMI, dan direktur utama bank muamalat memulai dan menggagaskan lembaga keuangan mikro yang mengarahkan usahanya mencapai jutaan usaha mikro dan fakir miskin dengan mendirikan BMT. BMT merupakan lembaga keuangan mikro non bank yang memiliki kegiatan utama yaitu kegiatan sosial dan kegiatan bisnis sekaligus.⁹ Dalam kegiatan sosial BMT memiliki kesamaan fungsi dengan badan/lembaga amil zakat yang melakukan kegiatan menerima dan mengumpulkan zakat, infak, sedekah, dan bantuan sosial lainnya untuk didistribusikan kepada yang berhak menerima atau kepada pihak-pihak yang sangat membutuhkan.

BMT didirikan dan dikelola kelompok swadaya masyarakat bukan dikelola oleh negara. Oleh karena itu BMT sekalipun menggunakan nama

⁷Didiek Ahmad Supardi, *Sistem Lembaga Keuangan Ekonomi Syariah dalam Pemberdayaan Ekonomi Rakyat*, PT. Pustaka Rizki Putra: Semarang, 2013., hlm. 21.

⁸Buchari Alma Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Op. Cit, hlm. 286.

⁹Didiek Ahmad Supardi, *Sistem Lembaga Keuangan Ekonomi Syariah dalam Pemberdayaan Ekonomi Rakyat*, Op. Cit, hlm. 23.

baitul mal, namun bukanlah lembaga baitul mal seperti yang pernah ada dalam pemerintahan islam yaitu lembaga ekonomi yang didirikan oleh negara sebagai instrumen pemerintahan islam yang keberadaannya sudah dimulai sejak zaman Rasulullah SAW. Zallum menegaskan bahwa baitul mal adalah suatu lembaga yang mempunyai tugas khusus yang menangani segala harta umat, baik berupa pendapatan maupun pengeluaran negara. Jadi setiap harta baik berupa tanah, bangunan, barang tambang, uang, komoditas perdagangan, maupun harta benda lainnya dimana kaum muslimin berhak memilikinya sesuai hukum syarak dan tidak ditentukan individu pemiliknya walaupun telah tertentu pihak yang berhak menerimanya maka harta tersebut menjadi hak baitul mal, yakni sudah dianggap sebagai pemasukan baitul mal. Jadi penggunaannya kata baitul mal dalam BMT tersebut lebih tepat kearah makna harfiyahnya yaitu rumah dana.

Kegiatan lain dari BMT adalah kegiatan bisnis yaitu menghimpun dana dari anggota untuk disimpan dan disalurkan dalam bentuk pembiayaan syariah dalam sektor ekonomi yang halal dan menguntungkan khususnya usaha-usaha kecil, kecil kebawah, dan mikro. Maka tepat kiranya jika BMT dicanangkan secara nasional untuk mendukung usaha kecil-mikro seluruh Indonesia oleh Presiden.¹⁰ Pada penyaluran dana kepada masyarakat, sebagian besar pembiayaan disalurkan dalam bentuk barang atau jasa yang diberikan untuk nasabahnya, dengan demikian pembiayaan hanya diberikan apabila barang atau jasa telah ada terlebih dahulu. Dengan metode ada barang dulu, baru ada uang, maka masyarakat dipacu untuk memproduksi barang atau jasa (mengadakan barang atau jasa). Selanjutnya barang yang dibeli atau diadakan menjadi jaminan (*collateral*) utang. Secara garis besar hubungan ekonomi berdasarkan syariah islam tersebut ditentukan oleh hubungan aqad yang terdiri dari lima konsep

¹⁰*Ibid.*, hlm. 24.

dasar aqad. Kelima konsep tersebut adalah: sistem simpanan, bagi hasil, margin keuntungan, sewa dan *fee* (jasa).¹¹

Dalam situasi lingkungan yang penuh persaingan yang penuh dinamika ini, manajemen dituntut untuk menciptakan sesuatu yang mampu memberikan pelayanan yang memuaskan kepada seluruh pemegang kepentingan, dengan berkembangnya konteks persaingan maka dituntut untuk mengembangkan dan mengimplementasikan strategi yang dapat mengantisipasi terhadap kecenderungan-kecenderungan baru untuk mencapai dan mempertahankan posisi bersaing maupun keunggulan kompetitifnya. Perumusan strategi tersebut merupakan keputusan yang menyelaraskan antara kondisi lingkungan eksternal, dengan sumber daya, dan kapabilitas yang dimiliki yang menjadi kompetensi inti, serta harapan yang ingin dicapai pada waktu yang akan datang.¹² Strategi menempatkan parameter-parameter sebuah organisasi dalam pengertian menentukan tempat bisnis dan cara bisnis untuk bersaing. Strategi merupakan arahan umum yang hendak ditempuh oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuannya. Strategi ini merupakan rencana besar dan rencana panjang¹³.

Strategi yang harus dirumuskan adalah bagaimana membuat *positioning* yang tepat. *Positioning* adalah strategi untuk merebut posisi dibenak konsumen (anggota), sehingga strategi ini menyangkut bagaimana membangun kepercayaan, keyakinan, dan kompetensi bagi pelanggan. Saat ini, konsumen (anggota) memegang peran kunci untuk pembelian atau pemakaian produk-produk. Menurut Philip Kotler (dalam buku Hermawan Karta jaya dan Syakir Sula), *Positioning* adalah aktifitas mendesain citra dari apa yang ditawarkan perusahaan sehingga mempunyai arti dan memposisikan diri dibenak konsumen, sedangkan bagi Yoram Wind (dalam buku Hermawan Karta Jaya dan Syakir Sula),

¹¹Muhamad, *Manajemen Bank Syariah, Op. Cit.*, hlm. 26.

¹²Muhammad H. Mubarak, *Strategi Korporat dan Persaingan Bisnis dalam Meraih Keunggulan Kompetitif*, Idea Pres, Yogyakarta, 2009, hlm. 1.

¹³Panji Anoraga, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*, PT Rineka Cipta, Jakarta, hlm. 357.

seorang profesor strategi pemasaran, *positioning* adalah bagaimana mendefinisikan identitas dan kepribadian perusahaan dibenak pelanggan. Jadi *positioning* adalah suatu perusahaan mengenai bagaimana identitas produk atau perusahaan tertanam di benak konsumen yang mempunyai kesesuaian dengan kompetisi yang dimiliki oleh perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan, kredibilitas, dan pengakuan dari konsumen.¹⁴

Positioning memegang peranan dalam memasarkan produk-produk, karena membangun *positioning* berarti membangun kepercayaan dari konsumen (anggota). *Positioning* adalah inti dari strategi, dan diferensiasi adalah inti dari taktik. Dasar semua aktivitas pemasaran akan berbasis pada diferensiasi yang ingin ditawarkan. Setelah citra yang ingin dibentuk dalam *positioning* telah terdefinisi, langkah selanjutnya adalah menyelaraskan taktik pemasaran dalam suatu diferensiasi. Diferensiasi didefinisikan sebagai tindakan merancang seperangkat perbedaan yang bermakna dalam tawaran.¹⁵ BMT Amanah Kudus merupakan lembaga keuangan yang bergerak dibidang jasa, karena banyaknya lembaga keuangan maka BMT Amanah Kudus dituntut mampu bersaing untuk menarik dan mempertahankan anggotanya atas pemakaian produk yang ditawarkan. Produk yang tawarkan dapat berupa simpanan (*funding*) berupa simpanan anak sholeh, simpanan sakinah, simpanan mawadah, dan simpanan qurban. Sedangkan untuk produk pembiayaan (*lending*) berupa pembiayaan modal usaha, pembiayaan multi barang, dan pembiayaan sewa.

Di sini unit bisnis berkonsentrasi untuk mencapai kinerja yang terbaik dalam meningkatkan manfaat bagi pelanggan (anggota) yang dinilai penting oleh sebagian besar pasar. Jadi unit bisnis yang ingin memimpin dalam mutu, harus menggunakan komponen terbaik, memadukannya dengan baik, memeriksanya dengan teliti dan

¹⁴Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, PT Mizan Pustaka, Bandung, 2006, hlm. 173.

¹⁵*Ibid.*, hlm. 175.

mengkomunikasikan mutu dengan efektif.¹⁶ Manajer harus berupaya untuk membina anggota loyal, yang merupakan anggota retensi dengan kemampuan untuk dapat memberikan rekomendasi. Upaya tersebut dilakukan oleh manajer, karena manajer yakin bahwa anggota merupakan dasar dari pusat laba BMT Amanah Kudus, sehingga BMT Amanah Kudus perlu lebih berorientasi pada anggota.

Tabel 1.1

Data Anggota BMT Amanah Kudus

Tahun	Jumlah anggota <i>funding</i>	Jumlah anggota <i>lending</i>
2014	1.143	358
2015	1.427	339
2016	1.655	269

Pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah anggota BMT Amanah Kudus mengalami peningkatan setiap tahun selama tiga tahun terakhir untuk jumlah anggota *funding*. Untuk jumlah anggota *lending* dari setiap tahun selama tiga tahun mengalami penurunan, dalam meningkatkan jumlah nasabahnya maka dituntut untuk dapat melakukan strategi bersaing yang efektif sehingga dapat memenangkan persaingan. Dengan banyaknya lembaga keuangan syariah menjadikan BMT Amanah Kudus sebagai salah satu BMT yang harus mampu bersaing secara kompetitif dan memiliki karakter tersendiri dalam bersaing untuk mempertahankan anggotanya, terutama dengan lembaga keuangan syariah lainnya yang memiliki nama dibidang keuangan, sumber daya manusia dan produk yang berkualitas. Dalam penelitian ini yang dijadikan obyek penelitian adalah BMT Amanah Kudus untuk melakukan strategi diferensiasi produk. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “ **Analisis Strategi Diferensiasi Produk Pada *Funding***

¹⁶Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, CV Pustaka Setia, Bandung, 2013, hlm. 278.

dan *Lending* Untuk Meningkatkan Loyalitas anggota di BMT Amanah Kudus”.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian adalah pokok permasalahan yang akan dibahas dan dikaji. Dalam penelitian ini yang menjadi fokus penelitian adalah “Analisis Strategi Diferensiasi Produk Pada *Funding* Dan *Lending* Untuk Meningkatkan Loyalitas Anggota”, dimana pelakunya adalah manajer, karyawan dan nasabah BMT Amanah Kudus.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi diferensiasi produk pada *funding* dan *lending* di BMT Amanah Kudus ?
2. Bagaimana strategi diferensiasi produk pada *funding* dan *lending* untuk meningkatkan loyalitas anggota di BMT Amanah Kudus ?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi diferensiasi produk pada *funding* dan *lending* di BMT Amanah Kudus.
2. Untuk mengetahui strategi diferensiasi pada *funding* dan *lending* untuk meningkatkan loyalitas anggota di BMT Amanah Kudus.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teortis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi semua pihak dalam menambah pengetahuan mengenai permasalahan yang berkaitan dengan analisis strategi diferensiasi produk pada *funding* dan *lending*

untuk meningkatkan loyalitas anggota di BMT Amanah Kudus, serta sebagai bahan referensi bagi penelitian lebih lanjut.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan gambaran obyektif mengenai penerapan analisis strategi diferensiasi produk pada *funding* dan *lending* untuk meningkatkan loyalitas anggota di BMT Amanah Kudus dan diharapkan dapat dipakai sebagai dasar pertimbangan bagi penerapan strategi diferensiasi produk pada *funding* dan *lending* untuk meningkatkan loyalitas anggota.

F. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalah pahaman tentang judul di atas, maka penulis memberikan penjelasan sebagai berikut:

1. Diferensiasi didefinisikan sebagai tindakan merancang seperangkat perbedaan yang bermakna dalam tawaran.¹⁷
2. *Funding* adalah menghimpun dana (tabungan) masyarakat yang ditampung dilembaga keuangan yang kemudian dikelola dengan baik oleh lembaga tersebut.¹⁸
3. *Lending* adalah penyaluran dana (pembiayaan) berdasarkan tujuan untuk kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak meminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu ditambah dengan sejumlah imbalan atau bagi hasil.¹⁹
4. loyalitas nasabah (anggota) adalah komitmen mendalam pelanggan atau nasabah untuk melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali produk atau jasa terpilih secara konsisten di waktu yang akan datang, meskipun pengaruh situasi memiliki potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.²⁰

¹⁷Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing, Op. Cit.*, hlm.175.

¹⁸M. Ridwan, manajemen baitul maal wa tamwil, UII press, yogyakarta 2004, hlm. 149

¹⁹*Ibid.*, hlm. 150

²⁰Didiek Ahmad Supadie, *Sistem Lembaga Keuangan Ekonomi Syariah Dalam Pemberdayaan Ekonomi Rakyat, OP. Cit.*, hlm. 74

G. Sistematika Pembahasan

Agar dapat diperoleh pemahaman yang runtut, sistematis, dan jelas, maka penulis memberikan kerangka sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini terdiri dari latar belakang penelitian, fokus penelitian, permasalahan yang diteliti, tujuan dan manfaat diadakan penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II Kajian Pustaka

Bab ini membahas kajian teori yang terdiri dari diferensiasi produk, *funding* dan *lending*, penjelasan tentang loyalitas, penelitian terdahulu, serta kerangka berpikir.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini mencakup tentang jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, analisis data.

BAB IV Gambaran Umum Dan Pembahasan

Bab ini menguraikan sejarah BMT, struktur organisasi, dan hal-hal yang berkaitan dengan BMT dan membahas hasil penelitian yang sudah dilakukan mengenai analisis strategi diferensiasi produk pada *funding* dan *lending* untuk meningkatkan loyalitas di BMT Amanah Kudus

BAB V Penutup

Bab ini menguraikan kesimpulan dan saran-saran perbaikan atas pembahasan dalam bab terdahulu. Yang mungkin digunakan sebagai bahan masukan berbagai pihak, khususnya untuk pihak BMT Amanah Kudus.