

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga Keuangan Mikro (LKM) adalah lembaga keuangan dan pembiayaan yang didirikan dan dimiliki bersama oleh warga masyarakat baik yang terhimpun dalam warga masyarakat, untuk memecahkan masalah/kendala permodalan dan kebutuhan dana yang dihadapi para anggotanya. LKM secara umum bertujuan untuk memacu pertumbuhan dan perkembangan usaha ekonomi ummat, dan masyarakat pada umumnya.

Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menghimpun dana masyarakat dalam bentuk tabungan (simpanan) maupun deposito dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip syariah melalui mekanisme yang lazim dalam dunia perbankan.¹ Sehingga secara konsepsi LKMS adalah suatu lembaga yang di dalamnya mencakup dua jenis kegiatan sekaligus yaitu: 1) Kegiatan mengumpulkan dana dari berbagai sumber seperti: zakat, infaq dan shodaqoh serta lainnya yang dibagikan/dialurkan kepada yang berhak dalam rangka mengatasi kemiskinan, dan 2) Kegiatan produktif dalam rangka nilai tambah baru dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang bersumber daya manusia.

LKMS merupakan kelompok swadaya masyarakat sebagai lembaga ekonomi rakyat yang berupaya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dengan berdasar prinsip syariah untuk meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha kecil dalam upaya pengentasan kemiskinan. LKMS merupakan lembaga keuangan yang khusus didirikan untuk memberikan jasa pengembangan usaha dan pemberdayaan masyarakat, pengelolaan simpanan, maupun pemberian jasa konsultasi pengembangan usaha yang tidak semata-mata

¹Mahalul Ilmi, *Teori dan Praktik Lembaga Keuangan Mikro Syariah* (Yogyakarta: UII Press, 2002), 13.

mencari keuntungan yang dalam operasionalnya menerapkan prinsip syariah.² Berdasarkan definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa LKMS adalah suatu lembaga keuangan mikro yang menggabungkan unsur profit motive dan unsur nirlaba (sosial) dalam kegiatan usahanya yang dijalankan sesuai dengan ketentuan syariah.

Sifat usaha LKMS yang berorientasi pada bisnis dimaksudkan supaya pengelolaan LKMS dapat dijalankan secara profesional, sehingga mencapai tingkat efisiensi tertinggi. Dari sinilah LKMS akan mampu memberikan bagi hasil yang kompetitif kepada deposannya serta mampu meningkatkan kesejahteraan para pengelolanya sejajar dengan lembaga lainnya. Sedangkan aspek sosial LKMS berorientasi pada peningkatan kehidupan anggota dan masyarakat sekitar yang membutuhkan.³

LKMS sebagai salah satu lembaga keuangan non bank yang berprinsip syariah dikenal sebagai sebuah lembaga keuangan swadaya masyarakat. Karena LKMS lahir dan dikembangkan oleh masyarakat dan sangat strategis serta efektif dalam upaya memberdayakan ekonomi masyarakat kecil, dibentuk bertujuan untuk memobilisasi dana masyarakat, untuk selanjutnya dikelola dan dimanfaatkan guna kesejahteraan masyarakat.⁴ Dengan adanya LKMS diharapkan dapat mendorong kehidupan ekonomi syariah dalam kegiatan usaha mikro dan juga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk bermuamalah secara benar dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dalam kehidupan sehari-hari termasuk dalam berbisnis.⁵ Artinya saat ini telah terdapat keberadaan lembaga keuangan yang membantu perekonomian masyarakat tingkat menengah ke bawah dengan menggunakan prinsip syariah, yaitu Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) Assa Berkah Sejahtera Kudus.

²Tim Penyusun, *Bahan Bacaan Manajemen Lembaga Keuangan Mikro Syariah* (Jakarta: Laznas BMS Umat, 2017), 132-133.

³Muhammad Ridwan, *Manajemen BMT* (Yogyakarta: UII Press, 2004), 129.

⁴Zainul Arifin, *Memahami Bank Syariah Lingkup, Peluang, Tantangan dan Prospek* (Jakarta: Alfabeta, 1999), 134

⁵Zainul Arifin, *Memahami Bank Syariah Lingkup, Peluang, Tantangan dan Prospek*, 134.

Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh I Made Aditya Jaya Permana, I Nengah Dasi Astawa (2016) dengan judul “Strategi Bisnis dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing pada PT. BPR Permata Sedana”, penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi bisnis yang diterapkan PT. BPR Permata Sedana adalah: a) Intensifikasi promosi dan ekstensifikasi promosi, intensifikasi promosi dilaksanakan dengan membujuk nasabah tabungan ataupun deposito untuk menambah dana yang disimpannya. Ekstensifikasi promosi dilakukan dengan mencari nasabah baru dengan cara mendatangi kantor-kantor, hotel-hotel dan pengusaha atau toko yang belum menjadi nasabah. b) Ekstensifikasi distribusi, ekstensifikasi distribusi dilaksanakan dengan membuka kantor kas di tempat-tempat strategis seperti pasar dan kawasan hotel. Dengan dibukanya kantor kas dapat mendekatkan PT. BPR Permata Sedana dengan nasabah yang beromnibus jauh dari kantor cabang. c) Evaluasi dan pengendalian, langkah akhir dalam perumusan strategi adalah evaluasi dan pengendalian. Penelusuran strategi dan pemasarannya membuah pengendalian dan sistem informasi yang efektif dan memberikan umpan balik (*feedback*) yang lengkap dan tepat waktu. Dengan demikian tindakan perbaikan atas dasar evaluasi dan umpan balik tersebut senantiasa diurutkan untuk mencapai tujuan efektif sehingga mekanisme pengembangan strategi berjalan secara kontinyu dan dapat diperoleh rumusan strategi yang dinamis.⁶

Utari Evy Cahyani (2016) dengan judul “Strategi Bersaing dalam Berbisnis Secara Islami” dalam penelitiannya menghasilkan bahwa strategi bersaing yang diungkapkan oleh kedua pakar tersebut, Islam juga mengajarkan strategi bersaing dalam bisnis. Terdapat tiga hal yang perlu diperhatikan ketika membahas persaingan bisnis secara Islami yaitu pihak-pihak yang bersaing, cara persaingan, dan produk yang dipersaingkan.⁷

⁶I Made Aditya Jaya Permana, I Nengah Dasi Astawa, “Strategi Bisnis dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing pada PT. BPR Permata Sedana” (*Jurnal Manajemen & Bisnis*, 2016), Volume 13 Nomor 3 Juni.

⁷Utari Evy Cahyani, “Strategi Bersaing dalam Berbisnis Secara Islami” (*At-Tijarah*, 2016), Volume 2, No. 1, Januari-Juni.

Meilhat dari beberapa penelitian sebelumnya di atas, maka terdapat *gap research* bahwa LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus banyak memberikan pelayanan jasa kepada masyarakat dalam bentuk penyediaan produk kepada masyarakat. Produk yang disediakan tersebut dapat berupa produk simpanan maupun produk pembiayaan. Produk simpanan (*funding*) yang ada adalah produk simpanan masalah, simpanan berjangka Amanah. Dimana mekanisme pada simpanan masalah menggunakan akad *wadi'ah yad dlamannah*, dengan pembukaan rekening yang mudah dan terjangkau, dan tanpa dikenai biaya administrasi bulanan. Simpanan berjangka Amanah menggunakan akad *mudharabah* dengan porsi bagi hasil yang menarik dan tanpa dikenai biaya administrasi dan dapat digunakan sebagai jaminan pembiayaan. Sedangkan produk pembiayaan (*lending*) dalam LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus adalah pembiayaan *mudharabah*.⁸ Di mana persyaratannya yang dibutuhkan sangat mudah dan prosesnya sangat cepat sesuai yang diinginkan oleh masyarakat.

Melihat realitas perkembangan produk LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus mengalami pertumbuhan produk *funding* yang sangat pesat, sejak berdirinya pada tahun 2017 sampai tahun 2018 berhasil memberikan kepercayaan kepada masyarakat untuk menyimpan uang mereka di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus. Untuk lebih meningkatkan daya saing, pihak LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus hendaknya memiliki kreativitas yang lebih menarik lagi dalam memberikan layanan kepada masyarakat. Yaitu dapat dengan melakukan perbedaan pada produk atau melakukan strategi diferensiasi produk dengan diciptakan semenarik mungkin agar masyarakat tertarik untuk menyimpan uangnya di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus.

Dalam lingkungan pasar kompetitif yang dinamik dewasa ini, banyak lembaga keuangan menyadari bahwa pengembangan berkesinambungan dan introduksi produk baru merupakan kunci untuk dapat bertahan dan tumbuh.⁹ Karena

⁸Hasil observasi melalui brosur dari Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) Assa Berkah Sejahtera Kudus, tanggal 20 Desember 2018.

⁹Alexander Sindoro dan Tanty Syahlina Tarigan, *Manajemen Pemasaran Global Jilid 2* (Jakarta: Indeks, 2007), 97.

banyak lembaga keuangan yang memproduksi jasa yang sama, walaupun harus sama, produk itu harus memiliki keunikan tersendiri. Para manajer harus berani mengambil prakarsa diluar kebiasaan yang sudah ada. Jikalau hal itu tetap menjadi kecenderungan maka dapat dipastikan mereka akan mengalami kesulitan untuk berkembang. Lain halnya apabila produknya memiliki kelebihan, hasilnya akan berbeda. Nilai tambah yang tercipta itu adalah berasal dari keunikan yang terdapat dalam produk yang dipasarkannya itu. Keunikan yang dikehendaki oleh pasar akan merupakan keunggulan komparatif yang akan dapat dipergunakannya untuk membentuk menjadi keunggulan persaingan.¹⁰

Oleh karena itu lembaga keuangan harus memiliki strategi dalam menghadapi persaingan itu sendiri, dalam dunia pemasaran dikenal berbagai strategi yang penerapannya sesuai dengan kebutuhan yang ada. Menurut Amstrong dan Kotler, marketing suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.¹¹ Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti bahwa LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus dalam memasarkan produknya menggunakan strategi jempuit bola.¹²

Melihat uraian berkaitan dengan hal tersebut di atas, maka dalam hal ini penulis mengambil judul **“Implementasi Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi Pada LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus)”**.

B. Fokus Penelitian

Penelitian kualitatif tidak akan menetapkan penelitiannya hanya pada hanya berdasarkan variabel penelitian, tetapi situasi keseluruhan sosial yang diteliti yang meliputi aspek tempat

¹⁰Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: BPFE, 2014), 174.

¹¹Philip Kotler dan Amstrong, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Prehellindo, 2001), 55.

¹²Hasil observasi di Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) Assa Berkah Sejahtera Kudus, tanggal 25 September 2018.

(*place*), pelaku (*actor*), dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis.¹³ Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. Tempat penelitian ini adalah di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus.
2. Pelaku penelitian ini adalah kepala bagian pemasaran, staf pemasaran dan teller yang merupakan pelaku utama, sedangkan pelaku penguatan data adalah manajer.
3. Aktivitas penelitian ini berupa implementasi strategi pemasaran untuk meningkatkan keunggulan kompetitif di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus dengan analisis SWOT.

C. Rumusan Masalah

Melihat latar belakang masalah serta fokus penelitian, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi strategi pemasaran LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus.
2. Bagaimana kelebihan dan kelemahan implementasi strategi pemasaran untuk meningkatkan keunggulan kompetitif di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus dengan analisis SWOT.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui implementasi strategi pemasaran LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus.
2. Untuk menganalisis kelebihan dan kelemahan implementasi strategi pemasaran untuk meningkatkan keunggulan kompetitif di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus dengan analisis SWOT.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
 - a. Mengembangkan khasanah ilmu pengetahuan ekonomi, khususnya mengenai manajemen pemasaran dalam

¹³Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2005), 32.

- strategi pemasaran untuk meningkatkan keunggulan kompetitif.
- b. Sebagai bahan dasar untuk penelitian lebih lanjut mengenai marketing syariah, khususnya dalam mengelola strategi pemasaran untuk meningkatkan keunggulan kompetitif.
2. Manfaat praktis
 - a. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan oleh perusahaan untuk manajemen pemasaran dengan baik agar menjadi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bagi perusahaan.
 - b. Bagi penulis lain yang sedang melakukan penelitian dapat digunakan sebagai bahan acuan dalam penelitian mengenai khususnya dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan keunggulan kompetitif.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran serta garis-garis besar dari masing-masing bagian yang saling berhubungan. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan penulis susun:

1. Bagian Awal

Bagian awal ini, terdiri dari: halaman judul, persetujuan pembimbing, pengesahan, pernyataan keaslian skripsi, halaman abstrak, halaman motto, halaman persembahan, halaman transliterasi Arab-Latin, kata pengantar, halaman daftar isi, daftar tabel, daftar gambar dan daftar lampiran.

2. Bagian Isi, meliputi :

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, antara bab 1 dengan bab lain saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab itu adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang kajian pustaka yang berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam penyusunan skripsi meliputi teori implementasi strategi pemasaran, keunggulan kompetitif. Hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran.

BAB III : METODE PENELITIAN

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

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, deskripsi data penelitian, yaitu: implementasi strategi pemasaran LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus, serta kelebihan dan kelemahan implementasi strategi pemasaran untuk meningkatkan keunggulan kompetitif di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus. Pembahasan yang meliputi: analisis tentang implementasi strategi pemasaran LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus serta analisis tentang kelebihan dan kelemahan implementasi strategi pemasaran untuk meningkatkan keunggulan kompetitif di LKMS Assa Berkah Sejahtera Kudus.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang rangkuman hasil penelitian yang ditarik kesimpulan dari analisis data dan pembahasan. Saran berisi perbaikan yang berkaitan dengan penelitian.

3. Bagian akhir meliputi: daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan dan lampiran-lampiran.