

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan yang ada di Indonesia dibagi menjadi dua yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan bukan bank. Lembaga keuangan bank merupakan lembaga yang kegiatannya menghimpun dana langsung dari masyarakat dan menyalurkan kredit kepada masyarakat sedangkan lembaga keuangan bukan bank adalah lembaga keuangan yang menghimpun dana dengan cara mengeluarkan surat berharga dan menyalurkannya kepada masyarakat. Salah satu lembaga keuangan bukan bank yaitu Koperasi Simpan Pinjam. Menurut Muchtar dalam penelitian yang dilakukan oleh Lasnia, kegiatan utama dalam koperasi simpan pinjam adalah untuk menyimpan dan menyalurkan dana untuk memenuhi kebutuhan anggotanya.¹

Perkembangan koperasi simpan pinjam saat ini telah ada koperasi simpan pinjam yang berbasis syariah yaitu Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS). Dalam Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 16/Per/M.KUKM/IX/2015 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah oleh Koperasi, dijelaskan bahwa Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah adalah koperasi yang kegiatan usahanya meliputi simpanan, pinjaman dan pembiayaan sesuai prinsip syariah, termasuk pengelolaan zakat, infaq/ sedekah, dan wakaf.²

Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) merupakan salah satu lembaga keuangan bukan bank yang bergerak dalam skala mikro sebagaimana Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS). BMT sendiri terdiri dari dua istilah yaitu *baitul maal* dan *baitul tamwil*. Istilah *baitul maal* lebih mengarah pada usaha penghimpunan dan penyaluran dana *non*

¹ Hani Lasnia, “Analisis Penerapan Bauran Pemasaran Pada Produk Jasa di KSPPS Karisma Cabang Grabag”, *Jurnal Maneksi*. Vol. 10, No. 1 (2021).

² Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 16/Per/M. KUKM/IX/2015.

profit. Istilah *baitul tamwil* adalah upaya untuk menghimpun dan menyalurkan dana komersial.³

Menurut Sudarsono dalam penelitian yang dilakukan oleh Ekawardhani menjelaskan bahwa BMT sebagai lembaga keuangan berdasarkan prinsip syariah dan dapat dikatakan lembaga swadaya masyarakat di bidang keuangan, hal ini disebabkan karena BMT tidak hanya bergerak untuk pengelolaan modal saja namun juga bergerak dalam pengumpulan zakat, infaq, dan shadaqah.⁴

Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) sebagai lembaga keuangan syariah yang baru berkembang di Indonesia namun perkembangannya bisa dikatakan cukup pesat. Dengan meningkatnya lembaga keuangan syariah saat ini, lembaga keuangan syariah senantiasa bersaing ketat dengan lembaga-lembaga keuangan syariah lainnya. Dalam mempertahankan eksistensinya, setiap lembaga keuangan akan mengeluarkan produk-produk penghimpun dana maupun produk-produk penyaluran dana yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pasar. Dalam menghadapi persaingan antar lembaga keuangan syariah lainnya, setiap lembaga tentu memiliki memiliki strategi untuk menarik perhatian dan minat masyarakat agar tetap menjadi anggota atau menjadi anggota baru untuk melakukan penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Salah satu yang dijadikan strategi BMT sebagai lembaga keuangan syariah untuk mencari anggota baru agar tertarik melakukan penghimpunan dana yaitu dengan iming-iming memberikan dan menawarkan hadiah yang menarik.⁵

Hadiah diartikan sebagai suatu pemberian yang sifatnya tidak mengikat sehingga hadiah akan diberikan secara sukarela

³ Siti Nur Aini dan Rachma Indriani, "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Simpanan *Wadi'ah* Pada USPPS BMT Sunan Drajat Tungul Paciran Lamongan", *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial*, Vol. 1 No. 4 (2021).

⁴ Ditta Ayu Kurniaari Ekawardhani dan Dian Filianti, "Simpanan Berjangka Pada KSPPS BMT Amanah Ummah Menurut Fatwa DSN-MUI No. 02 dan No. 115" *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, Vol. 6 No. 1 (2018).

⁵ Indi Masita Lisdawami dan Imron Mawardi, "Pengembangan Produk *Funding* KSPPS BMT Amanah Ummah Jawa Timur", *Jurna Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, Vol. 4 No. 11 (2017).

tanpa meminta imbalan. Pada perkembangan zaman sekarang ini, hadiah tidak lagi merupakan pemberian yang sukarela akan tetapi hadiah dijadikan sebagai strategi promosi dan pemasaran untuk menarik perhatian anggota. Hadiah pada umumnya diberikan secara langsung dan secara undian. Hadiah secara langsung diberikan kepada anggota apabila membuka rekening simpanan. Biasanya yang lebih menarik bagi anggota adalah hadiah undian yang ditawarkan yang umumnya bernilai total hadiah jutaan rupiah yang tentunya tidak lepas dari syarat dan ketentuan yang ditetapkan oleh BMT.⁶

Ketentuan terkait hadiah dalam penghimpunan dana lembaga keuangan syariah terdapat dalam Fatwa DSN MUI Nomor 86/XII/DSN-MUI/2012 tentang Hadiah dalam Penghimpunan Dana Lembaga Keuangan Syariah. Fatwa ini menerangkan bahwa lembaga keuangan syariah boleh menawarkan dan/atau memberikan hadiah dalam rangka promosi produk penghimpunan dana dengan mengikuti ketentuan-ketentuan yang terdapat didalamnya. Ketentuan tersebut adalah ketentuan umum, ketentuan hukum, ketentuan terkait hadiah, ketentuan terkait cara penentuan penerima hadiah, dan ketentuan terkait hadiah dalam simpanan DPK.⁷

Salah satu *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) yang menerapkan praktik program hadiah dalam menarik minat nasabah agar mereka tertarik untuk menghimpun dananya disana adalah BMT Mitra Muamalat Kudus yang berbadan hukum Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS). BMT Mitra Muamalat adalah salah satu yang berkembang pesat dibuktikan dengan banyaknya kantor cabang yang sudah didirikan di Kota Kudus. BMT Mitra Muamalat mempunyai tujuan untuk mendorong pemberdayaan umat. Produk penghimpunan dana yang menawarkan hadiah di BMT Mitra Muamalat adalah produk simpanan Si Berkah Gold. Simpanan Si Berkah Gold merupakan simpanan dana berjangka berhadiah yang penyetorannya dilakukan secara rutin dengan nominal tertentu. Program simpanan ini

⁶ Devi Putri Lestari, "Hadiah dalam Penghimpunan Dana Tabungan Perspektif Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia", *Jurnal Of Islamic Business Law*, Vo. 4 No. 4 (2020).

⁷ Fatwa DSN-MUI Nomor 86/DSN-MUI/XII/2012 Tentang Hadiah dalam Penghimpunan Dana Lembaga Keuangan Syariah.

menggunakan akad *mudharabah mutlaqah* yang memiliki arti simpanan dana yang diamanahkan oleh anggota kepada BMT Mitra Muamalat yang mana dana tersebut disalurkan kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan yang memenuhi prinsip syariah. Berbeda dengan produk simpanan berjangka yang ada di BMT lainnya yang termasuk dalam deposito, tetapi akad yang digunakan sama yaitu *mudharabah mutlaqah*. Dalam praktik pemberian hadiah, BMT Mitra Muamalat juga memiliki syarat dan ketentuan yang sesuai dengan ketentuan syariah salah satunya adalah sistem bagi hasil Si Berkah Gold menggunakan sistem *profit sharing* atau menggunakan teknik saldo rata-rata dalam perhitungan bagi hasilnya.⁸

Dalam upaya mengenalkan produk simpanan Si Berkah Gold kepada masyarakat luas, tentu saja BMT Mitra Muamalat memerlukan strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran adalah upaya perusahaan untuk memisahkan diri secara positif dari para pesaingnya dalam rangka memenuhi dan memuaskan tuntutan konsumen di lingkungan dengan menggunakan keunggulannya.⁹

Strategi pemasaran mempunyai peran yang sangat penting untuk keberhasilan suatu usaha perusahaan umumnya dan dibidang pemasaran khususnya. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk dan jasa. Pemasaran juga dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat. Dalam menghadapi persaingan, BMT Mitra Muamalat yang memiliki produk simpanan Si Berkah Gold dituntut untuk melakukan proses pemasaran yang baik agar dapat menarik minat masyarakat untuk menjadi anggota. Pemasaran yang diterapkan haruslah menerapkan suatu strategi yang tepat dalam rangka menarik minat masyarakat untuk menjadi anggota dan mempertahankan anggota yang ada.¹⁰

⁸ Yusril Hana Tzani, Wawancara oleh Penulis, 04 Januari 2021, Pukul 10.00 WIB, Wawancara Informan.

⁹ Widarto Rachbini, *Penerapan Metoda Analytical Hierarchy Process Pada Strategi Pemasaran Produk* (Banten: CV. AA. Rizky, 2019), 17-18.

¹⁰ Muhammad Syafiq Rofi, "Strategi Pemasaran Produk *Mudharabah* di BMT Mitra Ummat Al-Amanah Kecamatan Sirampong, Brebes", *Jurnal Abdida*, Vol. 1 No. 5 (2020).

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengambil judul **“Strategi Pemasaran Produk Simpanan Si Berkah Gold di BMT Mitra Muamalat Kudus”**

B. Fokus Penelitian

Peneliti melakukan penelitian di BMT Mitra Muamalat Kudus. Lokasi penelitian berada di Jl. HOS Cokroaminoto No 57 Kudus. BMT Mitra Muamalat memiliki produk simpanan dan produk pembiayaan. Salah satu produk simpanan yang ingin diteliti oleh peneliti adalah simpanan Si Berkah Gold yaitu tentang praktik pemberian hadiah pada produk simpanan Si Berkah Gold dan penerapan strategi pemasaran pada produk simpanan Si Berkah Gold di BMT Mitra Muamalat Kudus.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana praktik pemberian hadiah pada produk simpanan Si Berkah Gold di BMT Mitra Muamalat Kudus?
2. Bagaimana penerapan strategi pemasaran pada produk simpanan Si Berkah Gold di BMT Mitra Muamalat Kudus?

D. Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana praktik pemberian hadiah pada produk simpanan Si Berkah Gold di BMT Mitra Muamalat Kudus.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran pada produk simpanan Si Berkah Gold di BMT Mitra Muamalat Kudus.

E. Manfaat Penelitian

Berikut ini adalah beberapa manfaat yang diperoleh dari penelitian ini:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat guna menambah khazanah keilmuan yang dapat digunakan untuk kemajuan ilmu Perbankan Syariah, serta memberikan wawasan dan keahlian tentang

strategi pemasaran produk Si Berkah Gold di BMT Mitra Muamalat Kudus.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh perusahaan sebagai bahan pengambilan keputusan strategis dalam bidang pemasaran bagi BMT Mitra Muamalat Kudus untuk meningkatkan daya saing.
- b. Bagi Peneliti, penelitian ini diharapkan dapat membantu mereka memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana mempromosikan suatu produk dengan menggunakan teknik pemasaran terbaik.
- c. Bagi Pihak Lain, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menjadi salah satu pertimbangan dalam memutuskan penggunaan produk Si Berkah Gold di BMT Mitra Muamalat Kudus atau tidak.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini dirancang untuk membantu pembahasan atau untuk memberikan gambaran keseluruhan. Maka rancangan penulisan sebagai berikut:

1. Bagian awal

Pada bagian awal terdiri dari halaman judul, persetujuan pembimbing, pengesahan skripsi, pernyataan keaslian skripsi, abstrak, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar tabel.

2. Bagian isi

Bagian isi yaitu memuat garis besar penelitian yang terdiri dari lima bab, antara lain:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pertama berisi tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab kedua ini memuat tentang kajian teori yang digunakan untuk mendukung proses riset ini, penelitian terdahulu, dan

kerangka penelitian. Kajian pustaka berisi uraian tentang pengertian strategi pemasaran, perumusan strategi pemasaran, strategi bauran pemasaran, pengertian produk penghimpunan dana, prinsip-prinsip dalam produk penghimpunan dana, hadiah dalam produk penghimpunan dana, definisi BMT, prinsip-prinsip BMT, peran BMT.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ketiga berisi tentang metode penelitian yang mencakup jenis dan pendekatan penelitian, *setting* penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan teknik analisis data yang dilakukan pada penelitian ini.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab keempat ini memuat tentang uraian hasil penelitian dan pembahasannya yang meliputi gambaran umum BMT Mitra Muamalat Kudus, deskripsi data penelitian dan analisis data penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab kelima atau penutup berisi simpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan pembahasannya serta saran yang diharapkan bermanfaat pihak terkait khususnya bagi BMT Mitra Muamalat Kudus dan juga bagi peneliti selanjutnya.

3. Bagian akhir

Bagian akhir terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, transkrip wawancara, foto dan daftar riwayat hidup peneliti.