

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

BMT (*baitul maal wa tamwil*) atau disebut juga dengan “koperasi syariah”, merupakan lembaga keuangan syariah yang berfungsi menghimpun dan menyalurkan dana kepada anggotanya dan biasanya beroperasi dalam usaha mikro. Sebagai salah satu bentuk lembaga keuangan syariah BMT harus berpegang teguh pada prinsip-prinsip syariah. Keimanan menjadi landasan atas keyakinan untuk terus mampu tumbuh dan berkembang.

Pada era modern ini tidak bisa dipungkiri adanya perkembangan bidang keuangan pada masyarakat yang setiap hari mengalami peningkatan, hal ini disebabkan oleh ekonomi masyarakat yang semakin meningkat, masyarakat semakin sadar untuk menggunakan harta dengan baik, apalagi bagi masyarakat muslim yang harus sangat hati-hati menggunakan hartanya sesuai anjuran syariat Islam. Masyarakat Islam juga terikat aturan hukum-hukum yang mengatur harta mereka untuk kaum dhuafa, Islam tidak hanya mengatur kepada yang bersifat akhirat saja namun juga mengajari secara keseluruhan baik yang bersifat akhirat maupun duniawi. Salah satunya Islam mengajarkan bagaimana cara bermuamalah (ekonomi). Dalam bermuamalah kita tidak hanya mempelajari tentang prinsip jual-beli, halal-haram dalam bermuamalah, tetapi juga menyangkut manajemen.

Pengelolaan keuangan masyarakat tidak lepas dari kekhawatiran adanya pengikisan aqidah dalam kehidupan sehari-hari sebagai contoh banyaknya masyarakat yang masih mempraktikkan praktik riba, yaitu masih banyak masyarakat menggunakan pinjaman dengan bunga yang sangat tinggi. Padahal hal

ini sudah jelas dilarang oleh syariat dengan penjelasan di dalam Al-qur'an. Hal ini tidak hanya disebabkan oleh kurangnya syiar Islam tapi juga dipengaruhi oleh lemahnya masyarakat mengelola keuangan secara syar'i. oleh karena itu BMT hadir sebagai lembaga keuangan syariah yang bersifat usaha mikro.

BMT berisikan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan ekonomi pengusaha kecil dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Selain itu, BMT juga menerima titipan zakat, infaq, dan sedekah seta menyalurkannya sesuai peraturan, amanatnya.<sup>1</sup>

BMT memiliki beberapa fungsi, yaitu:<sup>2</sup>

1. Menghimpun dan menyalur dana, dengan menyimpan uang tersebut dapat di tingkatkan utilitasnya atau jumlah lepuan relative (gratifikasi) yang di capai, sehingga timbul unit surplus (pihak yang memiliki dana berlebih) dan unit deficit (pihak yang kekurangan dana).
2. Pencipta dan pemberi likuiditas, dapat menciptakan alat pembayaran yang sah yang mampu memberkan kemampuan untuk memenuhi kewajiban suatu lembaga atau perorangan
3. Sumber pendapatan, BMT dapat menciptakan lapangan kerja dan member pendapatan kepada pegawainya
4. Memberi informasi, memberi informasi kepada msyarakat mengenai resiko keuntungan dan peluang yang ada pada lembaga tersebut
5. Sebagai satu lembaga keuangan mikro Islam yang dapat memberikan pembiayaan bagi usaha kecil, mikro menengah, dan juga koperasi dengan

---

<sup>1</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah cet. 1*, (Jakarta: Kencana, 2009). 452

<sup>2</sup> Nurul Huda, Mohammad Haekal, *Lembaga Keuangan Syari'ah*, (Jakarta: Kencana, 2010). 363

kelebihan tidak meminta jaminan yang memberatkan bagi UMKM tersebut.

Berdasarkan beberapa fungsi di atas dapat dilihat bahwa tata cara kerja BMT harus dirumuskan secara sederhana sehingga mudah untuk ditangani oleh para nasabah. Aturan dan mekanisme kerjanya dibuat dengan efisien dan efektif sehingga memudahkan nasabah untuk memanfaatkan fasilitasnya.

Pengembangan BMT sendiri merupakan hasil prakarsa dari pusat inkubasi bisnis usaha kecil dan menengah (PINBUK) yang merupakan badan pekerja yang di bentuk oleh yayasan inkubasi usaha kecil dan menengah (YINBUK). YINBUK sendiri dibentuk oleh ketua umum majelis ulama Indonesia (MUI), ketua umum ikatan cendikiawan muslim se- Indonesia (ICMI), dan direktur utama Bank muamalat indonesia (BMI) dengan akta notaris Leila Yudoparipurno, SH. Nomer 5 tanggal 13 Maret 1995.<sup>3</sup>

BMT NU JATIM cabang Pakong Pamekasan adalah salah satu BMT yang terletak di tempat strategis tepatnya di jalan raya bandungan kecamatan pakong. Kemajuan siklus teknologi serta banyaknya daya saing dibidang yang sama menuntut BMT NU cabang Pakong mampu memiliki keunggulan bersaing untuk tetap menjadi kepercayaan masyarakat sekitar serta memajukan eksistensinya dibidang ini, mengingat BMT NU cabang Pakong bukan satu-satunya lembaga syariah yang ada di kawasan pakong.

Suatu perusahaan dikatakan mempunyai keunggulan bersaing bilamana memiliki sesuatu yang lebih atas pesaingnya dalam menarik konsumen dan mempertahankan diri atas kekuatan persaingan yang mencoba menekan

---

<sup>3</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'a*, 455

persaingan. Sumber keunggulan bersaing dapat berupa: produk terbaik di pasar, memberikan jasa pelayanan yang hebat, memberikan harga jual yang paling murah, punya lokasi yang paling strategis, teknologi yang tepat guna, atribut barang yang sesuai dengan kehendak konsumen, memasarkan produk baru paling cepat, merek dan reputasi yang sudah teruji dan memberikan nilai barang yang lebih besar daripada uang yang di keluarkan konsumen.<sup>4</sup>

Dalam menghadapi persaingan usaha yang sama-sama bergerak dibidang lembaga syariah maka perlu adanya upaya-upaya yang dapat dilakukan oleh BMT NU cabang Pakong Menarik perhatian konsumen, memperkuat posisi dalam pasar serta bertahan terhadap tekanan persaingan. Meskipun BMT NU cabang Pakong terletak di tempat yang sangat strategis keunggulan bersaing harus tetap ditekankan salah satunya dengan cara pengembangan produk.

Pengembangan produk adalah suatu usaha yang direncanakan dan dilakukan secara sadar untuk memperbaiki produk yang ada, atau untuk menambah banyaknya ragam produk yang dihasilkan oleh perusahaan dan kemudian dipasarkan. Pengembangan produk tersebut terdiri atas suatu penjualan yang bertambah dan diusahakan oleh perubahan dengan pengembangan produk-produk yang diperbarui untuk pasar yang sekarang.<sup>5</sup>

Pengembangan produk baru memerlukan strategi yang tepat bersama-sama dengan aspek pendukungnya seperti manusia, infrastruktur, budaya dan inovasi yang berkelanjutan. Untuk mampu bertahan di pasar, perusahaan senantiasa berusaha dengan berbagai cara untuk berada di depan para pesaingnya dengan menciptakan produk yang sangat baru, proses yang berbeda, memanfaatkan

---

<sup>4</sup>Bambang Hariadi, *Strategi Manajemen*, (Malang: Bayumedia, 2003), 99

<sup>5</sup> Ahmad Mukhlisin, "Strategi Pengembangan Produk Bank Syariah Indonesia." *Jurnal Volume 3, No 2*, (September, 2018), 192

infrastruktur yang sama atau berbeda, membutuhkan keterampilan baru, meluncurkan produk efisien untuk menghemat biaya, atau menciptakan produk yang tergolong mudah tetapi diterima dengan baik oleh masyarakat.

Oleh karena itu, dengan menjamurnya lembaga keuangan syariah menjadikan posisi BMT Nuansa Umat (NU) cabang Pakong Pamekasan sebagai salah satu lembaga keuangan syariah harus mampu bersaing, terutama dengan lembaga keuangan maupun bank Syariah ataupun bank konvensional yang sudah mempunyai nama dan benefit dibidang keuangan, sumber daya manusia (SDM) dan produk yang berkualitas. Melihat perkembangan lembaga keuangan syariah yang begitu banyak muncul sebagai salah satu alternatif lembaga keuangan mikro (BMT NU) sebagai salah satu lembaga keuangan syariah memberikan solusi menawarkan berbagai macam produk, salah satunya yaitu, produk penghimpun dana.

Produk Penghimpun Dana (*funding*), adalah suatu kegiatan usaha yang dilakukan untuk mencari dana kepada pihak deposan yang akan nantinya disalurkan kepada pihak kreditur dalam rangka menjalankan fungsinya sebagai intermediasi antara pihak deposan dan pihak kreditur. Produk tabungan yang ada di BMT NU yaitu SIAGA, SIDIK Fathona, SAJADAH, SIBERKAH, SAHARA, SABAR, TABAH dan TARAWI. Sedangkan produk yang paling banyak diminati oleh masyarakat dan paling mudah yaitu produk TABAH.

Produk TABAH (Tabungan *Mudharabah*) adalah simpanan yang bisa mempermudah memenuhi kebutuhan sehari-hari karena setoran dan penarikan dapat dilakukan kapan saja dan juga akan memperoleh keuntungan bagi hasil 40%. Dengan menjadi produk unggulan maka produk TABAH ini mampu

bersaing disektor Lembaga Keuangan Syari'ah ataupun di Lembaga Keugan Lainnya.

Walaupun BMT Nuansa Umat (NU) cabang Pakong Pamekasan ini mempunyai produk yang mampu bersaing, tetapi tetap harus mampu untuk menciptakan produk-produk unggulan yang layak dan dapat dengan mudah diterima masyarakat. itu semua dikarenakan persaingan usaha di sektor Lembaga Keuangan Syari'ah sangat ketat, belum lagi persaingan itu dari lembaga Keuangan Lainnya, hal ini membuat BMT Nuansa Umat (NU) harus jeli dalam membaca peluang sekecil apapun. Selain itu BMT Nuansa Umat (NU) harus bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan anggota, menciptakan produk-produk yang mudah diterima para calon anggota dan mengembangkan produk-produk yang sudah ada agar lebih menarik dan mudah sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing bagi BMT Nuansa Umat (NU) cabang Pakong Pamekasan.

Atas permasalahan tersebut maka peneliti mengulasnya dalam bentuk data berupa skripsi dengan tema **“Strategi Pengembangan Produk TABAH dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing di BMT Nuansa Umat JATIM Cabang Pakong Pamekasan”**.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Pengembangan Produk TABAH dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing BMT Nuansa Umat JATIM cabang Pakong Pamekasan?
2. Apa saja Faktor Pendukung dan Penghambat yang mempengaruhi strategi pengembangan produk TABAH BMT Nuansa Umat JATIM cabang Pakong Pamekasan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan permasalahan yang dikemukakan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis Strategi Pengembangan Peroduk TABAH dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing BMT Nuansa Umat JATIM cabang Pakong Pamekasan?
2. Untuk mengetahui apa saja faktor penghambat dan pendukung yang mempengaruhi strategi pengembangan produk TABAH di BMT Nuansa Umat JATIM cabang Pakong Pamekasan.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan bermamfaat dan berguna bagi pihak diantaranya:

1. Bagi peneliti, penelitian ini mampu menambah wawasan serta pengetahuan dalam mengembangkan pemikiran dan memperluas informasi tentang

bagaimana BMT memiliki strategi pengembangan produk yang bermutu dibandingkan dengan lembaga keuangan lainnya.

2. Bagi Institut Agama Islam Negeri: Penelitian ini merupakan awal sebuah tugas berat terkait dengan tanggung jawab. Peneliti memiliki harapan bahwa hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu sumber untuk meningkatkan daya piker para mahasiswa, sehingga dapat mengetahui strategi pengembangan produk tabah dalam meningkatkan keunggulan bersaing.
3. Bagi *Baitul Mal Wattamwil* (BMT) Nuansa Umat (NU) Cabang Pakong Pamekasan: Diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam mengembangkan BMT untuk mencapai tujuannya, peneliti berharap melalui penelitian ini, perkembangan BMT Nuansa Umat (NU) lebih baik. sumbangan pemikiran.
4. Bagi pihak lain: dapat memberikan sumbangan pemikiran yang dapat dijadikan tambahan bacaan ilmiah kepustakaan dan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

#### **E. Definisi Istilah**

Definisi istilah merupakan penjelasan makna dari masing-masing kata kunci yang terdapat pada judul dan fokus (rumusan masalah) penelitian berdasarkan maksud dan pemahaman peneliti.

1. Strategi adalah suatu alat yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan serta pemakaian cara-cara dan alokasi sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan,<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Juneda, Strategi pemasaran produk pembiayaan PT. BNI syarai'ah KC. Parepare, *Jurnal balanca* Volume 1 No 2, (Juli-desember, 2019), 217

2. Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral sesuai dengan kebutuhan melalui pendidikan dan pelatihan.<sup>7</sup>
3. Pengembangan Produk adalah strategi proses yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengembangkan produk, memperbaiki produk lama atau memperbanyak kegunaan produk ke segemen pasar yang ada dengan asumsi pelanggan menginginkan unsur-unsur baru mengenai produk.<sup>8</sup>
4. Keunggulan bersaing adalah perkembangan dari nilai yang mampu diciptakan oleh perusahaan untuk pembelinya. Adapun keunggulan bersaing berkembang dari nilai yang mampu diciptakan perusahaan untuk pembelinya yang melebihi bisa perusahaan dalam menciptakannya.<sup>9</sup>

## **F. Kajian Terdahulu**

Pada bagian ini adalah penyajian penelitian yang sudah diteliti oleh peneliti sebelumnya sebagai bahan perbandingan dengan apa yang diteliti oleh penulis, diantaranya sebagai berikut:

- a. Pada tahun 2015 telah ditulis skripsi oleh Diennur Fitri RO dengan judul Analisis Strategi Produk Simpanan di BMT Labana Semarang dalam meningkatkan keunggulan kompetiti, skripsi ini membahas produk apa saja yang paling unggul di BMT dalam menerapkan strategi pemasaran. Hasil penelitian produk yang unggul di BMT adalah produk yang berprinsip wadi'ah dan Mudharabah seperti (Tamara, Tadika, Taqura, Tanaka) strategi pemasaran yang digunakan, strategi produk, harga, tempat

---

<sup>7</sup> <http://repository.radeninta.ac.id>, di akses pada tanggal 01 Juni 2021

<sup>8</sup> Marisi BUtarbutar, dkk, *Manajemen Pemasaran dan Pengembangan*, (Jakarta:Yayasan kita menulis, 2020), 134

<sup>9</sup> Jusuf Udaya, *Manajemen Stratejik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 7

dan promosi. Yang menjadi persamaan yaitu membahas tentang produk simpanan dalam meningkatkan keunggulan kompetitif, apadun perbedaan penelitian ini yaitu pada produk yang ada di BMT Labana.

- b. Pada tahun 2017 telah ditulis skripsi oleh Yulita Sari dengan judul Strategi pengembangan produk pada bank syari'ah dalam meningkatkan kualitas pembiayaan murabahah. Skripsi ini membahas tentang bagaimana strategi pengembangan produk pada bank syari'ah dalam meningkatkan kualitas pembiayaan murabahah di PT. BPRS mitra agro usaha bandar Lampung. Hasil penelitian salah satu cara yang dilakukan oleh PT BPRS mitra agro usaha dalam mengembangkan produk yang dimiliki dengan cara mengembangkan produk-produk yang sudah ada seperti pada produk titipan berupa tabungan saja, akan tetapi PT. BPRS mitra agro usaha membagi dalam beberapa kelompok produk berbentuk simpanan yaitu simpanan amanah, simpanan wadi'ah, simpanan pendidikan, simpanan idul Fitri, simpanan Haji, simpanan Mudharabah berjangka (deposito). Bukan hanya diproduksi simpanan saja PT. BPRS mitra agro usaha mengembangkan produknya tetapi juga dibidang penyaluran dana seperti pembiayaan murabahah dan ijarah. Selain itu juga dilakukan PT. BPRS untuk memperoleh mitra dalam melakukan transaksi baik dalam bentuk simpanan maupun pembiayaan sesuai dengan apa yang mereka inginkan dan tunjukkan untuk meningkatkan keunggulan bersaing PT BPRS mitra agro usaha, tanpa adanya pengembangan produk PT. BPRS mitra agro usaha, tanpa adanya pengembangan produk PT. BPRS kalah dengan usaha lain. Persamaan dalam penelitian ini sama-sama membahas tentang

pengembangan produk sehingga dapat menciptakan keunggulan bersaing. Adapun perbedaan disini peneliti fokus pada pengembangan produk dalam meningkatkan kualitas pembiayaan murabahah.

- c. Pada tahun 2010 telah ditulis skripsi oleh Anjarini Mandasari dengan judul pola pengembangan produk bank syariah dalam meningkatkan kualitas manajeral cabang Yogyakarta. Skripsi ini membahas tentang bagaimana pola pengembangan produk bank syariah dalam meningkatkan kualitas manajeral di BRI Syariah cabang Yogyakarta. Hasil penelitian ini BRI Syariah cabang Yogyakarta menetapkan pola pengembangan produk bank syariah dengan hal sebagai berikut: pertama, tujuan dan strategi produk BRI Syariah yang dikembangkan. kedua, mengidentifikasi peluang pasar melalui segmentasi yang luas untuk meningkatkan sumber pendanaan bank dan mengatasi likuiditas bank. ketiga, membuat desain produk yang sesuai dengan permintaan atau kebutuhan nasabah, bentuk desain yang sesuai dengan visi, misi dan tujuan BRI Syariah. Keempat, pengujian produk bank syariah yang layak digunakan oleh nasabah. Kelima, melaksanakan komersialisasi dengan pengelolaan risiko operasional dan manajemen risiko. Persamaan dalam penelitian ini membahas tentang pengembangan produk sedangkan perbedaan disini terletak pada produk bank syariah dalam meningkatkan kualitas manajeral.

Adapun perbedaan skripsi ini dengan skripsi-skripsi di atas adalah pada penulisan skripsi ini lebih difokuskan pada strategi pengembangan produk, faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan produk TABAH.

