

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Seiring dengan zaman yang semakin berkembang, sistem perekonomian pada suatu negara juga turut mengalami perkembangan. Perkembangan dan pertumbuhan ekonomi pada suatu negara juga memerlukan sistem-sistem pengaturan bagi sumber-sumber perekonomian yang kemudian dapat dipergunakan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Berdasarkan kondisi tersebut kemudian didirikanlah lembaga-lembaga perekonomian yang bertujuan untuk dapat mengelola dan menggerakkan setiap potensi perekonomian pada suatu negara secara optimal.

Dalam menggerakkan roda perekonomian negara, Indonesia memiliki lembaga keuangan yang memiliki peran tertentu yaitu seperti lembaga keuangan non-perbankan yang biasa disebut dengan BMT (Baitul Maal Wa Tanwil). Perlu diketahui bahwa BMT (Baitul Maal Wa Tanwil) merupakan lembaga keuangan mikro (LKM) yang setiap kegiatannya selalu dilakukan berpatokan pada prinsip-prinsip syariah. Bukan hanya itu saja BMT (Baitul Maal Wa Tanwil) juga diartikan sebagai lembaga keuangan syariah non-perbankan yang mempunyai fungsi sebagai media penyalur zakat, infak, sedekah dan wakaf. Selain itu, BMT juga mempunyai tugas untuk menghimpun dana yang diperoleh dari masyarakat dan disalurkan juga untuk masyarakat atau anggota BMT.¹

¹ Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana. 2009), 450-451.

Pendapat lain mengemukakan bahwa BMT (Baitul Maal Wa Tamwil) berasal dari dua istilah yang menggambarkan fungsi dari lembaga keuangan non-perbankan ini, yakni baitul maal yang berarti lembaga dimana kegiatan usaha yang dijalankan berupa kegiatan mengumpulkan dan menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah. Istilah selanjutnya yakni baitul tanwil yang berarti lembaga yang berfungsi untuk mengumpulkan dan menyalurkan dana secara komersil.²

Pada sebuah lembaga keuangan BMT tentu saja banyak sekali kegiatan, salah satunya kegiatan pemasaran syariah. Pemasaran syariah merupakan suatu kegiatan penting dimana kegiatan tersebut ditujukan agar masyarakat tertarik dan mau bekerja sama dengan lembaga keuangan BMT. Dalam melakukan kegiatan pemasaran syariah perlu mengetahui terlebih dahulu mengenai nilai-nilai etika dan moral dalam melakukan pemasaran syariah dan proses-proses yang dilakukan dalam pemasaran syariah harus dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip yang telah ditentukan.

Pemasaran syariah merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan pada proses penciptaan, penawaran, serta perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholdernya semua tahapannya dilakukan sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam islam. Dalam pemasaran syariah ini lebih mengedepankan pentingnya nilai-nilai etika dan

² Nurul Huda dan Mohammad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis dan Praktis* (Jakarta: Kencana, 2010), 363.

moralitas pada pemasaran dan tidak menjalankan bisnisnya demi keuntungan pribadi akan tetapi untuk kebaikan semuanya.³

Maka dari itu etika pemasaran dalam melakukan pemasaran syariah sangat diperlukan untuk mendukung keberhasilan kegiatan pemasaran sehingga kegiatan pemasaran yang dilakukan dapat terlaksana sesuai dengan apa yang diharapkan. Selain itu etika pemasaran juga dapat membantu apabila terjadi suatu persaingan antar lembaga keuangan yang juga menawarkan produk pembiayaan, salah satunya produk pembiayaan berupa gadai emas.

Etika pemasaran yang dilakukan dinilai penting untuk mencapai keberhasilan dari kegiatan pemasaran yang diharapkan. Hal ini dikarenakan etika pemasaran dapat merujuk pada persaingan pasar yang semakin ketat. Persaingan yang dapat terjadi mulai dari antar BMT (Baitul Maal wa Tanwil) yang menawarkan produk pembiayaan berupa gadai emas, maupun persaingan antar lembaga keuangan lainnya seperti perbankan dan lembaga keuangan lainnya yang juga menawarkan produk pembiayaan serupa.

BMT Nuansa Ummat Cabang Galis merupakan salah satu lembaga non-perbankan yang menawarkan produk pembiayaan berupa gadai emas syariah dimana pada umumnya produk gadai emas di BMT Nuansa Ummat Cabang Galis Pamekasan lebih banyak diminati oleh masyarakat, Hal ini diperkuat oleh salah satu anggota ketika peneliti melakukan wawancara pendahuluan yang mana produk gadai emas di BMT Nuansa Ummat Cabang Galis Pamekasan dinilai lebih sesuai dengan karakteristik anggota BMT. Bapak

³ Nurul Huda, dkk, *Pemasaran Syariah*. (Jakarta: Kencana, 2017), 47-48.

Dodik Angga Lesmana sebagai anggota di BMT Nuansa Ummat Cabang Galis Pamekasan bahwa produk gadai emas di BMT Nuansa Ummat Cabang Galis Pamekasan memudahkan beliau sebagai pengusaha mikro untuk melakukan proses pegadaian emas karena dalam penyelesaian hal administrasi yang sangat mudah dipahami oleh masyarakat bukan hanya itu, dalam hal pelunasannya pun sangat mudah dan sesuai dengan pendapatan beliau sebagai pengusaha mikro.⁴ Selain itu produk gadai emas di BMT memberi kemudahan pada anggotanya dalam melakukan pelunasan yang disebabkan oleh pendapatan anggota yang minim dan tidak menentu. Sebab itu yang membuat anggota BMT secara kuantitas meningkat tiap tahunnya. Oleh karena itu penting untuk melakukan penelitian yang hasilnya nanti dijadikan sebagai cerminan cabang yang lain untuk bagaimana tiap tahunnya juga meningkat.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini mengambil judul “Pemasaran Syariah pada Pembiayaan Gadai Emas di BMT Nuansa Ummat Cabang Galis Pamekasan”.

A. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan yang akan diteliti dan dibahas adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana implementasi pemasaran syariah pada pembiayaan gadai emas di BMT Nuansa Ummat Cabang Galis Pamekasan?
2. Bagaimana hasil implementasi pemasaran syariah pada pembiayaan gadai emas di BMT Nuansa Ummat Cabang Galis Pamekasan?

⁴ Dodik Angga Lesmana, selaku Anggota BMT Nuansa Ummat Cabang Galis Pamekasan, wawancara langsung, (29 Mei 2021).

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis tentang implementasi pemasaran syariah pada pembiayaan gadai emas di BMT Nuansa Ummat Cabang Galis Pamekasan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis hasil implementasi pemasaran syariah pada pembiayaan gadai emas di BMT Nuansa Ummat Cabang Galis Pamekasan.

C. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mengantongi nilai manfaat dari beberapa kalangan di antaranya:

1. Kegunaan Praktis

a. Bagi Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN MADURA)

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan kajian keilmuan (Knowledge Understanding) pada bidang pemasaran syariah pada pembiayaan gadai emas di BMT Nuansa Ummat Cabang Galis Pamekasan agar dapat memberikan wawasan dan pengembangan pengetahuan serta pengayaan diri pada Mahasiswa.

b. Bagi Pihak BMT Nuansa Ummat Cabang Galis Pamekasan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik dalam memasarkan secara syariah pada pembiayaan gadai emas di BMT Nuansa Ummat Cabang Galis Pamekasan yang memang

diperlukan untuk menarik minat nasabah di BMT Nuansa Ummat Cabang Galis Pamekasan.

c. Bagi Peneliti

Bertambahnya ilmu pengetahuan mengenai pemasaran syariah pada pembiayaan gadai emas di lembaga keuangan khususnya di BMT.

2. Kegunaan Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan menambah wawasan bagi pembaca. Dan untuk memberikan bahan rujukan bagi penelitian sejenis dan dapat menjadi bahan perbandingan dari penelitian yang telah ada.

D. Definisi Istilah

Untuk meminimalisasi penafsiran yang salah, maka dianggap perlu peneliti memberikan defisi terhadap istilah yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Pemasaran syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholdersnya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam islam.
2. Pembiayaan adalah salah satu produk dari perbankan syariah, dimana bank menyalurkan dananya kepada nasabah (debitur).
3. Gadai adalah alternatif untuk mendapatkan dana dalam waktu singkat, baik dalam hal pinjaman dana atau sebagai jaminan (sertifikat berharga)

yang diberikan kepada lembaga keuangan atau perusahaan pembiayaan, agar pinjaman dana yang diminta dapat segera dicairkan.

4. Gadai emas adalah produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat.

E. Kajian terdahulu

Kajian penelitian terdahulu merupakan kegiatan dalam menelaah dan memahami karya ilmiah orang lain berupa hasil penelitian yang dapat digunakan sebagai pedoman atau acuan bagi penulis untuk penyusunan dan sekaligus pembuatan proposal penelitian, dimana dalam hal ini, adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Pemasaran Syariah Pada Pembiayaan Gadai Emas di BMT Nuansa Ummat Cabang Galis Pamekasan sebagai berikut.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Ilvana Alpisari pada tahun 2019 dengan judul “Analisis Marketing Syariah Dalam Meningkatkan Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara”. Kesimpulan dari penelitian tersebut menyatakan strategi marketing syariah mampu meningkatkan gadai emas. Sebab, pihak Bank Syariah Mandiri mampu memberikan fasilitas terhadap nasabah agar emasnya dicuci dikarenakan hal demikian dilakukan karena dipandang dapat menarik nasabah untuk menggadai di bank tersebut. Sisi lain dari itu nasabah juga merasa nyaman, dengan keterbukaan informasi yang diberikan oleh pihak bank terhadap masyarakat. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti sekarang yaitu, sama-sama

menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada judul dan lokasi penelitian.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Yora Dwi Lestari Tarigan pada tahun 2019 dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Dalam Menarik Minat Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri KCP. Pulo Brayon”. Kesimpulan dari penelitian tersebut menyatakan strategi pemasaran yang diterapkan yaitu ada beberapa macam strategi yang dilakukan diantaranya strategi produk, strategi harga, strategi tempat, dan yang terakhir strategi promosi dengan adanya penerapan strategi-strategi tersebut dipercaya dapat menarik minat nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP. Pulo Brayon. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti sekarang yaitu, sama-sama menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada judul dan lokasi penelitian.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Kartika pada tahun 2014 dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (Rahn) Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cipulir”. Kesimpulan dari penelitian tersebut menyatakan strategi yang diterapkan diantaranya promosi, yaitu dengan cara memberikan langsung kepada masyarakat langsung. Yang kedua harga yaitu biaya administrasi berjenjang sesuai berat perhiasan (Emas) biaya administrasi dibayar dimuka. Yang ketiga produk yaitu segala sesuatu yang ditawarkan harus yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan para konsumen. Dan yang

terakhir distribusi, yaitu letak dan lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti sekarang yaitu, sama-sama menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada judul dan lokasi penelitian

4. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Kartika pada tahun 2014 dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas (*Rahn*) Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cipulir”. Kesimpulan dari penelitian tersebut menyatakan strategi yang diterapkan diantaranya promosi, yaitu dengan cara memberikan langsung kepada masyarakat langsung. Yang kedua harga yaitu biaya administrasi berjenjang sesuai berat perhiasan (Emas) biaya administrasi dibayar dimuka. Yang ketiga produk yaitu segala sesuatu yang ditawarkan harus yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan para konsumen. Dan yang terakhir distribusi, yaitu letak dan lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti sekarang yaitu, sama-sama menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada judul dan lokasi penelitian