

BAB I PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Marketing mix (bauran pemasaran) merupakan istilah yang banyak dipakai oleh para pebisnis. *marketing mix* adalah suatu strategi pemasaran atau promosi yang melibatkan proses penentuan harga. Di dalam *marketing mix* terdapat beberapa teknik yang dapat mempengaruhi permintaan pasar atau yang dikenal dengan istilah 4p yaitu *product*, *price*, *promotions*, *place*. Sebelum beralih ke penerapan, perlu adanya pemahaman menyeluruh tentang *marketing mix* khususnya soal apa itu teknik 4P.¹

Marketing mix adalah serangkaian aktivitas terkendali yang digunakan perusahaan untuk merespon keinginan pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari 4P, yaitu *product* (komponen produk bisa berupa variasi, kualitas, desain, kemasan dan layanan.), *price* (komponen harga bisa berupa *list price*, diskon, jangka pembayaran dan syarat kredit), *place* (komponen tempat bisa berupa saluran distribusi, lokasi, sediaan, transportasi dan logistik), dan *promotion* (komponen promosi bisa berupa periklanan, *personal selling*, *public relation*, *direct marketing* dan promosi penjualan).²

Sebagian orang yang menganggap pemasaran sama dengan penjualan atau periklanan dan penjualan hanyalah bagian dari pemasaran. Pemasaran perlu dipahami dalam arti yang lebih luas, yaitu suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apayang mereka butuhkan dan

¹Muhammad Yusuf Saleh dan Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, Cet. 1(Makassar: CV Sah Media, 2019), hlm. 137.

²Yati Haryati dkk, "Strategi Pendampingan Melalui Bauran Pemasaran di BMT NU Sejahtera KC Harjamukti Dalam Menghadapi Masa Pandemi." *Jurnal Dimasakti*, Vol. 2, No. 2 (2020) hlm.,264.

inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.³

Dalam sebuah bisnis, pemasaran memiliki banyak fungsi. Pemasaran tidak hanya mampu membuat orang awam memahami produk atau jasa yang ditawarkan, tapi juga meningkatkan penjualan hingga membuat bisnis tumbuh. Pemasaran sangat berperan penting untuk kemajuan sebuah bisnis. Pemasaran dapat membantu memberikan informasi mengenai jasa yang ditawarkan sebuah perusahaan, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan sasaran pasar. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen membutuhkan konsep pemasaran yang biasa disebut istilah *marketing mix*. *Marketing mix* merupakan kombinasi dari empat variable penting dari konsep pemasaran yang dapat dikendalikan oleh perusahaan. Empat variable atau kegiatan inti tersebut meliputi produk, harga, tempat, dan promosi, dan biasa disingkat dengan 4P.⁴

Dengan adanya strategi *Marketing mix* dalam suatu perilaku bisnis diharapkan agar target yang diinginkan perusahaan atau pelaku bisnis dalam hal ini perbankan yaitu agar mampu meningkatkan jumlah nasabah.

*Ar-rah*n adalah menahan salah satu harta milik si peminjam atas pinjaman yang diterimanya atau dapat juga kita sebut sebagai gadai. Objek barang yang di tahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa *rah*n adalah semacam jaminan hutang atau gadai. Pemilik barang gadai disebut *rah*in dan orang yang

³Achmad Rizal, *Manajemen Pemasaran*, Cet. 1 (Yogyakarta : CV Budi Utama,2020), hlm. 2.

⁴Didin Fatihudin dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa*, Cet. 1 (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), hlm. 180.

mengutangkan yaitu orang yang mengambil barang tersebut serta menahannya disebut *murtahin*.

Akad *Rahn* sendiri di perbolehkan oleh syara dengan berbagai dalil yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadist Nabi Muhammad SAW. "*Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertaqwa kepada Allah Rabbnya dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan siapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya dan Allah Mengetahui apa yang kamu kerjakan*".⁵

Ar-Rahn merupakan perjanjian penyerahan barang untuk menjadi agunan dari fasilitas pembayaran yang diberikan. *Rahn* ditangan *murtahin* hanya berfungsi sebagai jaminan utang dari *rahn*, selanjutnya barang jaminan itu barang yang dapat dijual/dihargai apabila dalam waktu yang disetujui oleh kedua belah pihak utang tidak dapat dilunasi oleh debitur.

Dibolehkannya *Ar-Rahn*, juga dapat ditunjukkan dengan amalan Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam, bahwa beliau pernah melakukan sistem gadai ini, sebagaimana dikisahkan Umul Mukminin A'isyah Radhiyallahu 'anha. "*Sesungguhnya Nabi Shallallahu 'alaihi wa sallam membeli dari seorang*

⁵Khotibul Umam dan Setiawan Budi Utomo, "*PEBANKAN SYARIAH: Dasar-dasardan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*", Cet. 2, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), hlm. 174.

yahudi bahan makanandengan cara hutang dan menggadaikan baju besinya" (HR Bukhari dan Muslim).⁶

Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) terdiri dari dua istilah yaitu *Baitul Maal* dan *Baitut Tamwil*. Secara *harfiah/lughowi* *Baitul Maal* berarti rumah dana dan *Baitul tamwil* berarti rumah usaha. *Baitul Maal* dikembangkan berdasarkan sejarah perkembangannya, yakni dari masa nabi sampai abad pertengahan perkembangan Islam. Dimana *Baitul Maal* berfungsi untuk mengumpulkan sekaligus mentasyarufkan dana sosial. Sedangkan *baitut tamwil* merupakan lembaga bisnis yang bermotif laba.⁷

Di masa pandemi seperti sekarang ini, akan sangat penting bagi pegawai koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah (KSPPS) *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) Nuansa Ummat (NU) untuk meningkatkan jumlah anggota terutama dalam hal pembiayaan *rahn/gadai*. Hal ini dikarenakan saat pandemi Covid-19 melanda dunia, termasuk di Indonesia memberikan dampak yang sangat buruk bagi menurunnya dunia perekonomian. Untuk dapat mempertahankan usahanya dimasa pandemi ini, para UMKM mengajukan permodalan kepada pihak lembaga keuangan yang juga terdampak tetapi mendapatkan stimulus dana dari pemerintah untuk disalurkan ke masyarakat yang mengajukan pembiayaan. Salah satu lembaga keuangan tersebut adalah *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) yang dimana berfungsi sebagai lembaga keuangan yang bertugas mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi untuk meningkatkan kualitas usaha ekonomi pengusaha

⁶Ibid.

⁷Sanwani dkk, "Strategi Penghimpunan Dan Penyaluran Dana Pada *Baitul Mal Wat Tamwil*." *Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, Vol. 2, No, 1 (Januari-Juni, 2017) hlm., 6.

kecil dan mikro dengan cara mendorong kegiatan menabung dan pembiayaan lainnya serta menerima dan menyalurkan dana zakat, infaq, dan sadaqah.⁸

Selain itu, berbagai dimensi permasalahan terjadi di lingkup BMT diantaranya *pertama*, banyak anggota BMT, yang memiliki arus kas baik, meminta untuk menunda pembayaran angsuran. Walaupun OJK mengeluarkan POJK No.11/POJK.03/2020 yang mengatur res truk turisasi kredit, aturan itu ditujukan bagi perbankan dan *leasing* bukan BMT. *Kedua*, bermunculan di berbagai daerah adanya surat dari kepala desa atau aparat lokal terkait pelarangan penagihan angsuran atau cicilan ke warga mereka dan disertai penutupan beberapa tempat seperti pasar. Akibatnya, repayment rate mengalami penurunan tajam. *Ketiga*, penerapan *physical distancing* berdampak sulitnya BMT mengumpulkan anggota. Khususnya, BMT yang menerapkan pembiayaan kelompok. Tanpa pertemuan kelompok, angsuran pun 'libur'.⁹

Masalah lainnya, dari sisi keuangan secara umum. Sudah terjadi penarikan tabungan oleh anggota karena kebutuhan selama pandemi dan konsumsi yang meningkat untuk menjaga imunitas tubuh. Diperparah pekerja informal dan UMKM yang tidak bisa beraktivitas lagi. Fenomena permasalahan ini merebak hampir seluruh BMT di Indonesia, termasuk juga pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT NU Camplong Kecamatan Camplong Kabupaten Sampang.

⁸Indah Nur Anisa dan Renny Oktafia, "Penerapan Strategi *Marketing Mix* Dalam Meningkatkan Jumlah Funding Dan Lending Di BMT Harapan Umat Sidoarjo." *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, Vol. 4, No. 1 (Mei, 2021) hlm., 114.

⁹Lukmanul Hakim dkk, "Analisa Keberlanjutan BMT Dalam Pademi Covid 19 Berbasis Bisnis Model Dan Pemilihan Pelayanan Anggota Pembiayaan (*Selective Lending*)." *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, Vol. 1, No. 1 (Januari 2021) hlm., 18.

Moh. Mukmin, Selaku Kepala Cabang KSPP. Syariah BMT NU Camplong mengatakan, dalam sebulan, BMT Camplong mengalami penarikan tabungan sampai Rp 1 miliar. Angsuran pembiayaan mulai tersendat, khususnya UMKM, tetapi pekerja formal masih lancar sampai saat ini. Hampir semua BMT melakukan *selective lending*. Pembiayaan diberikan kepada sektor yang tidak terkena dampak Covid-19 dan pekerja di sektor formal seperti PNS. Pada sisi cadangan likuiditas, sudah terbatas untuk beberapa waktu ke depan.¹⁰

Mukmin menambahkan, kekhawatiran juga timbul pada bulan Ramadhan. Anggota BMT umumnya menarik tabungan untuk persiapan Idul Fitri. Secara umum, pendapatan BMT juga menurun selama pandemi ini. Pada aspek operasional, Pegawai BMT pun harus tetap mematuhi protokol kesehatan dengan menjaga jarak dan cuci tangan, serta selalu memakai masker dalam setiap melakukan kegiatan diluar rumah. Terpenting, menjaga moral dan kesehatan pegawai BMT dari Covid-19. Dengan demikian, untuk meningkatkan jumlah anggota pada masa pandemi Covid-19. Mukmin menyebutkan, BMT telah melakukan strategi *marketing mix* untuk bisa meningkatkan jumlah anggotanya. Selama ini BMT menggunakan strategi indoor dan outdoor, yaitu sambut nasabah dan jemput bola, Sehingga setelah masa pandemi ini berakhir, pihaknya memperoleh nasabah atau anggota BMT dengan jumlah sesuai target yang telah ditentukan sebelumnya.¹¹

Permasalahan di atas, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul: **"Implementasi *Marketing Mix* Pada Pembiayaan *Rahn/Gadai* untuk Meningkatkan Jumlah Anggota di Koperasi Simpan**

¹⁰Moh. Mukmin, Kepala Cabang KSPPS BMT NU Camplong, *Wawancara Langsung* (26 Februari 2021).

¹¹Ibid.

Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) Nuansa Ummat (NU) Camplong Sampang"

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian konteks penelitian di atas, maka rumusan masalah menjadi fokus penelitian dalam pembahasan proposal skripsi yang akan diajukan, diantaranya :

1. Bagaimana Implementasi *Marketing Mix* Pada Pembiayaan *Rahn/Gadai* Untuk Meningkatkan Jumlah Anggota di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) Nuansa Ummat (NU) Camplong Sampang?
2. Faktor apa saja yang menjadi penghambat pada Pembiayaan *Rahn/Gadai* dari Implementasi *Marketing Mix* Untuk Meningkatkan Jumlah Anggota di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) Nuansa Ummat (NU) Camplong Sampang?
3. Faktor apa saja yang menjadi pendukung pada Pembiayaan *Rahn/Gadai* dari Implementasi *Marketing Mix* Untuk Meningkatkan Jumlah Anggota di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) Nuansa Ummat (NU) Camplong Sampang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian tersebut tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk Mengetahui Implementasi *Marketing Mix* Pada Pembiayaan *Rahn/Gadai* untuk meningkatkan jumlah di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) Nuansa Ummat (NU) Camplong Sampang.
2. Untuk Mengetahui Faktor Apa Saja Yang Menjadi Penghambat Dan Pendukung Pada Pembiayaan *Rahn/Gadai* untuk Meningkatkan Jumlah Anggota dari Implementasi *Marketing Mix* di koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) Nuansa Ummat (NU) Camplong Sampang.
3. Untuk Mengetahui faktor apa saja yang menjadi pendukung pada Pembiayaan *Rahn/Gadai* untuk Meningkatkan Jumlah Anggota dari Implementasi *Marketing Mix* di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) Nuansa Ummat (NU) Camplong Sampang.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat mempunyai nilai guna bagi semua kalangan baik secara teoritis maupun secara praktis.

1. Secara Teoritis

Secara teoritis dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan referensi dan informasi guna mendapatkan ilmu

pengetahuan serta memperluas wawasan bagi para pembaca terkait pemahaman tentang implementasi *marketing mix* pada pembiayaan *rahn/gadai* untuk meningkatkan jumlah anggota di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) Nuansa Ummat (NU) Camplong Sampang.

2. Secara Praktis

a. Bagi BMT NU Camplong

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, informasi dan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memantapkan penerapan *Marketing Mix* pada Pembiayaan *rahn/gadai* kedepannya, serta sebagai bahan evaluasi dan motivasi atas kinerja BMT NU Camplong dalam menghadapi kompetisi pasar yang semakin ketat.

b. Bagi Masyarakat Umum

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat umum sebagai sarana informasi untuk lebih mengenal lagi tentang BMT NU Camplong kabupaten sampang beserta produk-produknya, khususnya pada penerapan implementasi *marketing mix* pada pembiayaan *rahn/gadai*. Juga sebagai bahan evaluasi dan motivasi bagi masyarakat dalam mengambil keputusan untuk menjadi nasabah (anggota).

c. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk memperluas wawasan pengetahuan terutama dalam dunia perbankan syariah seperti yang ditekuni selama kuliah, sebagai sarana untuk

mengaplikasikan berbagai teori yang telah diperoleh di bangku kuliah dan sebagai sarana latihan serta menambah pengalaman dalam memecahkan masalah-masalah yang ada di masyarakat sebelum terjun dalam dunia kerja yang sebenarnya.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah adalah istilah-istilah yang berhubungan konsep-konsep pokok yang terdapat dalam skripsi. Untuk menghindari penafsiran (*interpretasi*) yang salah, maka peneliti perlu memberikan definisi terhadap istilah yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. *Marketing mix* (bauran pemasaran) adalah kumpulan aktivitas pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran.¹²
2. Pembiayaan *rahn/gadai* adalah menahan salah satu hartamilik sipemilik sebagai jaminan atau pinjaman yang diterima.¹³
3. *Baitul maal wat tamwil* adalah suatu lembaga keuangan mikro yang terdiri dari dua istilah, yaitu *baitul maal* dan *baitut tamwil*.¹⁴

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Tujuan penelitian terdahulu adalah untuk memberikan kerangka kajian empiris dan kajian teoritis bagi permasalahan sebagai dasar untuk mengadakan pendekatan terhadap masalah yang dihadapi, serta dipergunakan sebagai pedoman dalam pemecahan masalah. Sejauh pengetahuan peneliti, sudah

¹² Suharno dan Yudi Sutarso, *Marketing In Practice*, Cet. 1 (Yogyakarta, Graha Ilmu, 2010), hlm. 27.

¹³ Herry Sutanto dan Khairul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Cet. 1 (Bandung, CV Pustaka Setia, 2013), hlm. 221.

¹⁴ Nurul Huda dan Muhammad Haykal, *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis Dan Praktis*, (Jakarta: Kencana 2020), hlm. 361.

banyak peneliti tentang implementasi *marketing mix* pada pembiayaan *rahn/gadai*. Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan *marketing mix* adalah sebagai berikut.

Tabel 1.1
Kajian Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti / Tahun/ Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Andhinie Rahmatul Jannah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel/ Surabaya, tahun 2018 / Implementasi <i>Marketing Mix</i> (7P'S) dalam meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Rahn di Pegadaian	Penelitian Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian yang diperoleh adalah penerapan <i>marketing mix</i> di pegadaian syariah yang terdiri dari <i>product, place, price, promotion, people, physical avoidance, process</i> dan <i>service</i> . Strategi <i>marketing mix</i>	Penelitian Andhinie Rahmatul Jannah dengan penelitian saat ini sama-sama menggunakan penelitian kualitatif.	Perbedaannya pada penelitian Andhinie Rahmatul Jannah yaitu penerapan <i>marketing mix</i> menggunakan 7P'S, sementara untuk penelitian saat ini penerapan

	Syariah Kantor Cabang Sidoarjo.		tersebut memberikan kepuasan kepada nasabah dan untuk menarik nasabah memilih produk rahn di Pegadaian syariah.		<i>marketing mix</i> menggunk akan 9P.
2.	Kholid Dosen Ekonomi Syariah STAI Darul Hikmah Bangkalan / 2017 / Penerapan <i>marketing mix</i> pada pembiayaan <i>rahn/gadai</i> emas di BMT- UGT Sidogiri Cabang	Penelitian Kualitatif Deskriptif	Pertama , dalam praktiknya gadai emas menggunakan akad rangkap (<i>multi/ uqud</i> <i>murakkabah</i>) yaitu gabungan akad <i>qardh, rahn</i> dan akad <i>ijarah</i> . Kedua , Dalam pandangan hukum Islam transaksi akad	Penelitian Kholid dengan penelitian saat ini sama-sama menggunak an penelitian kualitatif.	Perbedaan penelitian Kholid dengan penelitian saat ini, Kholid lebih fokus pada nilai pinjaman yang rendah, sementara untuk penelitian

	Kwanyar Bangkalan.		pembiayaan gadai emas pada BMT-UGT Sidogiri Cabang Pembantu masih banyak memiliki kekurangan termasuk pada akad <i>ijarah</i>		saat ini fokus pada aspek keberhasilan penerapan strategi <i>marketing</i> <i>mix</i>
--	-----------------------	--	---	--	--