

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan Ekonomi Islam di Indonesia sampai saat ini terus mengalami peningkatan, hal ini dibuktikan dengan bermunculnya lembaga-lembaga keuangan syariah yang hadir di tengah-tengah masyarakat. Yang dimaksud lembaga keuangan syariah (*syariah financial institution*) yaitu suatu badan usaha yang kekayaannya terutama dalam bentuk aset-aset keuangan (*financial assets*) maupun (*non financial asset*) atau aset riil berlandaskan konsep syariah. Prinsip syariah yaitu prinsip yang menghilangkan unsur-unsur yang dilarang dalam Islam atau menggantikannya dengan akad-akad tradisional Islam atau yang lazim disebut dengan prinsip syariah. Yang termasuk dalam lembaga keuangan syariah adalah Bank Umum Syariah (BUS), Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), sedangkan yang lembaga keuangan syariah mikro yaitu lembaga pengelola zakat, lembaga pengelola wakaf dan Baitul Maal Wat Tamwil.¹

Bank Syariah adalah badan keuangan yang operasional dan produknya didasarkan oleh Al-Qur'an dan hadist atau dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat

¹ Rizki Dian Mensari Dkk, "Islam Dan Lembaga Keuangan Syariah", *Jurnal Al-Intaj*, Vol. 3 No. 1, (Maret 2017): 246.

Islam. Bank berdasarkan prinsip syariah belum lama berkembang di Indonesia, namun sudah menunjukkan tanda-tanda yang menggembirakan sejak hadirnya bank syariah saat ini yang berjumlah sekitar empat ratusan lebih kantornya. Keluarnya fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang mengharamkan bunga pada bank konvensional tahun 2003, sehingga memperkuat kedudukan bank syariah.²

BMT NU lahir dan berangkat dari sebuah keprihatinan atas kondisi masyarakat Sumenep pada umumnya dan masyarakat Kecamatan Gapura pada khususnya dimana kesejahteraan mereka tidak ada peningkatan secara signifikan.³ Masyarakat Kecamatan Gapura Kab. Sumenep termasuk pekerja keras, suami istri saling bahu membahu untuk memenuhi kebutuhan hidup, akan tetapi kerja keras mereka tidak mampu meningkatkan taraf hidupnya. Hal inilah yang membuat Nahdatul Ulama prihatin. Oleh katenanya, pada tahun 2003 pengurus MWC NU Gapura memberikan tugas kepada lembaga perekonomian yang waktu itu bertindak sebagai ketua lembaga perekonomian adalah mashudi. Berangkat dari kesepakatan bersama, akhirnya lembaga perekonomian merencanakan program penguatan Ekonomi kerakyatan untuk kesejahteraan masyarakat yang Mardhatillah. Keinginan tersebut diperlukan adanya upaya secara konkret, sistematis, dan terpadu guna mengatasi berbagai masalah ekonomi warga.

Untuk mewujudkan program tersebut, serangkaian upaya telah dilakukan oleh lembaga perekonomian MWC NU Gapura, diawali dengan pelatihan kewirausahaan. (08-10 April 2003), bincang bersama alumni pelatihan guna merumuskan model penguatan Ekonomi kerakyatan (13 juni 2003), Temu Usaha

² Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 21.

³ <https://bmtnujatim.com/blog/artikel-25-peluang-pengabdian-di-BMT-NU-Jawa-Timur>

(21 Nop 2003) Lokakarya Tanaman Alternatif selain Tembakau (13 Mei 2004) dan lokakarya perencanaan pembentukan BUM NU (Badan Usaha Milik NU).

Dari lokakarya tersebut akhirnya ditemukan bahwa persoalan yang sedang dihadapi oleh masyarakat kecil adalah lemahnya Akses permodalan, lemahnya pemasaran, dan lemahnya penguasaan teknologi. Selanjutnya peserta lokakarya sepakat bahwa yang perlu pertamakali diatasi adalah penguatan modal bagi usaha kecil dan mikro yang selama ini kurang mendapatkan akses permodalan dan dikuasai oleh para pemodal besar atau praktek rentenir yang cenderung mencekik usaha mereka.

Masyudi, selaku ketua lembaga perekonomian NU kala itu, menawarkan gagasan untuk mendirikan baitul maal wat tamwil (BMT), sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang bergerak di bidang usaha simpan pinjam bagi anggotanya. Gagasan ini berangkat dari sebuah keprihatinan semakin merajarelayanya para praktik rentenir. Informasi yang diterima Masyudi saat itu, sebanyak 3,311 pedagang kecil di wilayah Kecamatan Gapura dan sekitarnya terjerat praktik rentenir maupun “Bank harian”, dengan tingkat bunga hingga 50 persen dalam sebulan.⁴

Pada awalnya para peserta lokakarya dan pengurus MWC NU Gapura keberatan dengan gagasan ketua lembaga perekonomian untuk mendirikan BMT. Keberatan mereka bukan tanpa alasan, salah satu alasan mendasar bagi mereka karena trauma masa lalu yang seringkali dibentuk lembaga keuangan, ujung-ujungnya disalah gunakan oleh Lembaga keuangan yang sudah terbentuk. Akhirnya pada tanggal 01 juni 2004 pengurus MWC NU bersama-sama dengan peserta

⁴ Rizki Dian Mensari Dkk, “Islam Dan Lembaga Keuangan Syariah”, *Jurnal Al-Intaj*, Vol. 3 No. 1, (Maret 2017): 246.

lokakarya menyepakati gagasan untuk mendirikan sebuah usaha simpan pinjam pola syariah yang diberi nama BMT (Baitul Maal wa Tamwil).

Baitul maal wat tamwil (BMT) berfungsi menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat sebagaimana bank atau lembaga keuangan yang lain. Baitul maal wat tamwil (BMT) berdiri dengan gagasan fleksibilitas dalam menjangkau masyarakat kalangan bawah yaitu lembaga ekonomi rakyat kecil karena kebanyakan dari mereka adalah pedagang kecil yang tidak bisa memanfaatkan fasilitas kredit dari bank konvensional untuk mengembangkan usaha, hal ini disebabkan prosedur bank konvensional yang sulit serta kelemahan yang dimiliki oleh pedagang kecil dan pengusaha kecil dalam hal manajemen, pemasaran dan jaminan yang merupakan faktor-faktor penting bagi penilaian bank. Peran BMT dalam memberikan kontribusi pada gerakan roda ekonomi kecil sangat nyata. BMT langsung masuk kepada pengusaha. Selain itu nilai strategis BMT yang paling istimewa adalah menjadi penggerak pembangunan dalam menyantuni masyarakat.

Secara umum, strategi pemasaran yaitu proses yang mampu menghantar perusahaan/organisasi kepada peluang pasar yang sangat besar dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah penjualan sehingga dapat meraih keuntungan yang diharapkan suatu perusahaan. Strategi pemasaran juga merupakan faktor penting agar suatu perusahaan dapat memenangkan persaingan. Persaingan sering dianggap sebagai ancaman dalam sebuah perusahaan namun sebenarnya persaingan tersebut merupakan sebuah dorongan agar suatu perusahaan mampu meningkatkan kinerjanya.⁵

⁵ Suyadi Prawirosentono, *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Manajemen Abad 21 Studi Khusus & Analisis*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), 152.

Peran pemasaran syariah saat ini tidak hanya menyampaikan produk dan jasa tetapi juga bagaimana produk tersebut memberikan kepuasan nasabah dengan menghasilkan profit. Sasaran dari pemasaran syariah adalah menarik nasabah baru dengan menjanjikan superior, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan nasabah yang sudah ada. Setiap perusahaan dalam memasarkan produknya harus merencanakan dan menjalankan strategi pemasaran, agar dapat mencapai pasar sasaran yang diinginkan, strategi pemasaran dapat dikatakan sebagai dasar tindakan yang dapat mengarahkan suatu kegiatan atau usaha pemasaran agar dapat mencapai segala tujuan yang diinginkan.

BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Pamekasan merupakan lembaga keuangan syariah yang bertugas untuk menghimpun dana dan menyalurkan dana, menyalurkan dana diantaranya yaitu (Al-Qordlul hasan, Mudharabah dan Bai'bitsamanil ajil, Mudharabah dan Musyarakah, Rahn/Gadai, Pembiayaan tanpa jaminan, Pembiayaan Hidup Sehati) Berbagai produk di BMT yang banyak diminati oleh masyarakat yaitu produk pembiayaan LASISMA dimana produk tersebut tidak menggunakan jaminan sehingga banyak masyarakat yang menengah ke bawah lebih dominan kepada produk pembiayaan LASISMA dan dapat membantu masyarakat untuk kegiatan usaha dengan skala aktivitas yang tidak terlalu besar.⁶

Berdasarkan hasil observasi, snggota pembiayaan LASISMA di BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Pamekasan setiap tahun selalu mengalami peningkatan, dimana yang saat ini anggota pembiayaan LASISMA mencapai 138 kelompok. Sejak tahun 2021 sampai 2023, anggota pembiayaan LASISMA mengalami

⁶ Brosur, BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Pamekasan.

peningkatan jumlah anggota hingga saat ini terdapat 314 kelompok per-bulan Agustus.⁷

Mengenai peningkatan jumlah anggota di setiap bulannya, pihak BMT NU Jawa Timur Cabang Galis Pamekasan terus membuat inovasi baru yang bisa membuat masyarakat tertarik untuk mendaftar atau bergabung menjadi anggota pembiayaan LASISMA. Peningkatan anggota atau kelompok pada produk pembiayaan LASISMA tersebut salah satunya dilatarbelakangi oleh strategi yang sangat memadai, sehingga anggota dalam produk pembiayaan LASISMA_selalu mengalami peningkatan dalam setiap tahunnya. Dari sekian banyak strategi pemasaran LASISMA di BMT NU Jawa Timur Cabang Galis yang paling efektif adalah turun atau terjun langsung ke lapangan. Dengan terjun langsung ke lapangan, pihak BMT NU Cabang Galis dapat membuat masyarakat mendapatkan informasi yang sangat jelas tentang produk pembiayaan tanpa jaminan atau produk LASISMA ini.⁸

Strategi yang dilakukan oleh pihak BMT NU Cabang Galis dalam meningkatkan anggota produk pembiayaan LASISMA bukanlah hal yang biasa, sebab dalam setiap tahunnya selalu terjadi peningkatan yang signifikan. Dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti tentang efektivitas dan strategi yang dilakukan oleh pihak BMT NU Cabang Galis di balik keberhasilannya dalam meningkatkan anggota produk pembiayaan LASISMA dalam setiap tahunnya.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan**

⁷ Hasil Observasi di BMT NU Cabang Galis pada tanggal 12 Oktober 2023.

⁸ Ibid.

LASISMA Dalam Meningkatkan Minat Anggota Di BMT NU Jawa timur Cabang Galis Pamekasan".

B. Fokus penelitian

Dari uraian latar belakang di atas maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran pembiayaan LASISMA dalam meningkatkan minat anggota di BMT NU Jawa timur Cabang Galis Pamekasan?
2. Bagaimana efektivitas strategi pemasaran pembiayaan LASISMA dalam meningkatkan minat anggota di BMT NU Jawa timur Cabang Galis Pamekasan?

C. Tujuan penelitian

Dari uraian rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran pembiayaan LASISMA dalam meningkatkan minat anggota di BMT NU Jawa timur Cabang Galis Pamekasan
2. Untuk mengetahui efektivitas strategi pemasaran pembiayaan LASISMA dalam meningkatkan minat anggota di BMT NU Jawa timur Cabang Galis Pamekasan

D. Kegunaan penelitian

Penelitian ini dapat bermanfaat terhadap beberapa pihak secara teoritis maupun secara praktis, adapun manfaat penelitian ini dapat dijadikan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam dunia pemasaran khususnya pada strategi pemasaran produk pembiayaan LASISMA pada BMT NU Cabang Galis.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Institut Agama Islam Negeri Madura

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan literature serta referensi yang dapat dijadikan informasi dan rujukan bagi mahasiswa yang meneliti pada permasalahan yang hampir serupa.

b. Bagi BMT NU Cabang Galis Pamekasan

Memberikan informasi kepada manajemen perbankan dan koperasi jasa keuangan syariah untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menerapkan strategi pemasaran produk pembiayaan LASISMA di BMT NU

c. Bagi masyarakat umum

Hasil dari penelitian diharapkan dapat membantu masyarakat untuk memahami atau mengembangkan pengetahuan tentang “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan LASISMA (Layanan Berbasis Jamaah) dalam Meningkatkan Minat Anggota di BMT NU Cabang Galis.

E. Definisi istilah

Untuk menghindari kesalahan dalam menafsirkan arti pada penelitian ini, peneliti memberikan batasan-batasan istilah makna judul penelitian yaitu analisis strategi pemasaran produk pembiayaan.

1. Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran adalah suatu metode untuk mengenalkan keunggulan produk kepada calon konsumen untuk selanjutnya ditawarkan agar menarik calon konsumen untuk menggunakan produk tersebut.⁹

2. Pembiayaan

Pembiayaan adalah pandangan yang diberikan satu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga.

3. Produk Pembiayaan LASISMA (Layanan Berbasis Jamaah)

Produk pembiayaan LASISMA adalah layanan berbasis jemaah, Dalam setiap kelompok minimal harus terdiri dari 5 anggota dan maksimal 20 anggota.

4. BMT NU

BMT adalah lembaga keuangan yang memiliki fungsi sebagai lembaga intermediary yaitu lembaga yang menerima dana dari masyarakat yang memiliki harta berlebih yang akan di kelola dan diperuntukkan bagi masyarakat yang kekurangan modal.¹⁰

⁹ Hafid Usman Kuwat Riyanto, Pengaruh Kualitas Pelayanan Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembeli Pada Toko Online Lazada Di Cikarang Selatan, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1 No. 2 (September 2019),3

¹⁰ Zarmawis Dkk, *Peranan LKM (Lembaga Keuangan Mikro) Non-Bank Dalam Pembiayaan Usaha Mikro*, (Jakarta, LIPI Press, 2014), 14.

F. Kajian Terdahulu

Tujuan dari adanya kajian terdahulu adalah untuk memberikan kerangka kajian empiris dari kerangka kajian teoritis dari permasalahan sebagai dasar untuk mengadakan pendekatan terhadap masalah yang dihadapi, serta digunakan sebagai pedoman dalam pemecahan masalah. Dalam peneliti ini, penulis akan menggunakan setelah pustaka berupa karya-karya ilmiah, baik itu berupa buku, jurnal maupun karya ilmiah lainnya sebagai berikut:

1. Siti Nur Aini dengan judul penelitian "*Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Simpanan Wadiah pada USPPS BMT Sunan Drajat Tunggul Paciran Lamongan*" 2021. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan USPPS BMT Sunan Drajat pada produk Simpanan Wadiah adalah dengan menggunakan metode segmenting, targeting, positioning. Segmen yang dipilih berdasarkan pekerjaan. Target yang dipilih yaitu pengusaha atau pedagang. BMT menarik minat serta kepercayaan masyarakat melalui citra Pondok Pesantren Sunan Drajat. BMT Sunan Drajat juga menerapkan Strategi Bauran Pemasaran yang terdiri dari Strategi Produk, Strategi Harga, Strategi Tempat dan Strategi Promosi.¹¹
2. Muhammad Subhan dengan judul peneliti. "*Strategi pemasaran syariah pada BMT AL-amanah dalam meningkatkan modal dan penyaluran pembiayaan*" 2018. Yang dilakukan oleh peneliti menggunakan metode

¹¹ Siti Nur Aini, Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan jumlah Anggota Simpanan Wadiah pada USPPS BMT Sunan Drajat Tunggul Paciran Lamongan, *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial (EMBISS)*, Vol 1. No.4, (Agustus 2021), hal. 366.

penelitian kuantitatif strategi pemasaran yang dilakukan ini dalam meningkatkan modal yang penyaluran pembiayaan dengan cara menentukan segmentasi pasar produk layanan melakukan kegiatan pemasaran yang sesuai dengan target pasar hal ini dilakukan dengan cara melihat kebutuhan yang dibutuhkan oleh calon anggota.¹²

3. Ary Prastya dengan judul penelitian “*Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah pada BPRS AL-WASHILYAH Medan*” 2022. penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang kemudian penulis menganalisis dengan menggunakan materi dari referensi buku, wawancara, observasi, dan dokumentasi yang penulis dapatkan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa BPRS AL-WASHILYAH dalam melakukan kegiatan pemasaran masih menggunakan strategi marketing mix. Strategi ini dilakukan dengan cara periklanan, promosi, penjualan, publisitas, dan penjualan pribadi.¹³

Tabel 1.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Skripsi	Persamaan	Perbedaan
1.	Siti Nur Aini	Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah	Konteks penelitian yang sama yaitu membahas tentang strategi	Objek penelitian,

¹² Muhammad Subhan ”Strategi Pemasaran Syariah Pada BMT Al Amanah Dalam Meningkatkan Modal Dan Penyaluran Pembiayaan “, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol.2 No.1, (2018):112

¹³ Ary Prastya, Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan Mudharabah pada BPRS AL-WASHILYAH Medan, *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, Vol.1 No.1 (2022), hal. 75.

		Anggota Simpanan Wadiah pada USPPS BMT Sunan Drajat Tunggul Paciran Lamongan (2021)	pemasaran, menggunakan metode penelitian kualitatif.	fokus penelitian, dan tahun penelitian.
2.	Muhammad Subhan	Strategi pemasaran syariah pada BMT ALamanah dalam meningkatkan modal dan penyaluran pembiayaan.	Sama-sama untuk membantu masyarakat mengenai modal pembiayaan, dan yang menjadi sasaran adalah pedagang kecil	dimana letak perbedaanya adalah segi lokasi dan efektivitas strategi pemasaran dalam meningkatkan minat anggota
3.	Ary Prastya	Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah pada BPRS AL-WASHILIYAH	Konteks penelitian yang sama-sama membahas tentang strategi pemasaran, menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.	fokus penelitian, tahun penelitian, dan objek penelitian.