

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ekonomi islam menjadi sangat penting untuk diterapkan dalam perekonomian suatu negara karena ekonomi islam mampu merubah pembangunan ekonomi dunia.¹ Kesejahteraan merupakan suatu keadaan yang baik, dimana kondisi manusia berada dalam keadaan yang makmur sejahtera dan dapat merasakan kebahagiaan yang damai dan hakiki (kesejahteraan yang sebenar-benarnya).² Allah menciptakan segala sesuatu untuk kepentingan manusia baik di bumi maupun di langit sebagai “sumber daya” untuk mendapatkan harta guna memenuhi kebutuhannya.³ Kebahagiaan hakiki dapat diartikan bahwa jika manusia itu dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Mulai dari kebutuhan akan jasmani maupun rohani, kebutuhan primer, sekunder maupun kebutuhan tersier. Pencapaian kesejahteraan dapat dilihat dari status perekonomian. Ekonomi bagi umat muslim merupakan suatu tuntutan kehidupan dan kegiatan ekonomi termasuk dalam dimensi ibadah.

Bank atau lembaga keuangan lainnya berperan sebagai *agen of development*. Bank atau lembaga keuangan lainnya sebagai pihak yang

¹ Rozalinda, *Ekonomi Islam*, Cet.ke-4 (Depok: Rajawali Pers, 2017),4.

² Nurul Huda, dkk, *Ekonomi Makro Islam Pendekatan Teoritis*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), 28.

³ Muhammad Sharif Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2012), 9.

menghubungkan mereka yang kelebihan dana (surplus) *financial* dengan mereka yang kekurangan dana (*defisit*) *financial*.⁴

Begitu pula dengan lembaga keuangan syariah. Pengembangan perbankan syariah di Indonesia terus berkembang secara pesat dan berdampak ke semua bidang kehidupan karena memiliki landasan serta kepastian hukum yang sudah jelas.⁵ Lembaga keuangan syariah merupakan suatu pewujudan dari penerapan praktek ekonomi islam. Selain itu bank islam juga bertambah kuat dengan adanya kesadaran masyarakat tentang keberadaan bank islam serta dukungan pemerintah melalui politik atau *political will*.⁶

Keberadaan lembaga keuangan mikro syariah mampu mendongkrak perekonomian umat. Pola pembiayaan lembaga keuangan syariah memiliki dua jenis, yaitu skema berbasis *profit and loss sharing* yang direfleksikan oleh skema mudhārabah dan musyārakah, dan skema berbasis *fixed return* (pendapatan tetap) yang direfleksikan melalui skema murābahah, istishnā, salām dan ijārah.⁷ Dengan menerapkan skema ini pada bisnis usaha mikro dapat mengangkat derajat kaum fakir miskin dari tokoh masyarakat setempat dengan berlandaskan sistem ekonomi salaam: keselamatan (keadilan), kedamaian dan kesejahteraan.

⁴ Irham Fahmi, *Manajemen Perbankan Konvensional dan Syariah*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), 57.

⁵ Darsono, Dkk, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 197.

⁶ Juhaya S. Praja, *Ekonomi Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), 52.

⁷ Didin Hafidhuddin Ma'turidi, *Peran Pembiayaan Syariah Dalam Pembangunan Pertanian Di Indonesia*, Orasi Ilmiah Guru Besar Ilmu Agama Islam, (Institute Pertanian Bogor, 23 Juni 2007), 29.

BMT (*Baitul Mal Wat Tamwil*) merupakan salah satu dari sebagian banyak lembaga keuangan mikro syariah. Pengelolaan BMT (*Baitul Mal Wat Tamwil*) pada masa sekarang tergantung pada tingkat kesejahteraan masyarakat dan tingkat pertumbuhan perekonomian sekitar.⁸ Melihat dari sebagian besar perolehan dana BMT bersumber dari penghimpunan dana pihak ketiga (anggota penyimpan) yang meliputi tabungan, simpanan berjangka, modal dan simpanan lainnya. BMT juga melakukan pembiayaan kepada usaha produktif dan menguntungkan. Dalam mempertahankan sistem keuangannya demi keberlangsungan pengelolaan lembaga, banyak cara yang ditempuh oleh lembaga seperti mencari anggota/nasabah baru serta meningkatkan loyalitas dan kesetiaan nasabah melalui peningkatan kualitas pelayanan.

Strategi pemasaran menjadi elemen penting dalam mengatasi persaingan antar lembaga. Melihat semakin banyak pesaing-pesaing yang juga memiliki visi dan misi yang sama, peningkatan kualitas suatu lembaga saat ini sangat digencarkan. Banyak lembaga keuangan menciptakan berbagai bentuk strategi pemasaran untuk mencapai target dalam perolehan nasabah. Salah satu contoh ialah pemasaran yang dilakukan lembaga keuangan kepada anak-anak siswa sekolah. Strategi pemasaran dengan anak-anak sebagai pasar sasaran juga memiliki peluang untuk mempermudah lembaga perbankan untuk mencari nasabah.

⁸ Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*, (Bandung: Cv Pustaka Setia, 2013), 55.

Berbicara mengenai anak-anak, pada masa saat ini lembaga keuangan mengandeng beberapa sekolah untuk menjalin perjanjian dalam penggunaan sebuah produk perbankan. Hal ini memungkinkan perusahaan memiliki keunggulan yang kompetitif dalam menarik nasabah maupun meningkatkan loyalitas nasabah.⁹ Penerapan strategi pemasaran dalam mengatasi hal tersebut dapat menjadi kunci yang memudahkan pencapaian target sasaran. Seperti contoh produk simpanan elemen pendukung lainnya yang mampu menarik daya minat anak menabung. Melihat anak-anak juga dapat menjadi objek penerimaan dan pendapatan perusahaan.

Nasabah dari BMT NU Ngasem cabang Ngraho merupakan lembaga yang menggunakan anak-anak sebagai target pemasaran. Anak-anak yang tergabung dalam lembaga keuangan terjalin dengan adanya kerjasama MoU dengan lembaga pendidikan dan sistem pemasaran dengan menggunakan rumah-rumahan sebagai tempat tabungan. Dengan penggunaan kedua sistem tersebut dimaksudkan BMT untuk mempermudah dalam mencari nasabah baru lewat lembaga pendidikan.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian terkait strategi pemasaran BMT NU NGASEM Cabang Ngraho Bojonegoro, dengan menggunakan kerjasama MoU dan rumah tabungan sebagai produk yang disesuaikan target pasar. Hal ini mampu menarik minat dan menjadikan anak-anak sebagai konsumen sasaran atau nasabah melalui produk simpanan tabungan siswa tingkat TK/RA dan SD sederajat. Oleh

⁹ Mas'ud Machfoedz, *Kewirausahaan*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2015), 179.

sebab itu judul dari penelitian ini adalah “**Efektivitas Strategi Pemasaran Pada Produk Simpanan Tabungan Siswa dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi kasus BMT NU Ngasem Cabang Ngraho Kabupaten Bojonegoro)**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam produk simpanan tabungan siswa di BMT NU Ngasem Cabang Ngraho Kabupaten Bojonegoro?
2. Bagaimana efektivitas strategi pemasaran pada produk simpanan tabungan siswa dalam meningkatkan jumlah nasabah BMT NU Ngasem Cabang Ngraho Kabupaten Bojonegoro?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka terdapat tujuan dan manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui strategi pemasaran pada produk simpanan tabungan siswa dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah BMT NU Ngasem Cabang Ngraho dan bagaimana efektivitas dari strategi pemasaran dalam menarik jumlah nasabah.

2. Manfaat Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori, antara lain:

- a. Bagi Pegawai Lembaga Keuangan, menjadi bahan pertimbangan untuk mengambil kebijakan dalam pembuatan strategi yang lebih efektif untuk mencapai tujuan.
- b. Bagi akademisi, Menambah wawasan terkait pengambilan strategi yang tepat dalam mencapai tujuan terutama dalam dunia lembaga keuangan sehingga dapat menjadi acuan jika terjadi permasalahan terkait tema yang diteliti.
- c. Bagi peneliti, sebagai pengembangan ilmu pengetahuan bidang lembaga keuangan syariah.

D. Kajian Pustaka

1. Penelitian skripsi yang berjudul *STRATEGI PELAYANAN CUSTOMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG RAWAMANGUN*, Oleh Yusron Musthafa Kamal dari Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta periode 2016.¹⁰

Skripsi di atas membahas tentang penggunaan strategi pelayanan *customer service* pada PT. Syariah Mandiri kantor cabang Rawamangun. Dengan menggunakan strategi satu hari tujuh pembukaan rekening baru,

¹⁰ Yusron Musthafa Kamal *Strategi Pelayanan Customer Service dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Rawamangun*, (Skripsi Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016).

melakukan cross selling, evaluasi roll play, dan shopper kepada karyawan bagian *cutemer service*. Selain itu juga pemberian pelayanan ditekankan pada *customer service* dengan menggunakan dua kategori pelayanan yaitu pelayanan mendasar yang meliputi sikap, komunikasi, dan kelengkapan atribut seragam. Sedangkan dalam strategi pelayanan utama meliputi kompetensi, kepercayaan, kejujuran, kontribusi, kejujuran, inovasi, sosial lingkungan dan pelayanan prima. Persamaan dari skripsi di atas dengan peneliti terdapat pada kesamaan tujuan dari strategi yang digunakan untuk menambah jumlah nasabah. Dan yang membedakan dengan penelitian penulis terletak pada bentuk dan penerapan strategi pelayanan yang ada pada lembaga yakni penggunaan pelayanan yang lebih fokus ke *customer service* dan studi kasus yang menjadi objek penelitian.

2. Penelitian skripsi yang berjudul *ANALISA EFEKTIVITAS KEAGENAN LAKU PANDAI BRI SMART DALAM MENINGKAKAN JUMLAH NASABAH BRI (Studi Kasus BRI Syraiah Bangkalan)*, oleh Basit dari Universitas Trunojoyo Madura periode 2018.¹¹

Skripsi di atas membahas tentang penggunaan strategi keagenan laku pandai BRI Smart oleh BRI Syariah Bangkalan. Penerapan keagenan laku pandai ditujukan untuk meningkatkan jumlah nasabah melalui nasabah yang menjadi agen promosi dan sebagai penyedia jasa transaksi keuangan. Dengan menerapkan sistem keagenan branch office system dirasa mampu meningkatkan tingkat efektivitas dalam mencari nasabah.

¹¹ Basit, *Analisa Efektivitas Keagenan Laku Pandai Bri Smart Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Bri (Studi Kasus Bri Syraiah Bangkalan)*, (Skripsi Universitas Trunojoyo Madura periode 2018.

Persamaan penelitian penulis dengan uraian penelitian diatas yaitu terdapat pada analisis tingkat efektivitas penerapan strategi dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah nasabah. sedangkan perbedaan dengan skripsi di atas terletak pada bentuk strategi dan studi kasus penelitian.

E. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi beberapa hal dasar dalam melakukan penelitian antara lain, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, landasan teoridan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang telaah pustaka serta penjelasan mengenai teori yang digunakan dalam penelitian. Tujuannya sebagai landasan untuk pembahasan terkait masalah yang diteliti supaya mudah untuk dipahami.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian. Seperti jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis dan pengumpulan data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum mengenai strategi pelayanan, baik bentuk, nilai keefektivan Serta membahas persoalan pokok dalam penelitian ini, yaitu tentang strategi pelayanan produk simpanan

tabungan anal pada BMT dalam meningkatkan jumlah nasabah yang telah dijelaskan pada BAB II.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan yang merupakan hasil analisa serta pengumpulan data dari hasil penelitian. Selain itu juga berisi saran-saran untuk kemajuan bagi penelitian selanjutnya yang mengambil variable atau obyek yang serupa dengan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi rujukan berupa buku-buku penunjang penelitian, skripsi atau penelitian terdahulu serta beberapa website resmi seperti jurnal yang menunjang untuk keperluan penelitian ini.