

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sekarang ini, lembaga keuangan bukan hanya melakukan kegiatan berupa pembiayaan investasi perusahaan, tetapi juga sudah berkembang menjadi pembiayaan dalam sektor distribusi, modal kerja, konsumsi, dan jasa yang lainnya. Secara garis besar lembaga keuangan dapat terbagi menjadi dua jenis, terdiri dari bank dan bukan bank.

Pada hakikatnya, lembaga keuangan, baik berupa bank ataupun bukan bank mempunyai fungsi yang sama yaitu menghimpun serta menyalurkan dana. Perbedaan hanya terdapat pada cara menghimpun serta menyalurkan dananya. Dalam hal menghimpun dana pada masyarakat, lembaga keuangan perbankan melakukannya baik secara tidak langsung maupun secara langsung. Adapun lembaga keuangan yang bukan bank hanya bisa melalui bentuk pinjaman/ kredit, kertas berharga atau penyertaan atau dengan kata lain hanya bisa menghimpun dana secara tidak langsung. Lembaga keuangan bukan bank di Indonesia terdiri dari pegadaian, dana pensiun, asuransi, *multi finance*, pasar modal dan yang lainnya.¹

Dalam perkembangannya lembaga keuangan syariah, dikenal tiga institusikeuangan dengan menggunakan istilah yang hampir sama, yaitu *baitul maal*, *baitul tamwil*, dan *baitul Maal wat tamwil* (BMT). Isitlah *baitul maal* berasal

¹ Bustari Muchtar, et al., *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta: Kencana, 2016), h. 24.

dari bahasa Arab, yaitu kata *bait* dan *al mal*. *Bait* artinya bangunan atau rumah, sedangkan *al mal* artinya harta benda atau kekayaan. Jadi, *baitul maal* secara harfiah berarti rumah harta benda atau kekayaan. Sedangkan *baitul tamwil* berarti rumah penyimpanan harta milik pribadi yang dikelola oleh suatu lembaga. Adapun *baitul maal wat tamwil* merupakan gabungan dari dua istilah yaitu *baitul maal* dan *baitul tamwil*.²

Baitul maal wat tamwil (BMT) merupakan kelompok swadaya masyarakat sebagai lembaga ekonomi rakyat yang berupaya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dengan sistem bagi hasil untuk meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha kecil dan menengah dalam upaya mengentaskan kemiskinan. *Baitul maal wat tamwil* dalam melakukan kegiatannya melaksanakan dua jenis kegiatan, yaitu *baitul tamwil* dan *baitul maal*. *Baitul tamwil* mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan usaha kecil dan menengah dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan ekonomi. Sementara *baitul maal* menerima titipan zakat, infak dan sedekah serta menjalankannya sesuai dengan peraturan dan amanahnya.

Baitul maal wat tamwil didirikan dari, oleh dan untuk masyarakat sehingga mengakar pada masyarakat serta perputaran dana semaksimal mungkin digunakan untuk masyarakat sistem bagi hasil sudah menjadi tradisi masyarakat Indonesia sehingga kehadiran BMT sesuai dengan kehendak dan

² Neni Sri Imaniyati, *Aspek-Aspek Hukum BMT (Baitul Maal War Tamwil)*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2010), h. 71-72.

budaya mereka. Kegiatan BMT bertujuan membantu pengusaha kecil dan menengah kebawah dengan memberikan pembiayaan yang dipergunakan sebagai modal dalam rangka mengembangkan usahanya. Dengan kegiatan bisnis ini, usaha anggota berkembang dan BMT memperoleh pendapatan sehingga kegiatan BMT berkesinambungan secara mandiri.³

Baitul maal wat tamwil merupakan lembaga keuangan yang belum lama lahir, memerlukan sosialisasi dan promosi yang maksimal kepada masyarakat. Peran pengelolaan penawaran produk BMT merupakan elemen terpenting di antara elemen-elemen yang lainnya yang nantinya akan mampu menentukan tingkat pencapaian keberhasilan suatu lembaga.⁴ Sebab itulah, dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat dalam upaya untuk menarik minat masyarakat.

Pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan. Dalam dunia persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut agar tetap bertahan hidup dan berkembang. Oleh karena itu seorang pemasaran dituntut untuk memahami permasalahan pokok di bidangnya dan menyusun strategi agar dapat mencapai tujuan perusahaan.⁵

BMT Insan Mulia Palembang merupakan lembaga keuangan mikro non bank yang menawarkan penyaluran dan penghimpunan dana pada masyarakat, di antara bentuk layanannya berupa penghimpun dana adalah dengan menerima penyimpanan uang berupa produk simpanan. Namun masih sedikit masyarakat yang mengenal produk simpanan di BMT Insan Mulia Palembang, ditambah

³ *Ibid.*, h. 75-76.

⁴ Nurul Huda, dkk, *Pemasaran Syariah*, (Depok: Kencana, 2017), h. 167.

⁵ Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CAPS (Center Of Academic Publishing Service, 2012), h. 18.

lagi dengan banyaknya pesaing pada lembaga keuangan lainnya. Dari masalah diatas maka BMT diwajibkan memiliki program *marketing* yang tepat dan efisien untuk menarik keinginan masyarakat.

Strategi pemasaran simpanan berkah yang dilakukan oleh BMT Insan Mulia Palembang tidak terlepas dari empat variabel *marketing mix* (bauran pemasaran) yang terdiri dari stratei produk (*product*), strategi harga (*price*), strategi distribusi (*place*) dan strategi promosi (*promotion*).⁶ Produk simpanan berkah memiliki beberapa kelebihan diantaranya fleksibel (dapat ditarik sewaktu-waktu) serta mendapatkan bonus berupa bagi hasil 0,1% dari saldo simpanan anggota.

Penerapan strategi pemasaran sangat penting untuk menentukan keberhasilan suatu perusahaan, dibutuhkan kreatifitas dan inovasi bagi perusahaan agar mampu bersaing dan mengikuti perkembangan zaman serta penerapan strategi pemasaran yang tepat untuk menarik minat masyarakat. Dari penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk mengambil salah satu permasalahan guna diteliti lebih lanjut yaitu tentang **“STRATEGI PEMASARAN SIMPANAN BERKAH DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT PADA BMT INSAN MULIA PALEMBANG”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran dari uraian diatas maka permasalahan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran simpanan berkah dalam menarik minat masyarakat pada BMT Insan Mulia Palembang?

⁶ Muhammad Wahyudi, *Wawancara*, 18 November 2020, di BMT Insan Mulia Palembang

2. Apa faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran simpanan berkah dalam menarik minat masyarakat pada BMT Insan Mulia Palembang?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, agar penelitian ini lebih terarah dan tidak meluas maka peneliti membatasi permasalahan yaitu hanya berkaitan dengan strategi pemasaran simpanan berkah dalam menarik minat masyarakat pada BMT Insan Mulia Palembang dengan estimasi waktu penelitian pada bulan Juni, Juli, Agustus 2020 serta masyarakat yang menjadi objek wawancara hanya beberapa anggota simpanan berkah BMT Insan Mulia Palembang yaitu pedagang yang berada di sekitar pasar Peumnas Sako Palembang.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran simpanan berkah dalam menarik minat masyarakat pada BMT Insan Mulia Palembang.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran simpanan berkah dalam menarik minat masyarakat pada BMT Insan Mulia Palembang.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini yaitu adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis kegunaan penelitian ini yaitu untuk mengembangkan wawasan dan menambah pengetahuan serta memberikan kontribusi pemikiran di bidang strategi pemasaran khususnya.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis penelitian ini di harapkan dapat menjadi acuan dan menjadi bahan pertimbangan untuk pihak BMT Insan Mulia Palembang dalam mengembangkan simpanan berkah serta dapat mengaplikasikan strategi pemasaran yang efektif dan efisien dalam menarik minat masyarakat.