

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Lembaga Keuangan Syariah (LKS) merupakan badan usaha yang kegiatannya di bidang keuangan syariah dan asetnya berupa aset-aset keuangan maupun non keuangan berdasarkan prinsip syariah. Pada dasarnya LKS memiliki dua fungsi dasar yaitu menghimpun kelebihan dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat yang kekurangan dana dengan menjual produk-produk serta akad yang sesuai dengan yang telah ditetapkan oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang bertugas mengawasi kegiatan operasional LKS sesuai dengan ketentuan-ketentuan syariah. Berjalannya perkembangan industri perbankan syariah yang positif tidak hanya dilihat dari perkembangan di perbankan syariah saja melainkan disertai perkembangan di lembaga keuangan mikro syariah (LKMS) salah satunya berkembangnya Baitul Maal Wat Tamwil (BMT).<sup>1</sup>

Seiring tumbuhnya berbagai bentuk lembaga keuangan dan apalagi akhir-akhir ini pertumbuhan lembaga keuangan yang berbasis syari'ah mulai diperhitungkan berbagai kalangan, oleh sebab itu persaingan antar lembaga keuangan pun tidak bisa terelakkan, lembaga keuangan merupakan instrumen penting dalam memperlancar jalannya pembangunan. Saat ini lembaga

---

<sup>1</sup> Siti Ma'rifatul Afiyah, Skripsi: *Analisis Strategi Pemasaran Baitul Maal Di Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Kasus di KSPPS BMT Karisma Magelang)*, (Magelang: Universitas Muhammadiyah Magelang, 2017), h. 85

keuangan syari'ah telah memasuki persaingan berskala global. Dengan berbagai tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh lembaga keuangan syari'ah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi umat<sup>2</sup>salah satunya yaitu BMT.

BMT merupakan sebuah lembaga keuangan yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah Islam dalam bentuk koperasi serba usaha. Dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat, BMT hendaknya benar-benar dioperasionalkan sesuai dengan yang dikehendaki syariah dan harus memperhatikan faktor profesionalitas baik dari segi pembinaan sumber daya manusia karyawannya maupun aspek-aspek lain yang mampu mendongkrak kinerja BMT tersebut sehingga BMT mampu bersaing dengan lembaga-lembaga keuangan konvensional lainnya. Secara konseptual banyak ayat Al-Qur'an yang menegaskan tentang anjuran kepada seorang muslim untuk mengembangkan ekonominya serta bagaimana etika pengembangan ekonomi harus dikembangkan seorang muslim.

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung. (QS. Al-Jumu'ah ayat 10).

---

<sup>2</sup> Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2011), h. 12

Perkembangan BMT ditentukan oleh adanya organisasi yang baik. Keberhasilan BMT sangat ditentukan oleh kemampuan mengelola organisasi dan bisnisnya serta menggunakan semua fasilitas sumber daya yang ada. Tentu saja, untuk mencapai tingkat kinerja ini harus menjalankan manajemen yang tepat, terutama manajemen sumber daya manusia, perlu diterapkan dalam mempertimbangkan sisi manusiawi menjadi seorang manajer. BMT harus dapat merencanakan strategi pemasaran yang tepat dalam mencapai tujuan lembaganya, salah satu tujuan lembaga adalah untuk menarik minat konsumen untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan. Selain itu pemasaran penjualan dapat mendorong konsumen dengan segera untuk melakukan pembelian.<sup>3</sup> Oleh karena itu untuk menarik konsumen melakukan pembelian maka lembaga harus bisa menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat dengan kondisi pasar yang dihadapi. Keberhasilan strategi pemasaran dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu dengan memilih promosi dalam memasarkan produk dan jasa.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan

---

<sup>3</sup> M. Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran, Jelajahi dan Rasakan*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2005), h. 207

janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisaa' ayat 29).

Ajaran Islam telah menghalalkan umatnya untuk melakukan aktivitas jual beli atau berniaga. Dan setiap perdagangan diperbolehkan dengan prinsip suka sama suka atau saling rela namun tetap sesuai dengan syariat Islam.

#### Berbagai Problema Dasar Umat<sup>4</sup>

##### 1. *Problema Aqidah*

Pembangunan yang dirancangan adalah bukan hanya pembangunan ekonomi, sosial kemasyarakatan saja tetapi juga menyangkut pembangunan rohani dalam artian pembangunan manusia seutuhnya. Hal ini perlu disadari mengingat pembangunan yang selama ini dirasakan lebih banyak memperhatikan aspek fisik jasmani dibandingkan dengan pembangunan pada bidang rohani (*mental spritual*). Akibatnya kemajuan di bidang pembangunan fisik terasa begitu cepat, munculnya gedung-gedung bertingkat, pusat-pusat perbelanjaan tumbuh dengan pesat, jalan-jalan baru dibangun, dan berbagai fasilitas lainnya tersedia dimana-mana.

Kemajuan dalam berbagai bidang telah membawa dampak yang sangat besar terhadap aqidah keislaman. Kemajuan itu jika dimanfaatkan secara baik akan mengokohkan keimanan seseorang. Namun tidak dapat dipungkiri pula bahwa kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi juga telah banyak membawa efek negatif bagi

---

<sup>4</sup> Nurhidayat Muh. Said, *Dakwah dan Problematika Umat Islam*, (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2013), Jurnal Dakwah Tabligh, Vol. 14, No. 1, h. 3-10

perkembangan aqidah keislaman seseorang. Berbagai macam pemikiran baru muncul yang mungkin disengaja atau tidak, diadakan untuk melemahkan keyakinan akan keesaan Allah SWT.

Untuk dapat menjaga tegaknya aqidah Islam itu maka umat Islam harus kembali kepada petunjuk dari kitab suci al-Qur'an dan sunnah Rasulullah Saw. Hanya saja untuk memperkuat akidah Islam sangat dibutuhkan tenaga *da'i* yang profesional, yang penuh kesungguhan dalam menyebarkan syiar Islam. Tenaga *da'i* yang memiliki pendirian yang kokoh berdiri di medan dakwah mutlak diperlukan, sehingga mempunyai tempat dalam kalbu dan alam pikiran umat juga dapat menguasai pengaruh kehidupan masyarakat ramai.

## 2. *Problema Akhlak*

Sebagai makhluk yang sempurna maka manusia dilengkapi dengan suatu tabiat yang berbentuk dua kekuatan yaitu amarah dan syahwat (keinginan). Dua kekuatan inilah yang menentukan akhlak dan sifat manusia. Dengan kekuatan syahwat, seseorang akan mencari segala sesuatu yang berguna bagi dirinya sendiri guna untuk mempertahankan hidup dan berketurunan. Sedang dengan kekuatan amarah, ia dapat menolak segala bahaya yang mengancam keselamatan dan keamanan dirinya. Kekuatan terakhir ini pada dasarnya merupakan bagian dari kekuatan pertama walaupun substansi masing-masing berlainan.

Penyebab melemahnya keutuhan umat Islam ternyata tidak hanya karena serangan dari non muslim yang tidak senang akan bersatunya umat Islam, akan tetapi juga karena semakin lemahnya umat Islam dalam berinteraksi dengan ajaran Islam yang dianutnya. Hal itu terjadi karena telah jauh dari nilai-nilai Al-Qur'an dan sunah sehingga kehilangan identitasnya sebagai seorang Muslim. Mereka tidak lagi merasa bangga terhadap keislamannya, namun justru merasa aneh ketika melihat saudaranya yang taat menjalankan perintah agamanya dan memiliki komitmen terhadap keislamannya. Dan yang lebih memprihatinkan lagi terdapat umat Islam yang tidak memahami Islam itu sendiri, yang mempunyai sifat menyeluruh, meliputi segala aspek kehidupan. Islam hanya dipandang sebagai ritual ibadah, identik dengan masjid, pengajian, dan sebagainya, yang semuanya identik dengan kelemahan, kebodohan, dan kemiskinan. Akibatnya umat Islam benar-benar terjebak dalam kondisi keterbelakangan.

### 3. *Problema Individualisme Materialisme.*

Globalisasi membawa dampak yang sangat luar biasa dalam kehidupan masyarakat di seluruh dunia. Belum pernah ada peradaban yang begitu mendunia seperti menduniannya peradaban modern. Peradaban Islam memang juga pernah menyebar ke sebagian besar penjuru dunia, tapi ini masih sebatas pada daerah-daerah yang secara fisik berhasil dikuasai. Apa yang disaksikan saat ini adalah fenomena yang sama sekali lain. Peradaban modern menyebar tanpa ada

kekuatan yang mampu menghalangi. Batas negara dan wilayah kekuasaan tidak lagi menjadi penghalang bagi masuknya unsur-unsur budaya modern (Barat). Setiap masyarakat yang kemudian termodernkan, menerima budaya modern secara suka rela sebagai bagian dari cara mereka untuk hidup secara terhormat dan maju.

Dengan demikian peranan dakwah sangat dibutuhkan dalam upaya memperbaiki dan mengarahkan umat pada jalan kebenaran. Sementara itu, dakwah untuk mengembalikan ummat manusia kepada fitrahnya, nampak kehilangan ruh (hakekat dan semangat dakwah). sehingga, dakwah tidak memiliki metode, pedoman dan arahan yang jelas. Terutama untuk menjadikan kaum muslimin sebagai khairu ummah, yang dapat memainkan peran utama dalam kancah kepemimpinan dunia, dan teladan di tengah masyarakat.

Ketika umat sepakat dalam bentuk keyakinan bahwa keteladanan dalam hidup dan kehidupan khususnya menyangkut soal keyakinan (agama), semestinya acuan dalam segala hal termasuk dalam hal dakwah adalah keteladanan (*dakwah bi al-hal*). Realitas yang ada menunjukkan bahwa permasalahan umat saat ini bukan sekedar mau atau tidak mau mengikuti apa yang didakwahkan, tapi jauh lebih penting adalah keteladanan dari tokoh Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Untuk mengubah wajah umat Islam yang suram diperlukan dakwah islamiyah untuk menyembuhkan penyakit dalam tubuh umat Islam. Hingga umat Islam menyadari tugas dan fungsinya yang harus dijalankan di muka

bumi ini. Dakwah Islamiyah dengan membina kembali umat Islam agar memahami Islam secara integral (menyeluruh), tidak sekedar simbol tanpa makna.

Urgensi Pelaksanaan Dakwah, ialah:<sup>5</sup>

*Pertama*, perlu ada pengkaderan yang serius untuk memproduksi juru-juru dakwah dengan pembagian kerja yang rapi. Ilmu dakwah belaka tidak cukup untuk mendukung proses dakwah, melainkan diperlukan pula berbagai penguasaan dalam teknologi informasi yang mutakhir.

*Kedua*, setiap organisasi Islam yang berminat dalam tugas-tugas dakwah perlu membangun laboratorium dakwah. Dari hasil “*Labda*” ini akan dapat diketahui masalah- masalah riil di lapangan, agar jelas apa yang akan dilakukan.

*Ketiga*, proses dakwah tidak lagi terbatas pada *dakwah bi al-lisan*, tapi harus diperluas dengan *dakwah bi al-hâl*, *bi al-khitâbah* (lewat tulisan), *bi al-hikmah* (dalam arti politik), *bi al-iqtishâdiyah* (ekonomi), dan sebagainya. Yang jelas, *actions, speak louder than word*.

*Keempat*, media massa cetak dan terutama media elektronik harus dipikirkan sekarang sebagai media dakwah. Media elektronik yang dapat menjadi wahana atau sarana dakwah perlu dimiliki oleh umat Islam. Bila udara Indonesia di masa depan dipenuhi oleh pesan-pesan agama lain dan sepi dari pesan-pesan Islami, maka sudah tentu keadaan seperti ini tidak menguntungkan bagi peningkatan dakwah Islam di tanah air.

---

<sup>5</sup> *Ibid*, h. 10-14

*Kelima*, merebut remaja Indonesia adalah tugas dakwah Islam jangka panjang. Anak-anak dan para remaja adalah aset yang tidak ternilai. Mereka wajib diselamatkan dari pengikisan aqidah yang terjadi akibat ‘*invasi*’ nilai-nilai non Islami ke dalam jantung berbagai komunitas Islam di Indonesia. Bila anak-anak dan remaja kita memiliki benteng tangguh (*al-husus al-hamidiyyah*) dalam era globalisasi dan informasi sekarang ini, maka dapat disimpulkan bahwa masa depan dakwah akan tetap cerah.

Dari uraian di atas, dapat diprediksi bahwa misi dan tantangan dakwah akan semakin berat dan hebat bahkan semakin kompleks dan melelahkan. Inilah problematika dakwah kita masa kini. Oleh sebab itu semuanya harus dikelola dengan manajemen dakwah yang profesional oleh tenaga-tenaga dakwah yang berdedikasi tinggi, mau berkorban dan ikhlas beramal.

Manajemen juga merupakan faktor utama yang turut andil dalam mewujudkan tujuan lembaga dakwah atau organisasi dakwah dengan sempurna, melalui jalan pengaturan faktor-faktor yang penting untuk mewujudkan tujuan, berupa dana, personel (*da'i*), materi, media, dan informasi sesuai dengan kerangka kerja manajemen utama, yaitu melakukan rencana, pengaturan, pengarahan, dan pengawasan sehingga terwujud sebuah tujuan yang diinginkan dengan cara yang baik dan sistematis.

Sebagaimana dimaklumi bahwa organisasi dakwah merupakan kumpulan sekelompok manusia (*da'i*) yang berserikat untuk tujuan bersama. Secara

generik, organisasi terdiri atas komponen manusia, pekerjaan, hubungan, dan lingkungan. Sementara itu jika melihat fungsi utama dakwah adalah untuk mengajarkan dan menyampaikan ajaran Islam secara komprehensif kepada umat agar mereka memahami dan meyakini kebenarannya yang mutlak, sehingga ajaran Islam mampu memengaruhi pandangan hidup, sikap batin, dan tingkah lakunya.<sup>6</sup> Kondisi inilah yang kemudian melahirkan sebuah perilaku pemeluknya dari hasil pemahamannya tersebut, sehingga proses transformasi ajaran tersebut dapat benar-benar berlangsung.

Sehingga apa yang ingin dicapai dalam organisasi dakwah harus memiliki kejelasan visi dan misi yang berpedoman pada ajaran Islam sebagai nilai-nilai universal dalam aktivitas dakwah.

Visi berasal dari kata *vision*, yang berarti pandangan adalah gambaran masa depan dalam aktivitas dakwah, dan merupakan tugas atau amanah yang harus diemban oleh para da'i dalam posisi dirinya sebagai pembawa risalah dakwah. Visi tersebut kemudian dituangkan dalam bentuk misi, dan akhirnya misi dituangkan dalam bentuk program.

Visi adalah *invisible matter* yang mengantarkan ke sesuatu yang akan dilakukan secara berkesinambungan. Sifat visi adalah cenderung pada dasar filosofi, sedangkan misi lebih relatif terukur. Untuk itu, hendaknya visi ini bukan hanya sebuah tulisan atau pernyataan kosong, melainkan sebuah gambaran yang ideal, sehingga para *da'i* akan bersungguh-sungguh untuk

---

<sup>6</sup> Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2021, Cet. Ke-5, h. 66

mewujudkannya dan sekaligus merupakan petunjuk dalam melaksanakan aktivitas dakwah.<sup>7</sup>

Setiap organisasi senantiasa memiliki cita-cita ideal yang hendak dicapai. Dengan cara-cara ideal tersebut dakwah Islam akan memperjuangkan agar “jati diri” jelas, yakni citra nilai dan kepercayaan organisasi. Citra nilai dan kepercayaan ideal ini disebut sebagai visi organisasi. Visi organisasi dakwah itu adalah merupakan wawasan luas ke masa depan dari manajemen dan merupakan kondisi ideal yang hendak dicapai organisasi dakwah di masa mendatang. Visi inilah yang memberikan petunjuk atau arah dan ide aktual kepada manajemen dalam proses pembuatan keputusan agar setiap aktivitas dakwah senantiasa berdasarkan visi organisasi dan diwujudkan dalam koridor Al-Qur’an dan Hadis. Selanjutnya untuk memahami visi dakwah diperlukan tatanan organisasi. Pernyataan aktivitas dakwah inilah yang disebut dengan misi organisasi.

Misi bertujuan memberikan pedoman pada manajemen dalam memusatkan aktivitasnya. Visi, misi, sasaran dan tujuan sesungguhnya memiliki substansi yang berbeda, namun ketiga-tiganya sangat berkaitan. Dari karakteristik visi dan misi dakwah dapat disimpulkan, bahwa misi merupakan implementasi visi. Visi bersumber dari para pelaku dakwah, sedangkan misi diperuntukkan bagi manajemen.

---

<sup>7</sup> *Ibid*, h. 67-68

Dengan kriteria tersebut maka analisis yang sesuai untuk digunakan adalah analisis SWOT. “Analisis SWOT adalah<sup>8</sup> identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*), dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*)”. Analisis SWOT telah menjadi salah satu alat yang berguna dalam dunia bisnis. Metode ini merupakan sebuah analisa yang cukup baik, efektif dan efisien serta sebagai alat yang cepat dan tepat dalam menemukan dan mengenali kemungkinan–kemungkinan yang berkaitan dengan inovasi baru dalam dunia bisnis.<sup>9</sup>

Perumusan strategi pemasaran didasarkan pada analisis yang menyeluruh terhadap pengaruh faktor-faktor lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Lingkungan eksternal perusahaan setiap saat berubah dengan cepat sehingga melahirkan berbagai peluang dan ancaman baik yang datang dari pesaing utama maupun dari iklim bisnis yang senantiasa berubah. Konsekuensi perubahan faktor eksternal tersebut juga mengakibatkan perubahan faktor internal perusahaan, seperti perubahan terhadap kekuatan maupun kelemahan yang dimiliki perusahaan tersebut.<sup>10</sup>

Implementasi pemasaran adalah proses yang mengubah strategi dan rencana pemasaran menjadi tindakan pemasaran untuk mencapai sasaran.

Implementasi mencakup aktivitas sehari-hari, dari bulan ke bulan yang secara

---

<sup>8</sup> Syamsudin Noor, *Penerapan Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio di Malang*, Jurnal Intekna, Tahun XIV, No. 2, (2014), h. 102-209

<sup>9</sup> *Ibid*, h. 102-209

<sup>10</sup> Mumuh Mulyana, *Perumusan Strategi Pemasaran*, Materi Tutorial Online, Ekma 4216 Manajemen Pemasaran, (Universitas Terbuka), h. 18

efektif melaksanakan rencana pemasaran. Kegiatan ini dibutuhkan program tindakan yang menarik semua orang atau semua aktivitas serta struktur organisasi formal yang dapat memainkan peranan penting dalam mengimplementasikan strategi pemasaran.<sup>11</sup>

Tujuan Dakwah Menurut M. Natsir, ialah:

1. memanggil kita kepada syariat, untuk memecahkan persoalan hidup, baik persoalan hidup perseorangan atau persoalan berumah tangga, berjamaah-bermasyarakat, berbangsa-bersuku bangsa, bernegara, berantarnegara,
2. memanggil kita kepada fungsi hidup kita sebagai hamba Allah di atas dunia yang terbentang luas ini, berisikan manusia berbagai jenis, bermacam pola pendirian dan kepercayaannya, yakni fungsi sebagai syuhada 'ala an-nas, menjadi pelopor dan pengawas bagi umat manusia,
3. memanggil kita kepada tujuan hidup kita yang hakiki, yakni me nyembah Allah. Demikianlah, kita hidup mempunyai fungsi tujuan yang tertentu.<sup>12</sup>

Di wilayah Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin, kehadiran BMT sangat diminati oleh masyarakat karena manajemen serta pemasaran yang digunakan bersifat terbuka, dapat diakses oleh masyarakat umum, mudah mendapat informasi serta penanganan yang cepat dalam melakukan transaksi. Perkembangan yang dapat dilihat dari wilayah ini adalah semakin bertambahnya nasabah dan antusias masyarakat

---

<sup>11</sup> Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press), 2011), h. 4

<sup>12</sup> Thohir Luth, *M. Natsir Dakwah dan Pemikirannya*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1999), Cet. 1, h. 70

dengan ikut serta dalam mengembangkan lembaga keuangan syariah sebagai nasabah, sehingga pemasaran dan pembiayaan atau transaksi dalam BMT Bina Ummat di Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin berjalan dengan lancar.

Faktor internal yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah BMT Bina Ummat adalah strategi produk dimana produk memiliki keuntungan tersendiri untuk pelaku mikro, memiliki visi yaitu “Peduli Ekonomi Rakyat” yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan dikemas dalam kemasan yang baik berupa pelayanan seperti pendekatan kepada nasabah, lokasi yaitu keberadaan BMT itu sendiri yang berdekatan dengan tempat usaha nasabah, dan strategi promosi dilakukan dengan personal selling dan periklanan. Faktor eksternal yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah BMT Bina Ummat yaitu kepercayaan masyarakat dengan keuntungan yang diperoleh atas penggunaan produk-produk BMT Bina Ummat, kemudian persatuan kesatuan dan kekompakan tokoh masyarakat di wilayah Kecamatan Air Kumbang khususnya Desa Cinta Manis Baru.<sup>13</sup>

Berikut ini data jumlah anggota BMT Bina Ummat berdasarkan data yang di ambil dari BMT bahwasannya data jumlah anggota meningkat dan biar mudah dipahami bisa dilihat pada tabel 1.

---

<sup>13</sup> Muhammad, *Rapat Anggota Tahunan Tahun Buku 2021*, (Banyuasin: BMT Bina Ummat, 2022), h. 2-3

Tabel 1. Data jumlah anggota BMT Bina Ummat tahun 2016-2021

Tahun	Anggota	Jumlah
2016	164	164
2017	474	474
2018	691	691
2019	828	828
2020	932	932
2021	1.196	1.196

Dalam 5 tahun terakhir sejak berdirinya BMT Bina Ummat tahun 2016 sampai tahun 2021 jumlahnya terus meningkat secara signifikan dan walaupun masa pandemi covid-19 tetap tidak ada penurunan malahan terus meningkat tetapi persentasenya tidak terlalu tinggi. Penyebab jumlah anggota meningkat tersebut karena perilaku staf, kualitas pelayanan pada nasabah, harga barang, kenyamanan dan keamanan nasabah.

Kini Sudah 5 tahun umur BMT Bina Ummat Semenjak berdirinya, pastinya mengalami kenaikan dan penurunan. Jika dilihat dari grafik perkembangan kadang naik, terkadang turun, dikarenakan dari sekian banyak anggota kadang ada yang memenuhi kewajibannya ada juga yang tidak, akan tetapi secara umum yang tampak pada tabel adalah bahwa BMT Bina Ummat mengalami perkembangan yang signifikan.

Tantangan yang dihadapi BMT Bina Ummat :

1. Minimnya modal, sehingga tidak dapat memberikan pembiayaan kepada anggota dalam jumlah besar.
2. Modal sepenuhnya dari anggota, belum ada pihak ketiga seperti pemerintah, dinas terkait yang memberikan suntikan modal.
3. Terkendala karena penyebaran Covid-19 yang membuat beberapa program dan kegiatan BMT tidak bisa berjalan maksimal
4. Pembiayaan anggota sebagian tidak lancar sehingga mempengaruhi pada perputaran modal dan keuangan BMT.<sup>14</sup>

Adapun langkah-langkah yang dilakukan BMT Bina Ummat untuk menanggulangi kecilnya dana yang didapatkan, yaitu:

1. Buat tabungan khusus
2. Kurangi pencairan pinjaman
3. Maksimalkan penagihan<sup>15</sup>

Perkembangan pesat BMT Bina Ummat di Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin tidak lepas dari strategi pemasaran antara lain promosi yang dilakukan, penentuan tanggal yang sesuai, meletakkan presing yang tepat dan lainnya yang dijalankan oleh BMT itu sendiri hingga tahun 2021 sekarang jumlah nasabah mencapai 1.196 anggota membuktikan berkembangnya BMT Bina Ummat di wilayah Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin. Produk

---

<sup>14</sup> *Ibid*, h. 15

<sup>15</sup> Rosyidin, Manajer BMT Bina Ummat, Wawancara Tanggal 3 November 2022.

yang ditawarkan ialah produk-produk Tabungan seperti Tabungan Titipan Qordun Hasan, Tabungan Berjangka Mudhorobah, Simpanan Pelajar (SIMPEL), Tabungan Rencana Barokah (TABAROK) dan produk-produk Pembiayaan seperti Pembiayaan Murobahah (Jual Beli), Pembiayaan Multi Jasa, Pembiayaan Qordul Hasan. Semua produk diminati, tapi yang lebih banyak diminati yaitu produk Pembiayaan Murobahah (Jual Beli). Produk ini dikatakan paling diminati di BMT Bina Ummat karena produk ini Pembiayaan dalam bentuk pengadaan barang (Sepeda Motor, Handpone, Barang Elektronik, dll), BMT Bina Ummat sebagai penyedia barang dan anggota sebagai pembeli, pembayaran secara angsuran maksimal 24 bulan dan margin/bagi hasil/keuntungan BMT 20%/tahun. Produk ini ialah produk yang paling diminati dan yang paling berkembang di BMT Bina Ummat.

Keunggulan paling menonjol di BMT Bina Ummat ialah dari segi akad dan tanpa denda. Karena memudahkan bagi calon anggota dan anggota BMT Bina Ummat itu sendiri. Keberadaan lembaga keuangan syari'ah yang berbentuk BMT Bina Ummat di Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin sangat berperan dan membantu masyarakat sekitar dan masyarakat luas umumnya. Banyak lembaga keuangan syari'ah atau perbankan syari'ah didirikan di Indonesia, walaupun masyarakat secara menyeluruh banyak yang belum mengetahui bagaimana operasional tentang BMT Bina Ummat tetapi dengan pengenalan dan promosi yang baik, maka akan dapat diterima masyarakat. Perkembangan operasional dan jaringan

BMT Bina Ummat di Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin cukup cepat dan potensial.<sup>16</sup>

Peningkatan jumlah nasabah naik drastis tahun 2021 jika dibandingkan dengan jumlah nasabah ditahun-tahun sebelumnya. Pada tahun berdirinya BMT Bina Ummat pada tahun 2016 berjumlah 25 orang donatur penanam saham dan 164 anggota. Dan ini membuktikan semakin pesatnya peningkatan jumlah nasabah di BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut peneliti memilih judul dalam penelitian ini yaitu “Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatnya Jumlah Nasabah di BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka yang menjadi rumusan masalah di dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Strategi Pemasaran dalam Meningkatnya Jumlah Nasabah di BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin ?
2. Apa Dampak Dari Meningkatnya Jumlah Nasabah di BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin ?

---

<sup>16</sup> *Brosur BMT Bina Ummat*

### **C. Tujuan Penelitian**

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

1. Untuk Mengetahui Strategi Pemasaran dalam Meningkatnya Jumlah Nasabah di BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin.
2. Untuk Mengetahui Dampak Dari Meningkatnya Jumlah Nasabah di BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini yaitu adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoretis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang untuk mengembangkan wawasan berkaitan tentang Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatnya Jumlah Nasabah di BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini dapat memberikan informasi tentang Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatnya Jumlah Nasabah di BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin.

- a. Untuk prodi Manajemen Dakwah UIN Raden Fatah Palembang, penelitian ini bisa digunakan sebagai sumber pustaka untuk penelitian selanjutnya.
- b. Untuk BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin, penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi karyawan BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin. Secara pihak yang terkait didalamnya dalam mengambil kebijakan, khususnya mengenai strategi pemasaran.

