

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

seiring dengan perkembangan zaman saat ini, BMT menjadi salah satu Lembaga keuangan yang sangat dibutuhkan oleh Masyarakat dalam hal permodalan. BMT lahir ditengah- Tengah Masyarakat dengan tujuan untuk memberikan solusi terkait dengan pendanaan yang mudah dan cepat.

Lembaga jasa keuangan syariah didirikan dengan tujuan mempromosikan dan mengembangkan prinsip-prinsip islam dan syariah kedalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis yang terkait. Di dalam prinsip syariah, tidak mengenal adanya sistem bunga, namun dikenal dengan sistem bagi hasil. Sistem bagi hasil memiliki karakteristik tersendiri dibanding dengan sistem bunga. Kelebihan ini tidak hanya karena telah sesuai dengan kaidah islam, tetapi secara ekonomi juga memiliki kelebihan.

Salah satu Lembaga jasa keuangan syariah yang ada di Indonesia adalah Baitul maal wa tamwil (BMT). (Ridwan,2013) menyatakan bahwa BMT adalah balai usaha mandiri terpadu yang kegiatannya mengembangkan usaha- usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi. Maka BMT memiliki dua fungsi, yaitu *Baitul maal* dan *Baitul tamwil*. Baitul maal lebih mengarah pada usaha mengelola dana yang didapatkan. Sedangkan Baitul tamwil lebih mengarah sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana. BMT juga diharuskan untuk memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan bagi semua nasabahnya. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas BMT yang saat ini persaingannya semakin ketat. Persaingan yang dihadapi oleh BMT assyafi'iyah adalah Lembaga jasa keuangan konvensional yang terdiri dari Bank Mandiri, Bank Lampung, BANK Tataartha, Bank Bri, Bank Tara dan Lembaga koperasi lainnya seperti BMT panji Artha Makmur dan BMT AL- Hidayah.

Lembaga jasa keuangan konvensional maupun syariah, khususnya pada Lembaga keuangan mikro syariah yaitu BMT, merupakan salah satu sarana dalam pencapaian suatu tujuan organisasi diantaranya adalah pemasaran, karena dengan adanya pemasaran masyarakat mengetahui dan mengenal produk yang dimiliki oleh lembaga keuangan tersebut. Jika suatu lembaga keuangan ingin melangkah untuk maju, maka lembaga keuangan harus tahu bagaimana strategi pemasaran yang akan digunakan.

Menurut Lutfi hamit (2008:79) mengatakan bahwa sekarang ini, setiap bank maupun BMT diharuskan untuk dapat membuat strategi pemasaran dalam meningkatkan pelayanan kepada nasabah supaya sasaran Perusahaan tercapai. Strategi pemasaran saat ini dilakukan secara terpadu sebagai usaha untuk memuaskan keinginan nasabah atau anggota. Secara umum strategi pemasaran dilakukan dengan menerapkan bauran pemasaran (marketing mix), yang terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi. Bauran pemasaran (marketing mix) sangat menentukan keberhasilan dalam merebut pasar. Strategi pemasaran merupakan ujung tombak bagi bank atau BMT untuk mengenalkan dan memasarkan produk- produknya.

Beberapa cara dalam pemasaran jasa menyatakan bahwa bauran pemasaran yaitu seperangkat alat yang digunakan pemasar untuk menentukan karakteristik yang ditawarkan kepada pelanggan. Dimana unsur- unsur bauran pemasaran terdiri dari: *product*, *price*, *promotion* dan *place*. Dalam pencapaian strategi pemasaran yang tepat dan terbaik untuk diterapkan, salah satunya Perusahaan dapat melihat faktor bauran pemasaran. Hal tersebut penting karena bauran pemasaran merupakan salah satu pokok pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk. Jika Perusahaan tidak peka terhadap apa yang dibutuhkan oleh konsumen, maka dapat dipastikan bahwa Perusahaan akan kehilangan banyak kesempatan untuk menjangkau konsumen dan produk yang ditawarkan akan sia- sia.

Suatu produk yang dikeluarkan harus mempunyai kualitas, keunggulan dan kelemahan. Maka Analisis SWOT dianggap mampu untuk menilai produk dan melakukan diagnose produk sehingga bisa dilakukan secara tepat terhadap produk yang dipasarkan. Analisis SWOT juga sering digunakan sebagai metode evaluasi efektif dalam menilai produk dan strategi pemasaran perusahaan. Hal Ini dapat membantu dalam menyusun rencana strategis dan pengembangan produk dengan mempertimbangkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman baik dari lingkungan internal maupun eksternal. Analisis SWOT membantu Perusahaan memahami kondisi produknya dengan mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman internal dan eksternal. Hal Ini adalah alat penting untuk merumuskan strategi yang sesuai dengan situasi perusahaan dan produknya.

Pada dasarnya produk antar Lembaga jasa keuangan syariah khususnya BMT tidak berbeda dengan konvensional, yaitu bertumpu pada penyediaan jasa simpanan dan jasa pinjaman (pembiayaan). Salah satunya yaitu produk

pembiayaan murabahah. Agar produk murabahah dapat diminati oleh para konsumen maka BMT Assyafi'iyah harus bisa menerapkan strategi pemasaran yang baik dan tepat guna untuk menumbuhkan kepercayaan Masyarakat terhadap produk yang ditawarkan tersebut.

Maka fungsi dari analisis SWOT dan strategi kompetitif adalah untuk menganalisa mengenai kekuatan, kelemahan, serta keunggulan kompetitif yang dimiliki Perusahaan yang dilakukan melalui Analisa terhadap kondisi eksternal Perusahaan. Teknik analisis swot pada dasarnya merupakan satu Teknik yang digunakan untuk mengenali berbagai kondisi yang menjadi basis bagi perencanaan strategi.

Analisis swot merupakan suatu wadah atau alat yang bisa Membantu perusahaan untuk menentukan dan mengembangkan sebuah strategi yang tepat dalam menghadapi sebuah persaingan (Taufiqurokhman, 2016). Tujuan dilakukan analisis swot ini adalah untuk melakukan diagnose produk sehingga bisa dilakukan pragnosa yang tepat terhadap produk yang dimiliki. Langkah awal yang bisa dikembangkan adalah menginventarisasi (mencatat) faktor internal yang ada pada perbankan. Keberadaan faktor internal inilah yang akan menggambarkan bagaimana kondisi BMT dalam mengembangkan produknya.

Pada dasarnya peran pemasaran merupakan hal yang penting untuk memperkenalkan eksistensi BMT dimasyarakat, sehingga bagi Masyarakat yang membutuhkan dana cepat tidak perlu ke bank umum karena tinggal datang saja ke BMT selain itu karena persyaratannya juga lebih mudah dibandingkan dengan bank. Maka dari itu, jika pemasaran berjalan dengan baik maka berdampak baik pula untuk berkembang dan suksesnya BMT.

Murabahah adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati antara penjual dan pembeli. Menurut (Sofjan Assauri,2014:168) murabahah adalah akad jual beli barang, dimana penjual (BMT) menyebutkan dengan jelas harga awal pembelian kepada pihak pembeli (nasabah) dan pembeli membayarnya dengan harga yang lain sebagai keuntungan yang disepakati. Selain itu produk murabahah merupakan pembiayaan yang menggunakan prinsip akad murabahah yaitu akad jual beli barang pada harga asal (harga perolehan) dengan tambahan keuntungan (margin) yang disepakati oleh kedua belah pihak (penjual dan pembeli).

BMT Assyafi'iyah kotagajah lampung Tengah adalah salah satu Lembaga jasa keuangan yang terus berkembang. BMT Assyafi'iyah berkah nasional sebagai

Lembaga keuangan mikro syariah yang memiliki fungsi sebagai Baitul tamwil dan Baitul maal. Sebagai Baitul tamwil bergerak mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi untuk meningkatkan usaha mikro dan mendorong kegiatan menyimpan dan menabung serta pembiayaan. BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional didirikan dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam pemberian pembiayaan kepada nasabah untuk kegiatan usaha. BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional adalah lembaga yang akan memberikan layanan pembiayaan syariah kepada masyarakat dan memberi solusi permodalan bagi pengusaha/masyarakat. Berikut ini merupakan tabel pembiayaan murabahah yang terealisasi pada BMT Assyafi'iyah dalam kurun waktu 5 tahun terakhir:

Tabel 1 Data Target Dan Realisasi Pembiayaan Murabahah Tahun 2021 - 2022

Tahun	Jumlah Pinjaman Murabahah (Nasabah)	Target Outstanding Pembiayaan	Jumlah Realisasi Pembiayaan	Jumlah Kenaikan	Persentase Kenaikan
2021	1,120	9,000,000,000	11,062,000,000	2,062,000,000	23%
2022	1,113	11,000,000,000	9,832,000,000	1,168,000,000	11%
Jumlah	2,233	20,000,000,000	20,894,000,000	3,230,000,000	16%

Sumber: BMT Assyafi'iyah Kotagajah Tahun 2023

Berdasarkan dari data di atas dapat kita lihat bahwa jumlah pinjaman murabahah dan pembiayaan murabahah dari tahun 2021 pembiayaan di BMT Assyafi'iyah mengalami kenaikan. Hal ini disebabkan karena adanya penambahan modal dari pihak ke tiga selain itu aktivitas BMT dan Masyarakat sudah tidak dibatasi lagi sehingga kondisi ini berdampak pada kenaikan jumlah pinjaman dan pembiayaan murabahah. Namun pada tahun 2022 jumlah pinjaman dan pembiayaan murabahah Kembali mengalami penurunan hal ini disebabkan karena adanya persaingan dengan bank – bank konvensional yang memiliki suku bunga jauh lebih rendah dari pada BMT Assyafi'iyah dan kurangnya promosi terhadap pembiayaan yang ada di BMT Assyafi'iyah.

Jadi, berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa pembiayaan pada BMT Assyafi'iyah belum sesuai dengan harapan atau belum mencapai target. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya penurunan terhadap produk pembiayaan murabahah. Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional Di Kotagajah Lampung Tengah”**

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas maka dapat disimpulkan identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Promosi tentang produk pembiayaan murabahah yang masih kurang.
2. Harga yang ditawarkan belum bisa bersaing dengan Lembaga lainnya.
3. Banyaknya produk serupa dari Lembaga lain.
4. Tempatnya yang strategis namun fasilitas seperti lahan parkir yang masih kurang memadai.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka penulis menyimpulkan rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT assyafi'iyah berkah nasional.
2. Bagaimana analisis swot strategi pemasaran pada pembiayaan murabahah di BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional.

D. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti mempunyai beberapa tujuan yang perlu diketahui yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT assyafi'iyah berkah nasional?
2. Untuk mengetahui bagaimana analisis swot strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT assyafi'iyah berkah nasional?

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini berguna untuk mengembangkan dan menerapkan ilmu melalui penelitian ilmiah bagi mahasiswa sehingga mahasiswa dapat mengetahui dan memahami bagaimana melakukan penelitian secara ilmiah dan mendapatkan hasil yang sesuai dengan kondisi di lapangan.

2. Bagi Akademik

Dapat dijadikan referensi, sebagai tambahan pengetahuan dan pengalaman bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

3. Bagi Perusahaan

Dapat menjadi bahan masukan bagi instansi yang terkait mengenai budaya kerja pelayanan public

F. Sistematika penulisan

Dalam penelitian ini terdiri dari lima bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti membahas mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan mengenai BMT (Baitul maal wat tamwil), strategi pemasaran, produk pembiayaan, analisis swot dan peneliti terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai pendekatan dan jenis penelitian, sumber data, Teknik pengumpulan data, analisis data dan pengecekan keabsahan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti menjelaskan hasil dan pembahasan penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini peneliti menyimpulkan hasil penelitian dan memberikan saran- saran.

DAFTAR LITERATUR

LAMPIRAN - LAMPIRAM