

BAB I

A. Latar Belakang

Koperasi Syariah mulai dibicarakan ketika banyak orang menyikapi pesatnya pertumbuhan Baitul Maal Wattamwil (BMT) di Indonesia. BMT Bina Insan Kamil Jakarta yang berdiri pada tahun 1992 menjadi inspirasi BMT-BMT di seluruh Indonesia. BMT-BMT ini ternyata memberi manfaat bagi kalangan akar rumput yakni para pengusaha gurem di sektor informal yang tidak tersentuh oleh sektor perbankan.

Kendati awalnya hanya merupakan KSM Syari'ah (Kelompok Swadaya Masyarakat berlandaskan Syari'ah) namun demikian memiliki kinerja layaknya sebuah bank. Diklasifikasikannya BMT sebagai KSM guna menghindari jeratan hukum sebagai bank gelap dan adanya program PHBK Bank Indonesia (Pola Hubungan Kerja Sama antara Bank dengan Lembaga Swadaya Masyarakat).

Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 tentang Perbankan menyebutkan bahwa segala kegiatan dalam bentuk penghimpunan dana masyarakat dalam bentuk tabungan dan distribusi dalam bentuk kredit harus berbentuk bank (pasal 26). Maka berdirilah beberapa LPSM (Lembaga Pengembangan Swadaya Masyarakat) yang memayungi KSM BMT. LPSM tersebut antara lain : P3UK sebagai pengagas awal, PINBUK, dan FES Dompok Dhuafa Republika.

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) hadir ditengah masyarakat sebagai jawaban atas sebuah kegelisahan, dimana usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) meskipun telah diakui menjadi pilar penyanggah perekonomian bangsa, namun seringkali dihadapkan pada masalah keterbatasan modal.

BMT adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuhkembangkan bisnis usaha mikro dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum miskin, ditumbuhkan atas prakarsa dan modal awal dari tokoh masyarakat setempat dengan berlandaskan pada sistem ekonomi, kedamaian, dan kesejahteraan BMT sesuai namanya terdiri dari dua fungsi utama, yaitu:

1. Baitul Maal (rumah harta), menerima titipan dana zakat, infaq, dan sedekah serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya.
2. Baitul Tamwil (rumah pengembangan harta), melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil dengan antara mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi.

Sebagai lembaga keuangan BMT bertugas menghimpun dana dari masyarakat (anggota BMT) yang mempercayakan dananya disimpan di BMT dan menyalurkan dana kepada masyarakat (anggota BMT) yang diberikan pinjaman oleh BMT. Sedangkan, sebagai lembaga ekonomi, BMT berhak melakukan kegiatan ekonomi, seperti mengelola kegiatan perdagangan, industri, dan pertanian.² Peran umum BMT

yang dilakukan adalah melakukan pembinaan dan pendanaan yang berdasarkan sistem syariah. Peran ini menegaskan arti penting prinsip-prinsip syariah dalam kehidupan ekonomi masyarakat. (Heri Sudarsono, 2003)

Akhir-akhir ini banyak bank-bank yang menawarkan produk tentang tabungan haji, baik bank syariah maupun bank konvensional. Mereka bersaing dalam menawarkan produk tersebut agar masyarakat berminat menabung di bank tersebut. Tetapi selain Bank, ada juga koperasi jasa keuangan yang mengeluarkan produk-produknya berdasarkan prinsip syariah, yaitu Baitul Maal wat Tamwil UGT Nusantara di Banjarmasin

Baitul Maal wa Tamwil (BMT) merupakan salah satu perintis lembaga keuangan non bank dengan prinsip syari'ah di Indonesia. Baitul Maal wat Tamwil (BMT) sebagai lembaga ekonomi yang bermisi memberdayakan pengusaha kecil dan menengah yang menerapkan prinsip syari'ah, telah terbukti berperan dalam membangun perekonomian masyarakat khususnya lapisan bawah. Dikarenakan perannya yang sangat strategis inilah, akhirnya pada tanggal 7 Desember 1997 Presiden RI berkenan mencanangkan BMT sebagai gerakan nasional dalam rangka memberdayakan masyarakat lapisan bawah. (II)

Kehadiran BMT di masyarakat, yaitu untuk membantu perekonomian lokal seperti: pertanian, peternakan, perdagangan, kerajinan, masyarakat dan sektor-sektor informal lainnya berkembang dengan baik, sehingga dapat meningkatkan

kesejahteraan hidup masyarakat sekitar lewat peningkatan perekonomian masyarakat dan BMT juga berupaya menghimpun dana masyarakat yang berupa: simpanan pokok, simpanan wajib, dan simpanan berjangka serta penyertaan pihak lain, yang sifatnya merupakan kewajiban BMT untuk mengembalikannya. Dana ini diputar secara produktif maupun bisnis kepada para anggota dengan menggunakan pola syariah. Dengan berkembangannya BMT saat ini maka BMT satu dengan yang lain membuat produk-produk yang unggul dan yang penting sangat di butuhkan oleh masyarakat.

Strategi dalam mengembangkan produk merupakan usaha meningkatkan jumlah nasabah dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan produk- produk baru. Inovasi dan kreativitas dalam penciptaan produk menjadi salah satu kunci utama dalam strategi ini. Perusahaan dalam hal ini pihak BMT selalu berusaha melakukan pembaharuan atau pengenalan produk baru kepada nasabah yang dapat membantu memudahkan proses transaksi nasabah. Sebagai contoh adalah produk Tabungan Haji yang ditawarkan oleh BMT UGT Nusantara di Banjarmasin. Dengan produk ini nasabah dapat menabungkan uangnya untuk keperluan haji. Jika sebagian orang mungkin malu menabung uang RP.10.000 pada bank-bank besar, tetapi pada BMT berapa pun nominalnya yang akan di tabung untuk keperluan haji tetap diterima oleh pihak BMT.

Tabungan sendiri adalah jenis simpanan yang sangat populer di lapisan masyarakat Indonesia mulai dari masyarakat kota sampai pedesaan. Menurut undang-

undang perbankan No. 10 Tahun 1998, Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Dari beberapa produk yang ada pada BMT UGT Nusantara Banjarmasin, produk tabungan haji salah satu produk yang diunggulkan dan menjadi salah satu solusi yang dapat membantu masyarakat dalam memudahkan urusan untuk pemberangkatan haji. Dengan tabungan haji masyarakat akan diberikan manfaat dan keuntungan seperti, kemudahan melakukan setoran tabungan setiap saat, mudah memantau perkembangan dana dengan mendapatkan laporan mutasi transaksi berupa buku tabungan, mendapatkan tambahan bagi hasil yang kompetitif, ikut membantu sesama ummat (ta'awun), aman, terhindar dari riba dan haram, dapat mengajukan dana talangan bagi calon jama'ah haji yang ingin memperoleh porsi keberangkatan haji pada tahun yang direncanakan.

Dana yang dikumpulkan dalam tabungan haji tersimpan dengan aman juga terpercaya. Hal ini memberikan sebuah alternatif yang dapat menghindarkan masyarakat yang memakai jasa travel dan pembiayaan haji yang sekarang rentan terhadap penipuan.

Haji pada hakekatnya aktivitas suci yang pelaksanaannya diwajibkan oleh Allah SWT kepada seluruh ummat muslim yang telah mencapai istitho'ah (mampu).

Disebut aktivitas suci karena seluruh rangkaian kegiatannya adalah ibadah. Haji juga disebut sebagai puncak yang melambungkan ketaatan serta menyerahkan diri secara total kepada Allah baik secara fisik, material maupun spiritual. Haji merupakan kegiatan berkunjung ke Baitullah (Ka'bah) untuk mengerjakan ibadah haji dengan cara tepat waktu, atau masa tertentu . maksud dari cara tertentu tersebut adalah ihram, wukuf di arafah, thawaf dan sa'i. (RI, Dirjen Bimas Islam dan Haji, Ketentuan Umum Haji dan Umrah, 1998)

Adapun ayat yang berbicara tentang ibadah haji adalah QS Ali Imron Ayat 97:

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مِّمَّا يُبَيِّنُ لَكُمْ آيَاتِ اللَّهِ الَّتِي كُنْتُمْ تُكْفِرُونَ
 دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ
 الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ
 فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

Artinya : Di sana terdapat tanda-tanda yang jelas, (di antaranya) maqam Ibrahim. Barangsiapa memasukinya (Baitullah) amanlah dia. Dan (di antara) kewajiban manusia terhadap Allah adalah melaksanakan ibadah haji ke Baitullah, yaitu bagi orang-orang yang mampu mengadakan perjalanan ke sana. Barangsiapa mengingkari (kewajiban) haji, maka ketahuilah bahwa Allah Mahakaya (tidak memerlukan sesuatu) dari seluruh alam.

Menunaikan ibadah haji bagi kebanyakan orang di Indonesia adalah suatu pekerjaan yang tidak mudah. Memerlukan kemauan yang kuat dan kemampuan yang memadai. Ada banyak orang yang memiliki kemauan tetapi belum mempunyai kemampuan, dan lebih banyak lagi orang yang mampu tetapi belum mempunyai kemauan. Oleh karena itu, pergi menunaikan ibadah haji bagi rata-rata orang Indonesia saat ini dirasakan sebagai keberuntungan besar. Maka sangat sayang sekali jika menunaikan ibadah haji tidak dikerjakan dengan sebaik-baiknya.

Tabel 1.1

**Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji di BMT UGT Nusantara
cabang Banjarmasin**

Keterangan	Tahun 2022
Produk Tabungan Haji	6 Orang

Sumber : Wawancara Kepala Cabang BMT UGT Nusantara cabang
Banjarmasin

Terjadinya ada peningkatan jumlah nasabah pada produk Tabungan Haji di BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin perlu dilakukan analisis yang mendalam, guna mengetahui keberlanjutan strategi pemasaran yang akan dilakukan terhadap nasabahnya.

Strategi pemasaran yang baik mampu memberikan efek yang cukup signifikan terhadap minat nasabah menabung pada produk tabungan tertentu, khususnya

tabungan haji pada BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin. Begitu pun sebaliknya, jika strategi pemasarannya tergolong buruk, maka tidak bisa dipungkiri nasabah enggan untuk menabung pada suatu produk tabungan tersebut, karena strategi pemasaran merupakan sebuah kunci dari suatu sistem perusahaan.

Dalam menjalankan aktivitas pemasarannya, setiap perusahaan pastinya akan selalu bertahan, berkembang, serta mampu menghadapi persaingan dalam proses pemasaran. Dengan hal ini, setiap perusahaan berusaha untuk menerapkan strategi pemasaran dalam kegiatan pemasarannya. Kegiatan pemasaran yang dilakukan tersebut, diarahkan agar dapat mencapai sasaran perusahaan berupa tingkat keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan tersebut dalam jangka waktu panjang.

Bentuk lain dari unsur dalam strategi pemasaran adalah strategi acuan atau bauran pemasaran (marketing mix), yang merupakan strategi yang dilakukan oleh suatu perusahaan dan berkaitan dengan penentuan mengenai penawaran produk akan segmen pasar tertentu yang dilakukan oleh perusahaan, untuk dijadikan sasaran pasarnya. Marketing mix merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran.

Adapun dari bauran pemasaran atau marketing mix yang dimaksud diantaranya adalah product (produk), price (harga), place/distribution (tempat/distribusi), promotion (promosi), people (orang), physical evidence (bukti fisik), and process (proses). Bauran pemasaran tersebut dikenal dengan istilah bauran

pemasaran atau marketing mix 7P. Dimana dalam penerapannya menjadi sebuah satu kesatuan yang harus dijalankan oleh setiap perusahaan dalam menjalankan aktivitas pemasarannya untuk memperoleh pasar sasaran yang dituju.

Dari argumentasi yang telah disimpulkan oleh peneliti dalam beberapa penelitian diatas maka dapat disimpulkan bahwasannya, strategi pemasaran perlu diterapkan secara maksimal dan perlu adanya implementasi dari bauran pemasaran atau marketing mix, baik itu marketing mix 4P atau 7P, guna mencapai suatu target perusahaan yang diinginkan, yang mana selanjutnya akan berdampak pada nama baik perusahaan dimata konsumen atau nasabah.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji di BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian mengenai latar belakang masalah yang telah dikemukakan oleh peneliti akan mengangkat permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana Startegi pemasaran prodouk tabungan haji di BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin ?
2. Kendala apa saja yang di hadapi saat dalam memasarkan produk tabunga haji di BMT UGT Nusantara cabang Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk tabungan haji di BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin
2. Untuk mengetahui kendala apa saja yang dihadapi saat dalam memasarkan produk tabungan haji di BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin

D. Manfaat Penelitian

Kegunaan hasil penelitian Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Pada BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin antara lain :

1. Bagi Akademisi

Sebagai upaya menambah khasanah ilmu-ilmu tentang teori ekonomi islam umumnya, dan khususnya untuk produk Tabungan Haji.

2. Bagi Praktisi

Menjadikan suatu pengetahuan atau bahan masukan untuk meningkatkan strategi pengembangan produk tabungan haji sehingga dapat menjadi lebih baik dari yang sebelumnya.

3. Bagi Masyarakat

Dapat membantu masyarakat dalam memperoleh dan menggali informasi mengenai produk tabungan ibadah haji, sehingga masyarakat bisa lebih memahami bagaimana tabungan haji di BMT UGT Cabang Banjarmasin.

E. Definisi Operasional

Judul penelitian ini “Analisi Strategi Pemasaran produk tabungan haji di BMT UGT Nusantara Banjarmasin”. Demi jelasnya kata yang terkandung di judul penelitian ini penulis perlu menjabarkan satu persatu makna dari kata per-kata yang tersusun di Judul tersebut agar mempermudah pembaca. Dengan sebagai berikut:

1. Strategi

Strategi adalah proses mengembangkan dan memelihara strategi yang tepat antara tujuan dan kemampuan organisasi dengan peluang pemasaran yang berubah. Meliputi, pendefinisian misi perusahaan secara jelas, penetapan tujuan pendukung, perancangan portofolio bisnis yang baik, serta pengkoordinasian strategi fungsional. (Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, 2013)

Peneliti menyimpulkan strategi adalah suatu organisasi atau perusahaan yang meliputi misi, tujuan, perancangan, untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

2. Pemasaran

Pemasaran merupakan ujung tombak dari perusahaan dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup, berkembang, dan meningkatkan keuntungan. (&Armstrong, 2001) Peneliti menyimpulkan pemasaran adalah suatu organisasi atau perusahaan dalam memasarkan produk untuk kelangsungan hidup, berkembang dan mendapatkan keuntungan.

3. Tabungan Haji

Tabungan haji ialah salah satu, produk yang dimana nasabah menyetorkan sejumlah uang dengan jumlah tetap pada waktu tertentu dalam mempersiapkan dananya agar bisa mencukupi membiayai perjalanannya ketanah suci. (Abdussattar, 2006)Peneliti menyimpulkan bahwa tabungan haji ialah tabungan simpanan jangka panjang untuk berakangkat ke tanah suci

4. BMT (Baitul Maal wat Tamwil)

baitul Maal wat Tamwil adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan bayt al-mat wa al-tamwil dengan kegiatan mengembangkan usaha usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil antara lain dengan cara mendorong kegiatan menabung dan menunjang kegiatan ekonominya. Selain itu, Baitul mal wat tamwil juga bisa menerima titipan zakat, infak, dan sedekah serta menyalurkannya sesuai dengan peraturan dan amanatnya. (II)

F. Kajian Pustaka

Skripsi	Persamaan	Perbedaan
<p>1. Arief Dharma Laksana, 2019 tentang “Peran Marketing Dalam Meningkatkan Tabungan haji (Studi Kasus KSPPS BMT Artha Buana Pusat Kota Metro).</p>	<p>Persamaan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif</p>	<p>perbedaan pertama pada objek penelitiannya dan Arief Dharma Laksana marketingnya di fokuskan meningkatkan tabungan haji bukan minat</p>
<p>2. Skripsi dari saudari Midawiah NIM 10200108025, mahasiswa</p>	<p>Persamaan dalam penelitian ini yang pertama menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif yang kedua sama-sama menggunakan strategi pemasaran</p>	<p>perbedaan yang pertama adalah objek penelitian yang kedua adalah</p>

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar tahun 2009/2010, yang berjudul “ Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji pada Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Makassar	produk tabungan haji	
--	----------------------	--

<p>3. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Iroh Masruroh (2012) mahasiswi konsentrasi perbankan syariah program studi muamalat (ekonomi islam) fakultas syariah dan hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan skripsi yang berjudul “Strategi</p>	<p>Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan strategi pemasaran</p>	<p>sedangkan perbedaannya selain dari objek penelitian juga strategi promosi yang digunakan fokus pada loyalitas</p>
---	--	--

<p>Pemasaran Simpanan Haji dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah studi pada BMT Al-Fath Ikmi Pamulang ”</p>		
--	--	--

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca dalam mengikuti materi yang akan dibahas, maka penulis paparkan garis besar isi tiap-tiap bab dibawah ini:

Bab Pertama berisi pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, kajian pustaka, dan sistematika penulisan

Bab Kedua berisi mengenai kajian teori, kajian teori yang bersangkutan dengan penelitian ini. Seperti teori strategi, pemasaran, strategi pemasaran, teori tabungan haji, bauran pemasaran.

Bab Ketiga berisi mengenai tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber dan jenis data, teknik pengumpulan data, analisis data.

BAB keempat berisi tentang analisis data yang mengupas tentang bagaimana strategi pemasaran produk tabungan haji di BMT UGT Nusantara Banjarmasin dan kendala apa saja yang ada di strategi pemasaran produk tabungan haji di BMT UGT Nusantara Banjarmasin.

BAB kelima berisi tentang penutup yang meliputi kesimpulan penelitian yang peneliti didapatkan dari keseluruhan isi skripsi ini, dan diakhiri dengan saran serta rekomendasi yang peneliti berikan kepada BMT UGT Nusantara Banjarmasin.