

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemunculan BMT sebagai organisasi yang relatif baru menimbulkan tantangan besar bagi BMT itu karena sebagian masyarakat telah menggunakan lembaga keuangan non syariah. Sebagai lembaga keuangan syariah, BMT harus berpegang teguh pada prinsip-prinsip syariah. Keimanan menjadi landasan atas keyakinan untuk mampu tumbuh dan berkembang. Keterpaduan megisyaratkan adanya harapan untuk mencapai sukses dunia dan akhirat juga keterpaduan anantara sisi maal dan tamwil (sosial dan bisnis), juga keterpaduan fisik dan mental, rohaniyah dan jasmaniah. Kekeluargaan dan kebersamaan berarti paya untuk mencapai kesuksesan tersebut diraih secara bersama, baik antar pengurus dan pengelola maupun nasabah (Saefudin, 1987, hal. 19).

Kemandirian berarti BMT tidak dapat hidup hanya dengan bergantung pada uluran tangan atau fasilitas pemerintah, tetapi harus mampu berkembang secara mandiri dngan memanfaatkan peningkatan partisipasi nasabah dan masyarakat terhadap lembaga, untuk itulah pola pengelolaanya harus profesional. Karena BMT mempunyai visi dan misi. BMT harus mengarah pada upaya untuk mwujudkan BMT menjadi lembaga yang mampu meningkatkan kualitas ibadah

nasabah (ibadah dalam arti yang luas), sehingga mampu berperan sebagai wakil pengabdian Allah Swt, memakmurkan kehidupan nasabah pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.

Segala aspek kehidupan, termasuk ekonomi tercakup nilai-nilai dasarnya dalam islam yakni yang bersumber pada asas tauhid. Bahkan lebih dari sekedar nilai-nilai dasar, seperti kesatuan, keseimbangan, keadilan, kebebasan dan pertanggungjawaban. Islam telah cukup memuat nilai-nilai instrumental dan norma-norma operasional untuk diterapkan dalam pembentukan lembaga-lembaga ekonomi masyarakat (Saefudin, 1987, hal. 19).

Keudukan ekonomi dalam islam sangatlah penting karena ekonomi merupakan salah satu faktor penting yang membawa pada kesejahteraan umat. Kegiatan-kegiatan ekonomi adalah pernyataan dari semangat ajaran islam, karena ekonomi umat dan kemakmurannya adalah cita-cita yang ingin dicapai oleh umat islam (Dimiyati, 1998, hal. 48).

Melihat perkembangan industry perbankan syariah, saat ini industry perbankan syariah dibagi dalam dua kategori yaitu lembaga keuangan syariah bank (LKSB) seperti bank umum syariah (BUS), bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) dan unit usaha syariah (UUS) dan lembaga keuangan syariah bukan bank (LKSBB) seperti baitul mal wat tamwil (BMT), pegadaian syariah, asuransi syariah dan unit simpan pinjam syariah (Burhanudin, 2010, hal. 15).

Menurut Sumar'in (2012, hal. 50) berkembangnya lembaga keuangan syariah dikarenakan masyarakat sudah mendambakan lembaga keuangan yang bukan hanya finansial semata melainkan baik dari segi moralitasnya. Selain itu, kinerja bank syariah juga lebih baik (tinggi) dibanding bank konvensional, karena memberikan perhatian yang lebih banyak dan pada kemaslahatan umum dan melindungi hak kaum lemah (Maskuroh, 2014, hal. 213). Hal tersebut tercermin pada bank syariah yang tidak memakai prinsip bunga (riba) dalam operasionalnya melainkan memakai sistem bagi hasil dari suatu usaha yang dilakukannya sesuai dengan ajaran Islam. Sebagaimana yang disebutkan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ
الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ
عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : “Orang – orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli dan mengharamkan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang – orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan), dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni – penghuni neraka mereka kekal di dalamnya” (Q.s Al – Baqarah [2] : 275

Beberapa waktu terakhir ini, perubahan teknologi yang cepat, siklus hidup produk yang pendek, dan globalisasi pasar menuntut para eksekutif untuk berfokus pada proses pengembangan produk baru. Dalam lingkungan yang ketat persaingannya seperti saat ini, pemasok merupakan sumber yang semakin penting untuk mendukung proses pengemangan produk baru suatu perusahaan karena pemasok mempunyai dampak yang besar dan langsung pada biaya, kualitas, teknologi, dan produk baru.

Dalam rangka memperkenalkan produk serta memperluas pangsa pasarnya, maka BMT UGT Nusantara Banjarmasin melakukan strategi pemasaran yang di anggap tepat untuk meningkatkan jumlah calon nasabahnya, karena pemasaran adalah ujung tombak dari suatu perusahaan. Oleh karena itu, pemasaran merupakan salah satu bagian dari perusahaan yang mempunyai peran penting dalam menentukan kemajuan perusahaan tersebut. Sebab, bidang ini memiliki fungsi untuk menghasilkan pemasukan bagi perusahaan. Semakin besar pemasukan yang berhasil dicapai, maka perusahaan akan semakin berkembang (Nastangin, 1997, hal. 49).

Selain itu, pemasaran juga dapat menentukan banyak sedikitnya masyarakat yang akan bergabung dengan perusahaan tersebut. Jika pemasarannya baik, maka akan dengan mudah menarik minat masyarakat untuk bergabung dengan perusahaan itu sendiri. Namun, apabila pemasarannya kurang baik, maka tak bisa dipungkiri masyarakat akan enggan untuk bergaung dengan perusahaan tersebut,

karena tahap kegiatan pemasaran ini merupakan kunci dari semua proses operasional suatu perusahaan (Kuncoro dan Suhardjono, 2012, hal. 310).

Berdasarkan hal tersebut, BMT UGT Nusantara dituntut untuk lebih giat mengembangkan pemasarannya, baik dalam sosialisasi, inovasi instrumen produk, pemberian pelayanan yang memuaskan dan memfungsikan BMT selaku bank Islam tidak hanya sekedar sebagai lembaga finansial dan komersial saja, tapi juga sebagai lembaga keuangan social karena dengan masuknya BMT dalam kegiatan social melahirkan sentiment positif dalam berbagai hal (Rival dan Arifin, 2010: 313).

Dengan kehadiran BMT di Masyarakat, sendi-sendi ekonomi local seperti : pertanian, peternakan, perdagangan, kerajinan masyarakat, dan sector-sektor informal lainnya berkembang lebih baik, sehingga bisa meningkatkan kesejahteraan hidup lewat peningkatan perekonomian masyarakat.

Berdasarkan manfaat-manfaat tersebut, maka kehadiran BMT dapat dikatakan sangat tepat dan strategis, karena kelahiran BMT juga dimaksudkan untuk melepaskan umat atau masyarakat dari jeratan rentenir yang memberatkan dan menekan secara zalim lewat system ekonomi ribawi yang diharamkan Al-Quran, karena mekanisme perbankan Islam berdasarkan prinsip mitra usaha adalah bebas bunga (Yunus, 2009, hal. 30).

Oleh karena itu dengan banyaknya lembaga keuangan syariah, menjadikan posisi BMT UGT Nusantara Banjarmasin sebagai salah satu lembaga keuangan syariah yang harus mampu bersaing (*fastabiqul Khoiroh*), terutama dengan lembaga keuangan bank syariah ataupun konvensional yang sudah mempunyai nama dan sudah benefit di bidang keuangan, SDM dan produk yang berkualitas.

Melihat perkembangan lembaga keuangan syariah yang begitu banyak muncul sebagai salah satu alternatif lembaga keuangan mikro (BMT UGT Nusantara Banjarmasin). sebagai salah satu lembaga keuangan syariah memberikan solusi dengan menawarkan berbagai macam produk, pembiayaan atau jasa yang mampu untuk bersaing. Untuk memasarkan produk dan jasa BMT UGT Nusantara Banjarmasin mempunyai pasar yang cukup potensial karena terletak di wilayah dekat pasar kuripan yang berlokasi di Jl. Veteran Sei Bilu No.101, Melayu Kec. Banjarmasin Tengah sehingga memudahkan BMT UGT Nusantara Banjarmasin dalam menarik para mitra untuk mau bergabung menjadi nasabah di BMT UGT Nusantara Banjarmasin.

Walaupun letak BMT UGT Nusantara Banjarmasin ini sangat strategis BMT UGT NUSANTARA tetap harus mampu untuk menciptakan produk-produk unggulan yang layak dan dapat dengan mudah diterima masyarakat. Itu semua dikarenakan persaingan usaha sektor perbankan sangat ketat, belum lagi persaingan itu datang dari lembaga non perbankan.

Selain itu kemunculan para rentenir yang begitu banyak dan sangat kreatif dalam menarik nasabah dengan memberikan pinjaman begitu mudah tanpa syarat yang merepotkan bagi nasabah, hal ini membuat BMT UGT Nusantara Banjarmasin harus jeli dalam membaca peluang sekecil apapun. Selain itu BMT UGT Nusantara Banjarmasin harus bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah menciptakan produk-produk yang sudah ada agar lebih menarik dan mudah sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing bagi BMT UGT Nusantara Banjarmasin Berdasarkan latar belakang itulah penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul "Upaya Meningkatkan Keunggulan Produk dalam Bersaing Pada BMT UGT Nusantara Banjarmasin".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah: Bagaimana upaya meningkatkan keunggulan produk dalam bersaing pada BMT UGT Nusantara Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana upaya meningkatkan keunggulan produk dalam bersaing pada BMT UGT Nusantara Banjarmasin?

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik manfaat secara teoritis maupun praktis.

Adapun Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Secara Teoristis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan keilmuan khususnya dibidang perbankan syariah, sebagai bahan referensi atau rujukan dan tambahan pustaka pada perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin.

2. Secara Praktis

a. Bagi Akademis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan bagi aktivitas akademika.

b. Bagi lembaga keuangan syariah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi lembaga keuangan syariah dalam meningkatkan keunggulan produk dalam strategi pemasarannya untuk menghadapi pesaing.

c. Bagi peneliti sebelumnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan untuk melaksanakan penelitian selanjutnya terutama tentang Upaya Meningkatkan Keunggulan Produk Dalam Bersaing Pada BMT UGT Nusantara Banjarmasin

d. Bagi pembaca

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang Upaya Meningkatkan Keunggulan Produk BMT UGT Nusantara Banjarmasin dan strategi pemasaran dalam bersaing.

E. Definisi Operasional/Batasan Istilah

Keunggulan bersaing tidak dapat dipahami dengan memandang perusahaan sebagai suatu keseluruhan. Keunggulan bersaing berasal dari banyak aktivitas berlainan yang dilakukan perusahaan dalam mendesain, memproduksi. Masing – masing aktivitas dapat mendukung posisi biaya relatif perusahaan dan menciptakan dasar untuk diferensiasi. (Crown Dirgantoro, 2001, p. 159). Keunggulan bersaing menurut Leonardus Saiman (2009: 124) adalah suatu manfaat yang ada ketika suatu perusahaan mempunyai dan menghasilkan suatu produk atau jasa yang dilihat dari pasar targetnya lebih baik dibandingkan dengan para pesaing terdekat. Untuk mencapai keunggulan bersaing seorang wirausahawan harus mampu mengenali berbagai unsur dasar.

Agar terhindar dari kesalah pahaman dan keracuan terhadap maksud dari penelitian yang dikehendaki dalam penelitan ini, maka perlu adanya batasan waktu sebagai pedoman dan lebih memperhatikan penelitian-penelitian lain sebagai berikut:

1. Upaya yang dimaksud dalam penelitian ini adalah usaha BMT UGT Nusantara Banjarmasin meningkatkan keunggulan produk dalam persaingan terhadap lembaga keuangan lain (Koperasi syariah Lain).

2. Meningkatkan keunggulan produk dalam bersaing yang dimaksud dalam penelitian ini tertuju pada koperasi syariah lainya dengan cara menciptakan kelebihan yang masih belum dimiliki oleh koperasi lainya.

F. Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari kesalahpahaman dan untuk memperjelas permasalahan yang penulis angkat, maka diperlukan kajian pustaka untuk membedakan penelitian ini dengan yang telah ada. Berikut penelitian yang sejenis yang telah diteliti:

1. Muhammad Miftachudin 201-13-017 Jurusan Perbankan Syariah Iain Salatiga Yang Berjudul “Analisis Strategi Promosi BMT Sumber Mulia Tuntang Kab.Semarang. Penelitian ini menjelaskan tentang Upaya BMT Sumber Mulia Tuntang dalam strategi promosi kepada orang yang paling berpengaruh dalam satu komunitas, memberikan sponsor kepada cabang olah raga sepak bola, strategi mulut ke mulut yang dilakukan oleh nasabah. BMT Sumber Mulia Tuntang juga memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabah baik hadiah maupun sovenir. Faktor yang mempengaruhi strategi promosi adalah kebanyakan nasabah seorang pedagang, rekan dan kerabat. Adapun kelemahan dan kelebihan strategi promosi BMT Sumber Mulia Tuntang, salah satunya media promosinya tidak dapat berkembang dimasyarakat lebih luas, dan kelebihan strategi dengan mulut kemulut memberikan pengaruh yang signifikan dalam perkembangan nasabah baru.

2. Fahmi Rahmat Hidayat 1110046100113 Jurusan Muamalat Konsentrasi Perbankan Syariah UIN Syarif Hidayatullah yang berjudul “Analisis Strategi pengembangan produk BMT UMJ dalam meningkatkan keunggulan bersaing”. Penelitian ini menjelaskan tentang Strategi produk yang dipasarkan, BMT UMJ sama-sama mengembangkan produk-produk dan mengembangkan variasi mutu. Strategi BMT UMJ memberikan pelayanan yang sangat memuaskan untuk nasabahnya dan BMT UMJ mempunyai pola yang beda dari yang lain yaitu dengan memberikan pelayanan yang sangat menguntungkan bagi nasabahnya yaitu dengan jemput bola.
3. Prada Syah Bektı Prawaca, 2823133126 Jurusan Perbankan Syariah yang berjudul “Pengaruh Keunggulan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pembiayaan Di BMT Istiqomah Tulungagung” BMT Istiqomah hadir sebagai salah satu lembaga keungan syariah yang melayani pembiayaan untuk masyarakat. Persaingan yang semakin ketat membuat lembaga tersebut harus mempunyai strategi untuk menambah nasabah. Salah satu cara untuk meningkatkan jumlah nasabah dengan strategi pemasaran. Namun dengan kurangnya tenaga pemasaran di BMT Istiqomah mampu bersaing dengan BMT lain, hal ini terbukti dari jumlah nasabah pembiayaan yang semakin meningkat. Maka dari itu penelitian ini mengangkat permasalahan tentang keunggulan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan BMT Istiqomah Tulungagung.

4. Ayu Nurmalintang 1251010221, Jurusan Ekonomi Syariah yang berjudul “Strategi Pemasaran Di BMT dalam meningkatkan Keunggulan Kompetitif Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Di BMT EL Mitra Usaha Tanjung Bintang)”. Penelitian ini menjelaskan tentang etika bisnis yang diajarkan Rasulullah dan pandangan etika bisnis Islam terhadap pelaksanaan strategi pemasaran di BMT EL Mitra Usaha Tanjung Bintang.

G. Sistematik Penelitian

Adapun system penulisan pada penelitian ini berisikan bab demi bab ada lima bab yang ada, kelima bab tersebut sebagai berikut:

Bab I merupakan pendahuluan yang memuat tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, Definisi Operasional, Penelitian terdahulu serta sistematika pembahasan. Latar belakang masalah hal apa saja yang menyebabkan adanya judul pada penelitian ini. Kemudian dibentuk menjadi satu rumusan masalah yang akan dijawab pada hasil penelitian ini. Tujuan penelitian pada dasarnya sejalan dengan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang peneliti ajukan, sehingga kegunaan dari penelitian ini jelas dan dikhususkan pada satu pokok bahasan yang dibatasi dalam batasan masalah atau definisi operasional, penelitian terdahulu merupakan informasi tentang penelitian terdahulu yang berkaitan pada pokok pembahasan pada penelitian ini. Yang terakhir sistematika penulisan yang merupakan susunan isi dari penelitian ini.

Bab II Merupakan Landasan Teori penelitian ini, pada bab ini mengenai teori-teori yang melandasi penelitian dan menjadi dasar acuan teori yang relevan untuk menganalisis penelitian serta penelitian sebelumnya. Terdiri dari kajian teori dan kerangka berpikir. Penelitian terdahulu yang penulis bandingkan dengan penelitian ini adalah empat penelitian yang masing-masing berasal dari penelitian skripsi.

Bab III berisi tentang metode penelitian, Bab ini berisi uraian mengenai jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data. Beberapa hal itu merupakan alat yang peneliti gunakan untuk memadukan landasan teori yang penulis kumpulkan dan data yang penulis temukan, untuk menjawab rumusan masalah yang diajukan dalam proposal skripsi ini.

Bab IV berisi tentang penyajian data dan analisis. Pada bab ini disajikan hasil penelitian yang telah dilakukan berupa pelaksanaan upaya meningkatkan keunggulan produk dalam bersaing pada BMT UGT NUSANTARA.

Bab V Merupakan penutup. Dalam bab ini mengungkapkan kesimpulan dan saran atas hasil dari penelitian yang dilakukan.