

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Ekonomi Islam merupakan ekonomi yang bebas, tetapi kebebasannya ditunjukkan lebih banyak dalam bentuk kerja sama dari pada dalam bentuk kompetisi (persaingan).<sup>1</sup>

Ekonomi Islam bukan hanya ekspresi syariah yang memberikan eksistensi sistem Islam di tengah-tengah eksistensi berbagai ekonomi modern. Tetapi sistem ekonomi Islam lebih sebagai pandangan Islam yang kompleks, hasil ekspresi akidah Islam dengan nuansa yang luas dan target yang jelas. Ekspresi akidah melahirkan corak pemikiran dan metode aplikasinya, baik dalam konteks undang-undang kemasyarakatan, politik atau perekonomian<sup>2</sup>.

Sistem ekonomi Islam tidak terlepas dari seluruh sistem ajaran Islam secara integral dan komprehensif. Sehingga prinsip-prinsip ajaran ekonomi Islam seperti pelaku Islami dalam bisnis dan ekonomi, prinsip-prinsip sistem ekonomi Islam serta teori ekonomi Islam<sup>3</sup>. Prinsip tersebutlah yang perlu diterapkan disuatu lembaga syariah.

---

<sup>1</sup>Dr. Akhmad Mujahidin, M. Ag. *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Rajagrafindo),h. 1.

<sup>2</sup>M. Faruq An-Nababan, *Sistem Ekonomi Islam Pilihan Setelah Kegagalan Sistem Kapitalis dan Sosialis* (Jogjakarta: UII Press, 2002),h. 1.

<sup>3</sup>Dr. Akhmad Mujahidin, M. Ag. *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Rajagrafindo),h. 12

Kebebasan memiliki unsur produksi dalam menjalankan roda perekonomian merupakan bagian penting dengan tidak merugikan kepentingan kolektif<sup>4</sup>.

Keentingan individu di buka lebar, tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dengan segala potensi yang dimilikinya, kecendrungan manusia untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tidak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya, keseimbangan antara kepentingan individu dan kolektif dan inilah menjadi pondong bagi bergeraknya roda perekonomian tanpa merusak sistem sosial yang ada<sup>5</sup>.

Segala aspek kehidupan, termasuk ekonomi tercakup nilai-nilai dasarnya dalam Islam yakni yang bersumber pada tauhid. Bahkan dari sekedar nilai-nilai dasar seperti kesatuan, keseimbangan, keadilan, kebebasan, dan pertanggung jawaban. Islam telah cukup memuat nilai-nilai instrumentaldan norma-norma yang operasional untuk ditetapkan dalam pembentukan lembaga-lembaga ekonomi masyarakat<sup>6</sup>.

Kedudukan ekonomi dalam Islam sangatlah penting karena ekonomi merupakan salah satu faktor penting yang membawa kesejahteraan umat. Maka dari itu lahirlah lembaga keuangan syariah "*Baitul Maal wa Tamwil*" yang disingkat BMT, juga dilatar belakangi oleh semangat untuk mensejahterakan masyarakat disamping pelarangan riba secara tegas dalam Al-Qur'an. Seperti

---

<sup>4</sup><http://rac.uui.id,kamis,10/01/2013>.

<sup>5</sup>*Ibid.*

<sup>6</sup>Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal wa Tamwil (BMT)* (Jogjakarta: UII Press, 2005), h.127.

riba pada pinjaman yaitu tambahan (bunga) dari hutang karna di tangguhkan waktu pembayarannya. Itu adalah riba jahiliyah, lalu kembali dilestarikan oleh bank-bank modern pada zaman sekarang ini. Padahal itu adalah bentuk aplikasi dari riba yang paling kentara dan buruk. Karena riba itulah diturunkan ayat-ayat al-Qur'an yang mengharamkannya dan sementara itulah terbentuknya ijma' kaum muslimin<sup>7</sup>.

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<sup>8</sup>. Allah berfirman didalam Al-Qur'an pada surat al-jumu'ah ayat 10 yang berbunyi:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا  
 اللَّهُ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya : *“apabila selesai sholat maka bertebaranlah kamu dimuka bumi dan carilah karinia Allah dan sebutlah nama Allah sebanyak-banyaknya supaya kalian memperoleh keberuntungan”*

Untuk mewujutkan sistem keuangan yang adil dan efisien, maka setiap tipe dan lapisan masyarakat harus terwadahi keinginan dalam berinvestasi dan berusa sesuai dengan keinginan dan kemampuan mereka. Sistem keuanagn

---

<sup>7</sup>Abdullah al-Mushlih, *Bunga Bank Haram? Menyikapi fatwa MUI, Menuntaskan keagamaan umat*, cet ke-2, (Jakarta: darul haq,2004), h.17.

<sup>8</sup>*Ibid.*, h.16.

Islam harus memfasilitasi hal tersebut. Hal demikian sesuai dengan ajaran Islam yang memang diperuntukan bagi sekalian alam<sup>9</sup>.

Sebagai lembaga keuangan syariah, BMT harus berpegang teguh pada prinsip-prinsip syariah Islam keimanan menjadi landasan atas untuk mampu tumbuh dan berkembang. Keterpaduan mengisyaratkan adanya harapan untuk mencapai sukses dunia dan akhirat seperti keterpaduan antara sisi *maal* dan *tamwil* (sosial dan bisnis), juga keterpaduan antara fisik dan mental, serta rohaniah dan jasmaniah. Kekeluargaan dan kebersamaan berarti upaya untuk mencapai kesuksesan tersebut diraih secara bersama, baik antar pengurus dan pengelola maupun dengan nasabah. Kemandirian berarti BMT tidak dapat hidup hanya dengan bergantung pada uluran tangan atau pada fasilitas pemerintah, tetapi harus berkembang dari meningkatnya partisipasi nasabah dan masyarakat, untuk itulah pola pengelolaannya harus profesional, karena BMT mempunyai visi dan misi<sup>10</sup>.

Visi BMT harus mengarah pada upaya untuk mewujudkan BMT menjadi lembaga yang mampu meningkatkan kualitas ibadah nasabah (ibadah dalam arti luas), sehingga mampu berperan sebagai wakil pengabdian Allah swt. Memakmurkan kehidupan nasabah pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Misi BMT adalah membangun dan mengembangkan tatanan perekonomian dan struktur masyarakat madani yang adil berkemakmuran dan berkemajuan, berlandaskan syariah dan ridho Allah SWT.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup>Makhalul Ilmi, *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Syariah* (Yogyakarta: UII Press, 2002)

<sup>10</sup>*Ibid.*

<sup>11</sup>Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal wa Tamwil (BMT)* (Jogjakarta: UII Press, 2005 ), h.127.

Dalam perspektif hukum di Indonesia, sampai saat sekarang badan hukum yang cocok untuk BMT adalah Koperasi Serba Usaha (KSU) maupun Koperasi Simpan Pinjam Syariah (KSPS). Bagi BMT yang berbadan hukum KSU, diharuskan membentuk Unit Simpan Pinjam Syariah (USPS). Unit inilah yang akan menangani kegiatan usaha simpan pinjam syariah secara terpisah dengan kegiatan usaha lainnya, baik dari aspek manajemen maupun keuangannya. Namun demikian, sanga mungkin dibentuk perundangannya sendiri. Mengingat sistem operasional BMT dak sama persis dengan koperasi misalnya LKM (Lembaga Keuangan Mikro) syarah atau yang lainnya. Oleh sebab itu, sebelum beroperasi BMT harus segera mengurus badan hukumnya, supaya mendapat kekuatan dari badan hukum yang berhak.<sup>12</sup>

Melihat perkembangan keuangan syariah yang begitu pesat, menjadikan posisi BMT Septa Bina Usaha sebagai salah satu lembaga keuangan syariah harus mampu bersaing secara kompetitif, serta juga harus memiliki karakter tersendiri dalam bersaing. Terutama dengan lembaga keuangan lainnya baik syariah ataupun konvensional yang sudah mempunyai nama dan *benefit* di bidangnya, serta mempunyai Sumber Daya Manusia (SDM) dan produk yang berkualitas.<sup>13</sup>

BMT juga perlu mengembangkan strategi pemasaran sebagai berikut:<sup>14</sup>

- a. Pengelola BMT harus mampu bertindak jujur, amanah serta profesional di bidangnya
- b. Memilih produk himpunan dana yang tepat dengan ukuran-ukuran; sederhana (mudah dalam pemasaran, pengelolaan maupun penerapannya

---

<sup>12</sup><http://rac.uui.ac.id>, jumat, 11/01/2013.

<sup>13</sup>*Ibid.*

<sup>14</sup>*Ibid.* h. 62.

sesuai prinsip syariah), tidak terlalu berisiko, memiliki nilai jual tinggi (sesuai kebutuhan masyarakat)

Sedangkan strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT Septa Bina Usaha paling sederhana seperti: menyebarkan brosur kemasyarakat, memasang spanduk, jemput bola serta untuk lebih memperkenalkan diri dikalangan pelajar dan mahasiswa dengan mengadakan sosialisasi kesekolahan dan menjadi pembicaraan seminar-seminar di kampus.

Strategi pemasaran merupakan ujung tombak dari suatu rencana pemasaran dan sangat diperlukan dalam suatu perusahaan bertujuan agar rencana yang telah dibuat dapat dilaksanakan dan dapat dicapai sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan serta diharapkan dapat meminimalisir hambatan-hambatan yang ada. BMT Septa Bina Usaha melihat bahwa dikalangan pengusaha ekonomi menengah kebawah belum tersentuh oleh lembaga-lembaga keuangan yang ada untuk mengembangkan usaha agar lebih baik, kondisi seperti ini membuat BMT Septa Bina Usaha timbul gairah keIslamannya untuk turut serta membantu dan mengembangkan potensi tersebut dalam wujud simpanan dan pembiayaan serta memberikan pembiayaan dengan prinsip bagi hasil.

Dari pemaparan diatas, penulis tertarik untuk mengetahui serta meneliti “STRATEGI PEMASARAN BMT SEPTA BINA USAHAKECAMATAN MARPOYAN DAMAI PEKANBARU”. Mengingat BMT merupakan lembaga keuangan yang lebih merakyat dari pada perbankan syariah maupun perbankan konvensional pada umumnya.

## **B. Batasan Masalah**

Supaya penelitian ini terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dibahas, maka penulis membatasi masalah penelitian ini pada Strategi Pemasaran BMT Septa Bina Usaha Di Kecamatan Marpoyan Damai Pekanbaru yang di fokuskan pada produk pembiayaannya

## **C. Rumusan Masalah**

Ada beberapa alasan mengapa penulis mengambil tema dari judul di atas diantaranya adalah:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan BMT Septa Bina Usaha di Kec. Marpoyan Damai Pekanbaru?
2. Apa yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambatnya di BMT Septa Bina Usaha di Kec. Marpoyan Damai Pekanbaru?
3. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap Strategi Pemasaran BMT Septa Bina Usaha di Kec. Marpoyan Damai Pekanbaru?

## **D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

1. Tujuan Penelitian
  - a. Untuk mengetahui bagaimana strategi BMT Septa Bina Usaha dalam memasarkan produk pembiayaannya .
  - b. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam hal pemasaran produk BMT Septa Bina Usaha dalam memasarkan produknya.
  - c. Untuk mengetahui strategi pemasaran ditinjau dari ekonomi Islam.

## 2. Kegunaan Penelitian

### a. Secara Teoritis

- 1) Dapat membuktikan kebenaran teori yang telah didapatkan dibangku perkuliahan dengan praktek dilapangan
- 2) Dapat memberikan kontruksi pemikiran tentang lembaga keuangan syariah, terutama yang berkaitan dengan strategi pmasaran yang dilakukan oleh BMT Septa Bina Usaha.

### b. Secara Praktis

Dapat memberikan manfaat dalam pelaksanaan strategi pemasaran, sehingga mempunyai prospek lembaga khususnya di BMT Septa Bina Usaha untuk lebih meningkat.

## E. Metode Penelitian

### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Lembaga Keuangan Syariah BMT septa bina usaha yang berada di Jl. Kaharuddin Nasution No. 01 (Kompleks SPBU 14-282-650 Lt. 2) Kel. Maharatu Kec. Marpoyan Damai Pekanbaru sebagai tempat penelitian.

### 2. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Subjek penelitian ini adalah Pimpinan dan Karyawan BMT Septa Bina Usaha Kec. Marpoyan Damai Pekanbaru.
- b. Objek penelitian ini adalah strategi pemasaran BMT Septa Bina Usaha Kec. Marpoyan Damai Pekanbaru.



### 3. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh anggota yang bekerja di BMT Septa Bina Usaha yang berjumlah 10 orang. Yang terdiri dari 1 orang Manager dan 9 orang karyawan. Karena subjeknya sedikit lebih baik diambil semua sehingga merupakan penelitiannya penelitian populasi. Oleh karena itu penulis menggunakan teknik *Total Sampling*.

### 4. Sumber Data

- a. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian, melalui observasi dan wawancara BMT Septa Bina Usaha Kec. Marpoyan Damai Pekanbaru
- b. Data sekunder yaitu data yang tidak berhubungan langsung dengan responden dan merupakan data pendukung bagi peneliti yaitu berupa data yang diambil dari beberapa buku-buku serta referensi yang berkaitan dengan penelitian penulis.

### 5. Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi yaitu dengan turun langsung kelapangan untuk melihat permasalahan yang akan diteliti.
- b. Wawancara yaitu dengan melakukan wawancara langsung dengan pengurus BMT Septa Bina Usaha Kec. Marpoyan Damai Pekanbaru sehubungan dengan praktik ini.
- c. Dokumentasi yaitu meminta data yang sudah ada didokumentasikan di BMT Septa Bina Usaha Kec. Marpoyan Damai Pekanbaru.

## 6. Teknik Analisa Data

Adapun teknik analisa data yang penulis gunakan dalam penulisan ini adalah deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan dan menjelaskan permasalahan yang diteliti dalam bentuk kalimat bukan dalam bentuk angka.

## 7. Teknik Penulisan

Setelah data diperoleh, maka data tersebut akan dibahas dengan menggunakan metode deskripsi yaitu suatu uraian penulis yang menggambarkan secara utuh dan apa adanya tanpa mengurangi dan menambah sedikitpun.

## **F. Sistematika Penulisan**

Untuk melihat gambaran singkat penulisan skripsi dan memudahkan memahami tulisan ini, maka penulisis mengklasifikasikan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Yang terdiri dari latar belakang, pokok permasalahan, batasan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

Yang terdiri dari sejarah berdirinya BMT, fungsi dan tujuan, struktur organisasi, aktifitas BMT Septa Bina Usaha Kec. Marpoyan Damai Pekanbaru, misi dan visi serta strategi BMT Septa Bina Usaha Kec. Marpoyan Damai Pekanbaru.

### **BAB III TINJAUAN UMUM TENTANG STRATEGI PEMASARAN**

Yang terdiri dari Pengertian Strategi Pemasaran, Pemasaran Dalam Perspektif Syariah serta Perilaku Bisnis Dalam Pemasaran

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Yang terdiri dari bagaimana strategi pemasaran Baitul Maal wa Tamwil Septa Bina Usaha Kec. Marpoyan Damai Pekanbaru dan faktor pendukung dan penghambat dalam strategi pemasaran Baitul Maal wa Tamwil septa bina usaha Kec. Marpoyan Damai Pekanbaru

#### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Yang berisikan kesimpulan dan saran