

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Bank adalah suatu lembaga keuangan yang menerima deposito dan menyalurkannya melalui pinjaman. Layanan utama bank adalah simpan pinjam. Di bank, kita bias manabung atau mengajukan kredit. Bank membantu mamutar dana masyarakat sehingga perekonomian terus berkembang. Dana kredit berasal dari tabungan yang dihimpun dari penabung. Sebagai imbalannya, penabung akan mendapatkan bunga sesuai jumlah uang yang ia tabung. Selain bank, masih ada beberapa lembaga keuangan bukan bank, jenis-jenis lembaga keuangan bukan bank yaitu koperasi.

Koperasi adalah orang yang bergabung dan melakukan usaha bersama atas dasar prinsip-prinsip koperasi, sehingga mendapatkan manfaat yang lebih besar dengan biaya yang dimiliki dan diawasi secara demokratis oleh anggotanya. Menurut UU Nomor 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian pengertian koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atas asas kekeluargaan. Selain koperasi ada lembaga keuangan bukan bank yaitu Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) lembaga keuangan syariah yang sekarang ini sering bermunculan di wilayah Indonesia. Pada dasarnya, Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) dan koperasi simpan pinjam memiliki badan hukum

yang sama, yaitu koperasi. Namun, koperasi lebih menerapkan konsep perbankan (sistem bunga) dalam pengelolaan simpanan dan pinjaman untuk nasabah. Jadi koperasi simpan pinjam lebih menekankan pada konsep syariah islam dengan sistem bagi hasil. Keuntungan bagi hasil di dasarkan pada kemampuan pengelolaan usaha yang dilakukan, baik bagi (BMT) maupun bagi nasabah. Besar kecilnya keuntungan dilakukan dengan sistem tawar menawar yang selanjutnya dilakukan perjanjian bagi hasil dengan akad.

Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) merupakan salah satu jenis lembaga keuangan bukan bank yang bergerak dalam skala mikro sebagaimana koperasi simpan pinjam (KSP). Adapun bank umum merupakan lembaga keuangan makro sedangkan bank perkreditan rakyat merupakan lembaga keuangan mikro seperti koperasi, (BMT) merupakan lembaga keuangan mikro yang berlandaskan syari'ah. Selain itu, (BMT) juga dikatakan sebagai suatu lembaga swadaya masyarakat (LSM) yang bergerak di bidang keuangan. Ini disebabkan karena (BMT) tidak hanya bergerak dalam pengelolaan modal (uang) saja, tetapi (BMT) juga bergerak dalam pengumpulan zakat, infaq, dan shadaqah. Ini merupakan sebuah konsekuensi dari namanya itu sendiri yaitu bait al-mal wat tamwil yang merupakan gabungan dari kata baitul maal dan bait at-tamwil. Perbedaan (BMT) dengan bank umum syari'ah (BUS) atau juga bank perkreditan rakyat syari'ah (BPRS) adalah dalam bidang pendampingan dan dukungan. Berkaitan dengan dukungan, BUS dan BPRS terikat dengan peraturan pemerintah dibawah departemen keuangan atau juga peraturan Bank Indonesia. Sedangkan (BMT) dengan badan hukum koperasi

dan usaha kecil dan menengah. Dengan demikian, peraturan yang mengikat (BMT) juga dari departemen ini.

Mengenal dasar hukum dari (BMT) yaitu sama dengan koperasi yaitu UU No. 25 tahun 1992 tentang perkoperasian. Sebagai lembaga keuangan islam mikro, (BMT) memfokuskan target pasarnya pada bisnis skala kecil, seperti pedagang kecil yang kurang menarik bagi bank. kepada masyarakat yang bersifat mencari keuntungan (profit oriented). Penghimpun dana diperoleh melalui simpanan pihak ketiga (tabungan dan deposito) dan penyalurannya dilakukan dalam bentuk pembiayaan atau investasi, dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil dengan jalan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang usaha kegiatan ekonomi yang dijalankannya dengan menggunakan prinsip syariah.

Dengan kondisi masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim, maka bisa dimungkinkan (BMT) akan mempunyai prospek yang sangat bagus. Akan tetapi bukan suatu hal yang mudah, karena banyak kalangan masyarakat yang masih asing dengan (BMT) dan produk-produk yang ditawarkan, selama ini masyarakat kebanyakan mengenal koperasi dan memahami dengan produk-produk dan prinsip-prinsip koperasi. Dan sekarang ini (BMT) sudah sering bermunculan di daerah sekitaran ponorogo maka dari itu peneliti mengambil tentang (BMT).

Terkait dengan perkembangan (BMT) saat ini, penulis ingin memilih (BMT) Hasanah yang ada di Jabung. Agar perusahaan tetap mampu bersaing dengan perusahaan lain yang mengeluarkan produk sejenis dan produk

substitusi, maka perusahaan harus lebih memperhatikan produk-produk yang ada pada perusahaan, dan menyeimbangkan harga (*price*) agar sesuai dengan produknya, lokasi (*place*) yang strategis juga mendorong perusahaan untuk mencapai target pada perusahaan, selain itu juga perusahaan juga membuat promosi (*promotion*) agar produk-produknya dikenal banyak masyarakat. bagi perusahaan untuk menjalankan atau membuat strategi-strategi yang tepat agar dapat memenuhi sasaran yang efektif. Strategi yang dilakukan harus sesuai dengan keadaan perusahaan.

Setiap bisnis harus merancang strategi untuk mencapai tujuannya. Selama melaksanakan strateginya, perusahaan harus menelusuri hasilnya dan memantau perkembangan baru di lingkungan internal dan eksternalnya. Strategi pemasaran yang efektif adalah penting bagi kesuksesan dalam industri. Pendirian basis konsumen yang kuat dan adanya loyalitas adalah kunci keberhasilan. Inti dari manajemen strategis adalah mengidentifikasi tujuan organisasi, sumber dayanya, dan bagaimana sumber daya yang ada tersebut dapat digunakan secara paling efektif untuk memenuhi tujuan strategis.

Di tengah kondisi persaingan yang sangat kompetitif, (BMT) Hasanah Jabung dalam prakteknya sumber dana untuk pembiayaan dengan akad di (BMT) Hasanah Jabung sudah sesuai dengan kaidah fiqh islam, karena sudah terpenuhinya rukun dan syarat sahnya akad qardhul hasan. Perlu diketahui bahwa nasabah lembaga keuangan di Ponorogo masih asing dengan adanya (BMT) mereka masih memilih menggunakan jasa lembaga lainnya seperti

koperasi, penggadaian, serta lembaga keuangan yang lain yang mereka rasa prosedurnya lebih mudah dan cepat.

Untuk mengetahui beberapa plobematika yang kaitannya dengan strategi pemasaran *Marketing mix* yang ada di Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Hasanah jabung maka peneliti menggunakan metode analisis SWOT agar dapat diketahui bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman pemasaran, yang ada pada (BMT) Hasanah jabung sehingga pada akhirnya akan ditemukan strategi strategi baru yang sesuai dengan hasil analisis tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis berkeinginan untuk mendalami lebih jauh mengenai upaya-upaya yang telah dilakukan oleh (BMT) Hasanah jabung sebagai koperasi yang beroperasi dengan prinsip syariah dalam memasarkan produk produknya di Kabupaten Ponorogo, maka dari itu penulis mengambil judul: “Analisis SWOT dalam perencanaan strategi pemasaran pada BMT HASANAH JABUNG”

1.2 . Batasan Masalah

Dalam kegiatan usaha (BMT) sangat luas, tetapi denga batasan masalah yang ditentukan penulis maka penulis hanya ingin melakukan penelitian strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT. Penelitian membatasi ruang lingkup pembahasan hanya pada strategi bauran pemasaran atau *produk, price, place* dan *promotion* dari BMT Hasanah.

1.3. Perumusan Masalah

1. Bagaimanakah strategi pemasaran yang dilakukan BMT HASANAH ?
2. Bagaimanakah strategi pemasaran yang dilakukan BMT HASANAH berdasarkan analisis SWOT?

1.4. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan BMT HASANAH dalam memasarkan produk-produknya.
- b. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan BMT HASANAH berdasarkan analisis SWOT.

1.4.2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi Peneliti
 1. Dapat menambah wawasan dan fikiran kreatif tentang bagaimana strategi pemasaran produk simpanan hasanah di (BMT) Hasanah Jabung.
 2. Dapat menambah pengetahuan untuk mengembangkan kemampuan peneliti dalam mengamati permasalahan serta membantu memberikan sumbangan pikiran bagi organisasi atau perusahaan.

- b. Bagi Universitas

Hasil penelitian diharapkan dapat di pergunakan sebagai salah satu sumber informasi pengetahuan dan bahan perbandingan bagi pembaca yang

berminat mempelajarinya dan dapat di gunakan sebagai referensi untuk peneliti berikutnya.

c. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dalam mempertimbangkan pengambilan kebijakan tentang strategi *marketing mix* pada (BMT) Hasnah Jabung yang lebih efektif berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan peneliti.