

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Lembaga Keuangan Syariah (LKS) pada saat ini telah mengalami perkembangan dan kemajuan yang cukup pesat. Lembaga keuangan syariah (LKS) adalah lembaga yang dalam aktifitasnya, baik penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dananya memberikan dan mengenakan imbalan atau dasar prinsip syariah yaitu jual beli dan bagi hasil.<sup>1</sup> Banyak sekali Lembaga Keuangan Syariah saat ini salah satunya yaitu Bank Syariah, Pegadaian Syariah, Koperasi Syariah, Asuransi Syariah dan *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT).

*Baitul Mal Watamwil* (BMT) adalah Salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang berbentuk koperasi. BMT adalah lembaga keuangan syariah yang beroperasi menggunakan gabungan konsep “*Baitul tamwil* dan *Baitul maal*” dengan target operasionalnya fokus kepada sektor Usaha Kecil Menengah (UKM).<sup>2</sup> Konsep *Baitul tamwil* (rumah pengembangan harta), melakukan kegiatan pengembangan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha mikro dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi. Sedangkan konsep *Baitul maal* (rumah harta), menerima titipan dana zakat, infaq dan sedekah serta mengoptimalkan distribusinya sesuai dengan peraturan dan amanahnya.

Pada awalnya *Baitul maal wat Tamwil* (BMT) berkembang dari kegiatan *Baitul maal* yang bertugas menghimpun, mengelola dan menyalurkan Zakat, Infak dan *Shodaqoh* (ZIS) dari *muzzaki* untuk diberikan kepada para *mustahik* dalam

---

<sup>1</sup> Muhammad Abdul Karim, *Kamus Bisnis Syariah* (Yogyakarta : Asnalitera, 2012) hlm. 32

<sup>2</sup> Ficha Melina, “Pembiayaan Murabahah di Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)”, *Jurnal Tabarru’ : Islamic Banking and Finance* Vol.3 No.2, November 2020

mencukupi kebutuhan hidupnya sebagai bagian yang menitikberatkan pada aspek sosial. Pada perkembangan selanjutnya untuk pemberdayaan ekonomi sebagai usaha membangkitkan aktifitas para mustahik maupun usaha kecil, maka dibentuklah *Baitul Tamwil* yang berkonsentrasi kepada pembinaan dan pengembangan usaha kecil dengan sistem syariah yang berbagi hasil dan merupakan lembaga komersial.<sup>3</sup>

BMT syariah yaitu sebuah lembaga keuangan syariah yang masih sedikit dikenal masyarakat. Walaupun begitu, kehadiran BMT belakangan ini cukup menarik perhatian masyarakat, karena sudah cukup banyaknya produk simpanan maupun pembiayaan yang ada di BMT tersebut. BMT harus tetap mampu bersaing dan meningkatkan atau mempertahankan eksistensinya di masyarakat dengan menarik perhatian kepada masyarakat, serta memberikan pelayanan yang sebaik mungkin terhadap masyarakat. Salah satu kegiatan yang dilakukan untuk menarik perhatian masyarakat yaitu dengan melakukan kegiatan promosi.

Menurut Kotler dan Armstrong Promosi (*Promotion*) adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi.<sup>4</sup> Menurut Laksana, Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.<sup>5</sup> Sedangkan, Menurut Lupiyoadi Promosi (*promotion*) merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan

---

<sup>3</sup> Mulyaningrum, "Baitul Mal Wat Tamwil: Peluang dan Tantangan dalam Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah", January 6, 2009

<sup>4</sup> Marceline Livia Hedyata, Wirawan E.D.Radianto, "Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack", *Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis* Vol 1, No 1, April 2016

<sup>5</sup> Zainullah, dkk. "Pengaruh Word Of Mouth Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Anggota Di KSPSS BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan". *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance* Vol. 4 No. 2, November 2021. hlm. 320

untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan.<sup>6</sup>

Dalam ilmu pemasaran terdapat konsep klasik yaitu *Promotion Mix* (Bauran Promosi). Bauran promosi merupakan gabungan dari berbagai jenis promosi yang ada untuk suatu produk yang sama agar hasil dari kegiatan promosi yang dilakukan dapat memberikan hasil yang maksimal. Ada beberapa unsur dalam bauran promosi yaitu : *personal selling*, *mass selling* yang terdiri dari periklanan dan publisitas, promosi penjualan, dan *public relations* (hubungan masyarakat).

Berikut beberapa produk simpanan yang dimiliki oleh KSPPS BMT Sahabat Kita Semua diantaranya yaitu : Simpanan *Mudharabah* (SIMUDAH), Simpanan Penyertaan Investasi (SIMPATI), Simpanan Berjangka *Mudharabah* (SAJADAH), Simpanan Anak Sekolah (SIMAS), Simpanan *Qurban & Aqiqah* (SUQUR) dan Simpanan Haji & Umroh (SAHAM). Menurut Manajer KSPPS BMT Sahabat Kita Semua , salah satu simpanan yang sedikit snggotanya di KSPPS BMT Sahabat Kita Semua adalah Simpanan Anak Sekolah (SIMAS).

Berikut data anggota Simpanan Anak Sekolah (SIMAS) KSPPS BMT Sahabat kita semua.

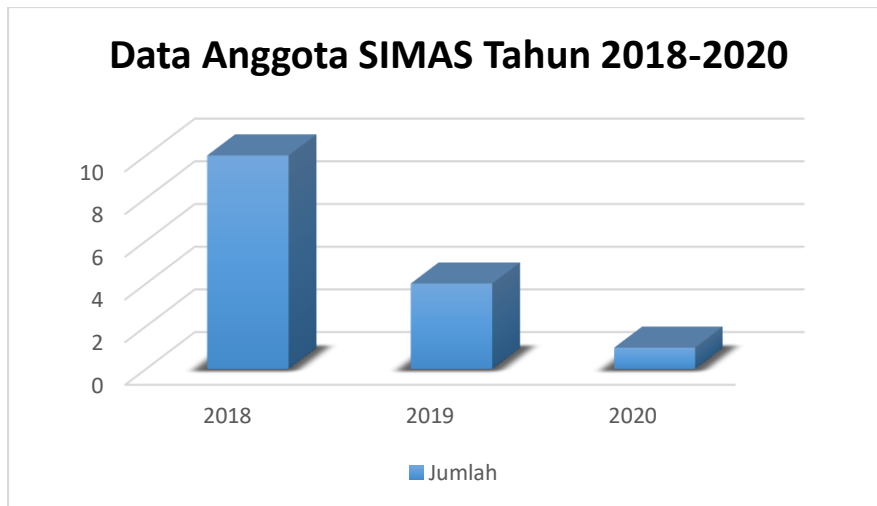
*Tabel 1 Data Anggota SIMAS Tahun 2018-2020*

<b>NO</b>	<b>TAHUN</b>	<b>JUMLAH</b>
<b>1</b>	<b>2018</b>	<b>10</b>
<b>2</b>	<b>2019</b>	<b>4</b>
<b>3</b>	<b>2020</b>	<b>1</b>
<b>TOTAL</b>		<b>15</b>

*Sumber : KSPPS BMT Sahabat Kita Semua*

---

<sup>6</sup> Novi Tri Wahyuni,dkk. “Promosi Dan Kualitas Pelayanan Serta Trust Terhadap Pengambilan Keputusan di Koperasi Syariah BMT Berkah Sejahtera”. *Jurnal Bonanza*, Vol.1 No.1, Februari 2021. hlm. 66



*Grafik 1 Data Anggota SIMAS Tahun 2018-2020*

Berdasarkan dari Grafik 1. Bahwa jumlah anggota yang menggunakan produk SIMAS di KSPPS BMT Sahabat Kita Semua mengalami penurunan yang signifikan pada setiap tahunnya. Padahal di era globalisasi seperti sekarang ini, pendidikan memiliki peranan yang penting dalam meningkatkan taraf hidup. Sedangkan untuk biaya pendidikan terus naik, diduga ternyata banyak orang tua yang yang tidak memiliki rencana finansial jangka panjang untuk pendidikan anaknya. Kebanyakan para orangtua hanya mengatur biaya bulanan. Kurangnya kesadaran orangtua untuk melakukan perencanaan finansial anaknya mengakibatkan terjadinya masalah pembiayaan dalam hal pendidikan para anaknya.

Disisi lain peran pemerintah dalam stabilitas ekonomi di bidang pendidikan salah satunya disalurkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yaitu dengan mengeluarkan program tabungan/ simpanan untuk anak sekolah. Program tersebut bertujuan untuk memberikan edukasi kepada anak mengenai manajemen keuangan anak serta menumbuhkan perilaku disiplin dan hemat untuk anak. Orangtua juga lebih siap dengan finansial anak untuk masa depannya.

Dengan adanya program simpanan anak dari pemerintah, lembaga keuangan

mikro syariah, KSPPS BMT Sahabat kita semua ikut serta dalam memenuhi kebutuhan ekonomi masyarakat di bidang pendidikan yaitu mengeluarkan produk simpanan anak sekolah (SIMAS) untuk para anak sekolah atau orangtua yang ingin menyimpan uangnya untuk keperluan sekolah. Dilihat dari cukup banyaknya sekolah-sekolah yang berada dalam jangkauan KSPPS BMT Sahabat kita semua, seharusnya dari pihak BMT dan marketing mampu menarik minat para siswa maupun petugas pengelola tabungan di sekolah-sekolah untuk menjadi anggota SIMAS di KSPPS BMT Sahabat kita semua, namun berdasarkan data yang ada di atas, sekolah-sekolah yang menjadi anggota di KSPPS BMT Sahabat kita semua masih sedikit jumlahnya. Hal tersebut mengharuskan marketing KSPPS BMT Sahabat kita semua untuk lebih gencar lagi dalam mempromosikan produk simpanan anak sekolah baik ke sekolah-sekolah maupun ke masyarakat umum.

Dalam memasarkan produk simpanan anak sekolah (SIMAS) KSPPS BMT Sahabat kita semua melakukan promosi kepada masyarakat maupun sekolah-sekolah yang ada pada jangkauan KSPPS BMT Sahabat kita semua melalui periklanan, promosi penjualan, penjualan personal dan publisitas. Untuk mengembangkan produk SIMAS dan meningkatkan jumlah anggota masyarakat dalam menggunakan produk SIMAS di KPPS BMT Sahabat Kita Semua diperlukan strategi promosi yang lebih efektif.

Dengan hal tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dari masalah tersebut dan peneliti akan mengangkat masalah ini dengan judul :

**“ANALISIS IMPLEMENTASI BAURAN PROMOSI PRODUK SIMPANAN ANAK SEKOLAH (SIMAS) DI KPPS BMT SAHABAT KITA SEMUA”.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah : Bagaimana implementasi bauran promosi produk Simpanan Anak Sekolah (SIMAS) di KSPPS BMT Sahabat Kita Semua ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang dilakukan ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi bauran promosi produk Simpanan Anak Sekolah (SIMAS) di KSPPS BMT Sahabat Kita Semua.

## **D. Kegunaan Hasil Penelitian**

Dalam penelitian ini, hasil yang akan dicapai diharapkan akan membawa kegunaan yang banyak, antara lain adalah sebagai berikut :

### **1. Bagi Akademik**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan di bidang praktik perbankan syariah khususnya berkaitan dengan analisis implementasi bauran promosi produk Simpanan Anak Sekolah (SIMAS).

### **2. Bagi Praktis**

Hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai pertimbangan dalam rangka evaluasi dan meningkatkan analisis implementasi bauran promosi produk Simpanan Anak Sekolah (SIMAS).

### **3. Bagi Umum**

Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi yang akan melakukan penelitian yang sejenis di masa yang akan datang.