

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian Syariah di Indonesia semakin pesat. Pesatnya perkembangan ekonomi Syariah di tandai dengan maraknya intitusi-intitusi ekonomi yang menggunakan label syariah. Misalnya, perbankan, asuransi, reksadana, obligasi, koperasi, pasar modal, multi level marketing, lembaga keuangan mikro, bahkan kartu kredit syariah. Hal ini menandakan bahwa selain bagus dalam hal konsep, sistem ekonomi syariah pun banyak digunakan oleh para pelaku ekonomi di dalam melakukan kegiatan ekonomi, baik itu kegiatan ekonomi yang berstandar makro, maupun kegiatan ekonomi yang berstandar mikro seperti lembaga keuangan BMT.

Setelah berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) membawa dampak terhadap timbulnya peluang untuk berdirinya lembaga-lembaga keuangan yang berprinsip syariah, seperti BPR Syariah dan BMT. Peluang berdirinya BPRS dan BMT adalah dampak dari permasalahan yang menyangkut kegiatan operasional BMI dalam memberikan pelayanan kepada industri-industri kecil di daerah-daerah terpencil yang tidak terjangkau oleh operasional BMI.

Pembiayaan yang di berikan oleh BMT sangat berperan penting dalam mengembangkan unit industri menengah dan kecil yang ada di daerah-daerah yang tidak terjangkau oleh BMI.

Pengoprasian lembaga keuangan BMT secara umum tidak terlepas dari dua hal, yaitu simpanan dan pinjaman (pembiayaan). Pembiayaan yang di berikan oleh BMT merupakan salah satu bentuk investasi yang utama, yang harus di kelola dengan sebaik mungkin.

Sebagai lembaga keuangan, BMT sangat berperan penting dalam mengembangkan unit industri kecil dan menengah yang sedang mengalami permasalahan finansial didalam menjalankan kegiatan industri. Hal itu tentu saja dengan melalui produk-produk yang diberikan BMT kepada nasabahnya, baik itu produk yang bersifat simpanan, ataupun produk yang berupa pembiayaan.

Beragam produk yang dihasilkan oleh BMT sebagai bukti pentingnya peran serta BMT dalam pengembangan industri kecil dan menengah dapat dilihat seperti pada produk yang ditawarkan oleh BMT Al Ishlah Bobos berikut :

1. Produk simpanan

Produk simpanan diberikan kepada seluruh anggota masyarakat baik itu anggota koperasi pondok pesantren Al Ishlah, maupun masyarakat yang bukan anggota koperasi.

2. Produk pembiayaan

Produk pembiayaan diberikan kepada masyarakat yang mengajukan pinjaman kepada pihak BMT, dengan dilakukan *survey* terlebih dahulu sebelum BMT memberikan pinjaman

Selain produk-produk yang dihasilkan oleh BMT Al Ishlah dalam dunia perbankan, BMT Al Ishlah juga dapat berfungsi sebagai lembaga amil zakat yang mengkoordinir

para nasabah BMT Al Ishlah untuk membayar kewajibannya baik itu zakat, infak, ataupun shadaqah.

Berbagai produk yang telah dihasilkan tersebut tentunya perlu di adakan sosialisasi kepada nasabah BMT, karena bagaimana nasabah akan menggunakan produk-produk tersebut. jika mendengar produknya saja mereka tidak pernah.

Salah satu cara mensosialisasikan produk-produk tersebut adalah melalui jalan promosi. Promosi yang dilakukan oleh pihak bank, tentunya tidak hanya pada penekanan pengenalan produknya saja, tetapi juga kepada mengenalkan dan mempengaruhi nasabah untuk tertarik kemudian menggunakan produk tersebut.

Banyak cara yang dilakukan oleh BMT dalam mempromosikan produk yang dimiliki baik itu melalui iklan media, pemasangan pamflet, brosur, ataupun melalui seminar-seminar yang dilakukan guna mensosialisasikan produk yang dimiliki BMT.

Pada umumnya masalah yang dialami dalam mengembangkan industri kecil dan menengah adalah masalah finansial. Kecilnya modal usaha yang dimiliki menyebabkan macetnya sektor produksi. Untuk itu perlu adanya "suntikan dana" guna menanggulangi permasalahan finansial tersebut.

Salah satu cara untuk menanggulangi permasalahan finansial tersebut adalah dengan mengambil pembiayaan yang diberikan BMT. Namun Permasalahannya, tidak semua nasabah BMT, mengetahui dan mengerti produk pembiayaan tersebut. Maka dari itu perlu diadakan kegiatan promosi untuk memberikan informasi akan produk pembiayaan tersebut kepada nasabah.

Dengan diadakannya promosi, diharapkan masyarakat sebagai *audiens*, dapat mengetahui serta mengerti akan produk pembiayaan yang ada pada BMT. Setelah masyarakat tahu akan produk pembiayaan tersebut, Diharapkan akan terciptanya hubungan yang baik antara masyarakat dengan pihak BMT. Setelah masyarakat memiliki hubungan yang baik dengan BMT, bukan tidak mungkin masyarakat tersebut akan melakukan transaksi kredit, yang akan mendatangkan keuntungan bagi pihak BMT tentunya.

Untuk mengetahui pengaruh yang dihasilkan dari kegiatan promosi yang dilakukan oleh BMT Al Ishlah terhadap penggunaan produk pembiayaan, perlu diadakan penelitian. Maka dari itu permasalahan tersebut akan diteliti melalui skripsi yang berjudul “ **Korelasi Antara Promosi Dengan penggunaan pembiayaan Di BMT Al Ishlah Bobos** ”.

1.2 Perumusan masalah

Berdasarkan penguraian yang dikemukakan, agar penelitian ini dapat dilakukan tetap dalam lingkup yang relevan, maka penelitian ini membatasi permasalahan sebagai berikut :

1.2.1 Wilayah penelitian

Wilayah penelitian ini termasuk kedalam lembaga keuangan syari'ah

1.2.2 Pendekatan penelitian

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan empirik.

1.2.3 Jenis masalah

Jenis masalah yang ada dalam penelitian ini adalah korelasi antara kegiatan promosi dengan penggunaan pembiayaan di BMT Al Ishlah.

1.2.4 Pembatasan masalah

Masalah dalam penelitian ini hanya dibatasi pada masalah promosi yaitu suatu kegiatan yang dilakukan oleh BMT Al Ishlah untuk menginformasikan produk pembiayaan kepada masyarakat / audiens dan hubungannya antara kegiatan promosi tersebut dengan penggunaan pembiayaan yang ada di BMT Al Ishlah Bobos..

1.2.5 Pertanyaan penelitian

Banyak hal yang dapat dipertanyakan dalam melakukan penelitian ini. tetapi untuk menghimpun itu semua maka pertanyaan penelitian ini dihimpun secara global dalam :

- a. Bagaimana gambaran promosi
- b. Bagaimana pembiayaan
- c. Bagaimana gambaran korelasi antara promosi terhadap penggunaan pembiayaan di BMT Al Ishlah Bobos.

1.2.6 Tujuan penelitian

Berdasarkan pada pertanyaan penelitian, maka penelitian ini bertujuan untuk :

- a. Untuk mengetahui gambaran promosi
- b. Untuk mengetahui gambaran pembiayaan

- c. Untuk mengetahui gambaran korelasi antara promosi terhadap penggunaan pembiayaan di BMT Al Ishlah Bobos.

1.2.7 Kegunaan Penelitian

1.2.7.1 kegunaan praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam kajian-kajian lembaga keuangan non bank, serta diharapkan dapat memberikan masukan kepada pengembangan baitul mal wat tamwil (BMT). Serta sebagai bahan pertimbangan sekaligus sebagai bahan pembanding bagi para pengelola BMT dalam mensosialisasikan produk BMT.

1.2.7.2 Kegunaan Akademis

Sebagai Tri darma perguruan tinggi negeri STAIN Cirebon, khususnya program studi Ekonomi perbankan islam. Dan sebagai sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan bahan kebijakan institusi dalam menghadapi tantangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

1.3 Kerangka pemikiran

Kurang lebih tujuh tahun lamanya, terhitung sejak Indonesia mengalami krisis ekonomi dan moneter pada ahir tahun 1997, peran baitul mal wat tamwol (BMT) cukup besar dalam membantu kalangan usaha kecil dan menengah. Peran BMT tersebut sangat penting dalam membangun kembali iklim usaha yang sehat di Indonesia.

Bahkan ketika terjadi krisis ekonomi dan moneter, BMT sering melakukan observasi dan supervisi ke berbagai lapisan masyarakat untuk menelaah bagi terbukanya peluang terbukanya kemitraan usaha. Hal tersebut ditujukan untuk membangun kembali sektor riil yang banyak digeluti oleh kalangan usaha kecil dan menengah serta untuk memperbaiki kesejahteraan ekonomi masyarakat secara keseluruhan.

Baitul mal wat tamwil adalah lembaga keuangan syari'ah non bank yang sifatnya informal, disebut informal karena lembaga ini didirikan oleh kelompok swadaya masyarakat (KSM) yang berbeda dengan lembaga keuangan perbankan dan lembaga keuangan informal lainnya¹.

Dari pengertian itu dapat dipahami bahwa pola pengembangan institusi keuangan ini diadopsi dari *bait al mal* yang sempat tumbuh dan berkembang pada masa rasullullah SAW. Selain berfungsi sebagai lembaga keuangan, BMT juga dapat berfungsi sebagai lembaga ekonomi. Sebagai lembaga keuangan, BMT bertugas menghimpun dana dari masyarakat (anggota BMT) dan menyalurkan dana yang terhimpun tersebut kepada masyarakat. Sebagai lembaga Ekonomi, BMT juga berhak melakukan kegiatan ekonomi seperti perdagangan, industri, pertanian dan kegiatan ekonomi lainnya.

Adapun ciri-ciri BMT adalah :

1. Berorientasi bisnis, mencari laba bersama, meningkatkan pemanfaatan ekonomi anggotanya.

¹ A. Djajuli

2. Bukan Lembaga sosial, tapi dapat dimanfaatkan untuk mengefektifkan penggunaan zakat, infak, shadaqah bagi kesejahteraan orang banyak.
3. Tumbuh dari bawah berdasarkan swadaya dari masyarakat.
4. Dimiliki serta dikendalikan bersama.
5. Mengutamakan kegiatan menabung dari pada peminjaman².

Dari ciri-ciri BMT diatas, dapat disimpulkan bahwa BMT adalah suatu lembaga keuangan syariah non bank yang berorientasi bisnis dalam menjalankan fungsi keuangannya, tumbuh dan berkembang dari swadaya masyarakat, dan dapat berfungsi sebagai badan amil zakat, infaq, dan shadaqah dari anggotanya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat disekitarnya.

Sebagai lembaga keuangan, BMT sangat berperan dalam pengembangan industri-industri kecil dan menengah yang berada di daerah-daerah yang tidak terjangkau oleh oprasional perbankan. Peran serta BMT dalam pengembangan industri kecil dan menengah yaitu melalui produk-produk pembiayaan yang dimiliki.

Beragam produk pembiayaan yang di tawarkan oleh BMT Al Ishlah seperti pembiayaan mudharabah, musyarakah, dan pembiayaan dengan administrasi di bayar dimuka.

Pembiayaan – pembiayaan tersebut dapat diambil oleh pedagang atau pengusaha yang memiliki sedikit modal atau harta, baik dalam bentuk tempat, barang, uang dan lain sebagainya. Mengingat letak BMT Al Ishlah yang berada di dekat pasar, bukan tidak mungkin jika para pedagang tersebut tidak tahu akan fungsi dari BMT

² Djaslim saladi. hal 71

tersebut. Maka dari itu dibutuhkan suatu kegiatan promosi guna mensosialisasikan Produk-produk BMT Al Ishlah khususnya produk pembiayaan.

Promosi adalah cara megkomunikasikan barang atau jasa yang akan ditawarkan supaya konsumen mengenal dan membeli, sesuai dengan fungsi promosi yaitu menginformasikan (*informed*), membujuk (*persuaded*), Mengingatkan (*reminded*), dan mempengaruhi (*influenced*)³.

Sedangkan pengertian promosi menurut Husein umar adalah suatu komunikasi informasi antara penjual dan pembeli yang bertujuan untuk mengubah sikap serta tingkah laku konsumen, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal, sehingga konsumen tersebut menjadi tertarik untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut dan akan tetap menggunakan produk tersebut⁴.

1.4 Hipotesis

Untuk mengetahui hubungan antara variabel X (Promosi), Dengan variabel Y (penggunaan pembiayaan musyarakah), maka di lakukan pengujian hipotesis sebagai berikut :

Ho : $r = 0$; Tidak terdapat hubungan antara promosi dengan penggunaan pembiayaan musyarakah.

Ha : $r \neq 0$; Terdapat hubungan antara promosi dengan penggunaan pembiayaan musyarakah.

³ Suryana, Hal 112

⁴ Husein umar, hal 63

1.5 Sistematika penulisan

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab ini di jelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, kerangka pemikiran, hipotesis, dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Didalam bab ini diuraikan mengenai pengertian promosi, dan pembiayaan. Penguraian dua variabel tersebut diambil dari studi kepustakaan.

BAB III : Metode Penelitian

Bab Ini akan menjelaskan tentang metode yang akan digunakan Dalam melakukan penelitian.

BAB IV : Korelasi antara promosi dengan penggunaan pembiayaan di BMT Al Ishlah Bobos

Bab ini akan membahas hasil dari penelitian yaitu korelasi antara promosi dengan penggunaan pembiayaan di BMT Al Ishlah Bobos.

BAB V : Saran Dan Kesimpulan

Bab ini merupakan penarikan kesimpulan dari seluruh penelitian disertai saran-saran yang mungkin akan berguna bagi BMT Al Ishlah Bobos.