

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Munculnya lembaga keuangan pada masa ini cukup banyak terjadi, khususnya lembaga keuangan syariah. Masyarakat sudah mulai melirik bank syariah sebagai wadah mereka untuk melakukan kegiatan konsumsi seperti kegiatan yang berkaitan dengan keperluan pribadi, sedangkan investasi dan simpanan merupakan kegiatan seseorang yang berkaitan dengan lembaga keuangan. Kegiatan ekonomi berkembang cepat seiring dengan perkembangan peradaban manusia. Sebenarnya fungsi utama bank syariah dan bank konvensional tidak begitu berbeda yaitu sebagai intermediasi yang dimana sama-sama menghimpun dana dari masyarakat lalu menyalurkannya kembali. Namun bank syariah dalam praktiknya menyalurkan dana yang diperolehnya dalam bentuk pembiayaan, baik itu pembiayaan modal usaha maupun untuk konsumsi.

(Indrarini, 2017) mengemukakan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) berdasarkan UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana diubah dengan UU No. 10 tahun 1998 adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayarannya, dimana kegiatan BPRS lebih sempit dibanding bank umum lainnya, dalam lalu lintas pembayaran BPRS dilarang menerima simpanan berupa giro dan pembayaran dalam valuta asing, melakukan penyertaan modal, melakukan usaha perasuransian dan melakukan usaha sebagaimana diluar kegiatan yang telah ditetapkan Undang-Undang. Pada saat ini di Indonesia sangat diperlukannya lembaga keuangan

syariah seperti BPRS untuk menjangkau dan mendukung para pengusaha mikro diseluruh pelosok Indonesia yang belum dapat terjangkau oleh perbankan yang ada.

Ismalil (2011) berpendapat dalam (Nurnaeni, 2017) Perbankan Syariah sebagai lembaga intermediasi antara pihak investor yang menginvestasikan dananya di bank kemudian selanjutnya bank syariah menyalurkan dananya kepada pihak lain yang membutuhkan dana. Investor yang menempatkan dananya akan mendapatkan imbalan dari bank dalam bentuk bagi hasil atau bentuk lainnya yang disahkan dalam syariat Islam. Bank syariah menyalurkan dananya kepada pihak yang membutuhkan pada umumnya dalam akad jual beli dan kerjasama usaha. Imbalan yang diperoleh dalam margin keuntungan, bentuk bagi hasil, dan atau bentuk lainnya sesuai dengan syariat Islam.

Perbankan syariah memiliki 3 produk seperti penghimpunan dana (*funding*), produk penyaluran dana (*financing*), dan produk jasa (*service*). Pada produk *funding* perbankan syariah dibagi menjadi 2 akad yaitu akad *wadiah* dan *mudharabah*. Akad *wadiah* menurut OJK merupakan akad penitipan barang atau uang antara pihak yang mempunyai barang atau uang dan pihak yang diberi kepercayaan dengan tujuan untuk menjaga keselamatan, keamanan, serta keutuhan barang atau uang. Sedangkan akad *mudharabah* merupakan akad kerjasama suatu usaha antara pihak pertama (*malik*, *shahibul mal*, atau bank syariah) yang menyediakan seluruh modal dan pihak kedua (*'amil*, *mudharib*, atau nasabah) yang bertindak selaku pengelola dana dengan kesepakatan yang dituangkan dalam akad, sedangkan kerugian ditanggung sepenuhnya oleh Bank Syariah kecuali jika pihak kedua melakukan kesalahan yang disengaja, lalai atau menyalahi perjanjian.

Perbankan syariah berinovasi terhadap pengembangan produk dan akad. Akad disetiap produk Bank Syariah bermacam-macam istilahnya seperti salah satunya

produk *wadiah* di BPRS Madina Mandiri Sejahtera pada produk Tabungan Arisan iB Madina. Produk ini memberikan sistem menabung dengan cara yang berbeda, yaitu nasabah menabung dengan sistem arisan dimana nasabah harus iuran setiap bulan yang selanjutnya akan diundi, lalu bagi nasabah yang putus arisan akan mendapatkan bonus logam mulia senilai 0,5 gram dari BPRS Madina serta tidak perlu mengikuti arisan lagi. Hal ini tentu saja menjadi hal yang menarik untuk nasabah karena berbeda dengan sistem arisan pada umumnya yang mengharuskan kita untuk tetap membayar meskipun telah putus arisan, dengan produk ini kita dapat menabung dan arisan dengan sensasi yang berbeda dari biasanya. Maka dari itu produk Arisan iB Madina ini menjadi salah satu produk unggulan yang dimiliki BPRS Madina Mandiri Sejahtera. Bahkan bisa dibayangkan menjadi “umpan” untuk menarik nasabah yang ingin menggunakan produk BPRS Madina Mandiri Sejahtera yang lain.

Namun pasti ada kekurangan dari setiap produk dimana pada produk ini nasabah yang tidak putus arisan maka uangnya tidak bisa diambil sewaktu-waktu, melainkan harus menunggu waktu berakhirnya periode arisan, juga pemasaran yang dilakukan juga kurang inovatif. Adapun telah dijelaskan pula pada penelitian terdahulu bahwa masih kurangnya inovasi pemasaran yang dilakukan oleh pihak lembaga keuangan sehingga target nasabah masih kurang mencukupi oleh (Tiwi, 2017), (Lestari & Yunita, 2020), (Y. D. Astuti, 2018).

Maka dari itu diperlukan pengembangan strategi pemasaran. Menurut (Yasar, 2010) dalam (A. M. I. Astuti & Ratnawati, 2020) strategi merupakan sebuah arahan dari perusahaan dalam waktu jangka panjang yang menciptakan keuntungan bagi perusahaan dalam pengelolaan sumber daya. Guna menciptakan keuntungan jangka panjang maka perusahaan harus bisa menjalin hubungan yang baik antara konsumennya, sehingga dapat menciptakan loyalitas kepada para konsumennya.

Tjiptono (2007: 43) dalam (Luntungan et al., 2019) menyatakan bahwa Strategi pemasaran adalah rencana yang hendak diikuti oleh manajer pemasaran. Rencana tindakan ini didasarkan atas analisa situasi dan tujuan-tujuan perusahaan dan merupakan cara untuk pencapaian tujuan tersebut. Maka dari beberapa penelitian yang disampaikan ini menjadi penting, bahwa strategi pemasaran memiliki pengaruh jangka panjang dan tidak bisa diremehkan atau diabaikan. Persaingan pasar yang semakin tinggi menuntut adanya strategi pemasaran yang inovatif juga.

Salah satu strategi pemasaran yang dapat digunakan yaitu dengan metode SWOT. Metode ini berguna untuk mempertimbangkan faktor-faktor internal dan eksternal lalu memperhitungkan seluruh aspek-aspek yang ada di dalam istilah S.W.O.T yaitu (*Strenght*) kekuatan, (*Weakness*) kelemahan, (*Opportunities*) kesempatan atau peluang, (*Threats*) ancaman yang pasti di hadapi dalam dunia bisnis.

Sehingga berdasarkan pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti dan menganalisis mengenai strategi pemasaran produk tabungan Arisan iB Madina pada PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera. Maka dari itu penulis ingin memberikan semua gagasan pada penelitian berjudul **“ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN ARISAN IB MADINA PADA PT. BPRS MADINA MANDIRI SEJAHTERA”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dari masalah diatas, adapun rumusan masalah yang disusun dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan Arisan iB Madina di tinjau dengan analisis SWOT?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh analisis SWOT pada strategi pemasaran produk Tabungan Arisan iB Madina pada PT. BPRS Madina Mandiri Sejahtera.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk perkembangan ilmu ekonomi syariah khususnya mengenai strategi pemasaran melalui analisis SWOT sehingga nantinya dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Untuk Peneliti

Sebagai peneliti saya berharap dengan adanya penelitian ini saya mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang:

- 1) Strategi pemasaran perusahaan dengan menggunakan analisis SWOT.
- 2) Macam-macam strategi pemasaran untuk meningkatkan angka penjualan.

b. Untuk Instansi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan maupun pertimbangan atas strategi pemasaran BPRS agar dapat mencapai target sehingga bisa memuaskan nasabah dan juga mencapai tujuan BPRS.

c. Pihak Lain

Dari hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai acuan ataupun informasi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan strategi pemasaran menggunakan analisis SWOT pada suatu perusahaan.