

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar belakang masalah**

BMT adalah singkatan dari *Baitul Mal Wattamwil*. BMT terdiri dari dua istilah, *baitul mal* dan *baitul tamwil*. Dalam bahasa Indonesia artinya rumah uang dan rumah pembiayaan. Kegiatan Baitul Mal lebih pada upaya menghimpun dana dan menyalurkan dana non profit seperti zakat, infaq dan shodaqoh, dan dilakukan sesuai dengan peraturan dan amanah (Hidayat, 2013)

Kegiatan BMT menggalang dana dengan menjangkau masyarakat, pengusaha dan pedagang. Staf memperkenalkan tujuan pembiayaan BMT, yaitu hukum Syariah, untuk berbagi keuntungan bagi peminjam yang menyimpan dana di BMT melalui komunikasi yang ramah dan penyampaian yang persuasif. Tujuannya tampaknya untuk menyesuaikan diri dengan aturan agama Islam untuk kepentingan calon pengguna layanan. Kegiatan ini dilakukan oleh BMT (*marketing*) (Prihandoko, 2020).

Secara umum, strategi pemasaran tidak hanya diterapkan oleh perbankan, tetapi juga BMT selaku lembaga keuangan mikro. Hal tersebut karena pemasaran akan sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan BMT itu sendiri. sedangkan secara konseptual, BMT membutuhkan riba gratis dan juga perlu menjalankan

strategi pemasarannya sesuai dengan hukum Syariah untuk menciptakan keadilan. Ketepatan dalam memilih strategi pemasaran sangat diperlukan agar salah satu tujuan dari BMT yaitu menjadikan konsumen merasa tertarik terhadap jasa dan produk yang ditawarkan dapat tercapai. Selain pemasaran, promosi juga mampu memengaruhi konsumen untuk segera membeli. Maka dari itu, agar konsumen tertarik untuk membeli, organisasi harus dapat mengimplementasikan strategi pemasaran yang tepat berdasarkan kondisi pasar yang dihadapinya. Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi keberhasilan strategi pemasaran, salah satunya adalah pilihan promosi untuk memasarkan produk dan jasa (Zakiah, 2018).

Musarakah adalah akad bagi hasil ketika dua atau lebih pemilik dana/modal menjalin kerja sama sebagai mitra usaha untuk mendanai investasi baru atau yang sedang berjalan. Pada umumnya, akad musarakah diterapkan dalam proyek yang dibiayai bersama oleh bank dan nasabah. Ketika proyek telah selesai, maka dana tersebut akan dikembalikan oleh nasabah bersama dengan bagi hasil yang sebelumnya telah disepakati dengan pihak bank (Sugito et al., 2020)

Masalah permodalan masih sering menjadi kendala dan masalah dalam berbagai sektor di Indonesia, termasuk sektor pertanian yang menjadi sektor yang memegang peranan terbesar dalam perekonomian nasional. Pada umumnya, sebagian besar petani di Indonesia adalah petani tunggal, artinya mereka masih menggunakan modal sendiri untuk mengembangkan usahanya. Salah satu penyebab minimnya sumber pembiayaan karena industri lembaga keuangan syariah menganggap tingginya risiko pembiayaan di sektor pertanian. Risikonya

berupa jangka waktu pembayaran saat panen, sehingga ada selang waktu yang lama dalam pembiayaan, dan sektor pertanian juga dipengaruhi kondisi alam yang sangat sulit diprediksikan. Oleh karena itu, pelaku usaha pertanian membutuhkan model pembiayaan yang dapat dimanfaatkan guna mengoptimalkan produksi. Pembiayaan yang cukup efektif dipergunakan dalam pembiayaan di bidang pertanian adalah pembiayaan musyarakah (Ali, 2021).

Pertanian merupakan salah satu sektor utama pembangunan sosial, yang terkait dengan penyediaan kesempatan kerja di sektor pertanian, serta produsen pangan dan sektor pertanian yang lebih fleksibel. Salah satu kegiatan ekonomi sektor riil yang diharapkan dapat dibiayai dengan syariah adalah pertanian. Saat ini sektor pertanian masih menempati posisi strategis yang sangat penting dalam perekonomian nasional. Pertanian tetap menjadi mata pencaharian dan sumber pendapatan utama bagi mayoritas masyarakat Indonesia. Petani juga penting karena mereka adalah sumber pangan (Dianto, 2019).

Dari uraian yang telah dipaparkan, maka penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam tentang strategi pemasaran pembiayaan musyarakah di bidang pertanian yang dilakukan oleh BMT Amanah Ummah Farm Kecamatan Bulu Kabupaten Sukoharjo yang dituangkan dalam judul **“Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Pembiayaan Musyarakah di Bidang Pertanian ( Studi Kasus di KSPPS BMT Amanah Farm Sejahtera Kecamatan Bulu Kabupaten Sukoharjo)”**

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi pemasaran pembiayaan Musyarakah dalam bidang pertanian di KSPPS BMT Amanah Farm Sejahtera?
2. Apa saja yang menjadi kendala oprasional dalam strategi pemasaran pembiayaan Musyarakah di bidang pertanian?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran pembiayaan musyarakah pada KSPPS BMT Amanah Farm Sejahtera Kecamatan Bulu Kabupaten Sukoharjo.
2. Untuk menjelaskan kendala-kendala oprasional dalam implementasi strategi pemasaran pembiayaan musyarakah bidang pertanian di KSPPS BMT Amanah Farm Sejahtera Kecamatan Bulu Kabupaten Sukoharjo.

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana atau informasi tambahan untuk pengetahuan tentang strategi pemasaran pembiayaan musyarakah di bidang pertanian.
2. Sebagai metode sosialisasi perbankan syariah dan khususnya pembiayaan musyarakah (*profit and loss sharing*) pada masyarakat

## **E. Ruang Lingkup**

Penelitian ini mencakup tentang Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Pembiayaan Musyarah di Bidang Pertanian yang berada di KSPPS BMT Amanah Farm Kecamatan Bulu Kabupaten Sukoharjo. Bagaimana strategi pemasarannya dan apa saja yang menjadi kendala dalam strategi pemasaran pembiayaan musyarah di bidang pertanian.

Berdasar pada judul skripsi tersebut, maka pembatasan masalah yang ditentukan adalah Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Pembiayaan Musyarah di Bidang Pertanian (Studi Kasus di KSPPS BMT Amanah Ummah Farm Kecamatan Bulu Kabupaten Sukoharjo).

## **F. Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan dan mendapatkan suatu hasil yang sistematis, maka dalam penelitian disusun dari bab satu sampai bab lima secara runtut dan saling berkaitan dengan yang lainnya, yaitu sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini penulis membahas tentang landasan teori, penelitian terdahulu dan kerangka konseptual

### BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas jenis penelitian, jenis data dan sumber data, teknik pengumpulan data dan analisis data.

### BAB IV HASIL DAN ANALISIS

Pada bab ini membahas tentang gambaran umum objek dan subjek penelitian yang relevan, hasil penelitian, analisis penelitian.

### BAB V PENUTUP

Pada bab ini merupakan bab yang terakhir dari pembahasan yang berisi tentang kesimpulan, saran dan implikasi penelitian.