

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah diketahui mengambil peran yang strategis dalam perekonomian, terutama BMT yang terus mengalami peningkatan sejak tahun 2015, bahkan BMT mampu menyalurkan kredit sebanyak 1,9 persen dari jumlah kredit perbankan di Indonesia (Mujiono, 2017: 207). Persaingan tersebut juga terjadi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Di mana terdapat beberapa BMT bergerak dalam pemberdayaan masyarakat serupa. Daftar laporan Pusat Koperasi Syariah yang menjadi anggota PUSKOPSYAH DIY menunjukkan pada tahun 2013 terdapat 73 BMT, tahun 2014 terdapat 81 BMT dan pada tahun 2015 tercatat 89 BMT di Yogyakarta (Priyadi dan Sutardi, 2017: 145). Ketatnya tingkat persaingan juga dialami salah satu BMT yang ada Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu BMT Bina Ihsanul Fikri, yang letaknya berdekatan dengan beberapa Bank, BMT dan koperasi syariah lainnya. Menurut Ulya (2015:3) tingginya tingkat persaingan suatu usaha dapat dilihat dari perkembangan usaha dan banyaknya usaha yang bergerak dibidang yang sama dan menawarkan jasa dan produk yang sama sehingga dapat berdampak pada penurunan pendapatan.

Pemasaran dilakukan secara berkelanjutan mengikuti tuntutan zaman sebab jika tidak dilakukan inovasi, banyaknya persaingan dapat menurunkan kinerja keuangan BMT dengan inovasi yang berbeda. Adanya penurunan

pembiayaan pada tahun 2016 menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin kurang optimal dalam menghadapi para pesaing yang ada. Oleh sebab itu diperlukan strategi bersaing yang tepat agar mendongkrak kembali pembiayaan BMT BIF. Strategi merupakan bagian dari manajemen yang sangat penting untuk diperhatikan. Sebagai lembaga keuangan syariah, BMT harus berpegang teguh pada prinsip syariah. Banyaknya lembaga keuangan syariah, menjadikan posisi BMT dalam mengoptimalkan strategi dan berdaya kompetitif yang kuat serta bisa bersaing dengan lembaga yang lain (Nita, 2017: 24).

Produk di BMT BIF Yogyakarta salah satunya yang paling banyak diminati yaitu murabahah. Data pembiayaan usaha mikro pada produk murabahah selama 5 tahun terakhir sebagai berikut:

Tabel 1.1
Tabel Jumlah Pembiayaan BMT BIF Yogyakarta

Tahun	Jumlah Pembiayaan Akad Murabahah	Prosentase
2013	27.120.824.909	57,99%
2014	39.296.816.164	59,00%
2015	48.193.509.543	67,00%
2016	47.749.927.454	68,71%
2017	55,669,788,650	67,11%

(Sumber : BMT BIF Yogyakarta, 2018)

Data pembiayaan murabahah terjadi penurunan tahun 2016. Sedangkan tahun 2017 mengalami peningkatan sehingga terjadi kondisi yang tidak menentu terkait dengan produk murabahah, sehingga dibutuhkan strategi bersaing dan inovasi yang berkelanjutan. Penurunan pada tahun 2016 terjadi karena adanya beberapa faktor diantaranya kondisi ekonomi yang belum stabil sehingga masyarakat belum konsumtif membeli suatu produk, banyaknya

nasabah yang beralih ke pembiayaan yang lain dan kebutuhan nasabah yang lebih banyak diluar juali beli.

Ayat Al-Qur'an yang memaparkan mengenai anjuran kepada umat muslim dalam meningkatkan perekonomian sesuai hukum Islam dijelaskan pada Surat Al-Baqarah (Unggul dan Sutardi, 2017:99).

Mengenai konsep persaingan terdapat dalam Al-Quran :

وَلِكُلِّ وِجْهَةٍ هُوَ مُوَلِّيُّهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَمَا تُكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya: “Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia Menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”. (Q.S Al-Baqarah 2:148)

Berdasarkan pemaparan di atas dianjurkan kepada umat muslim dalam kebaikan mengembangkan dan meningkatkan perekonomian sesuai syariat atau hukum islam yang dapat dilakukan dengan menciptakan strategi bersaing dan inovasi terus menerus dapat dikembangkan.

Strategi bersaing di BMT belum terlaksana maksimal karena banyak produk BMT yang lain juga memiliki keunggulan kompetitif. Dalam penghimpunan dana, BMT BIF memberikan pelayanan kepada nasabah dengan menyediakan produk Simpanan Mudharabah, Simpanan Pendidikan, Simpanan Qurban, dan Deposito Mudharabah. Sedangkan dalam produk pembiayaan yaitu, Mudharabah, Musyarakah, Murabahah, Al-Qard dan Ijarah. Dalam beberapa produk tersebut yang paling diminati adalah produk pembiayaan murabahah, karena bisa membantu nasabah yang mempunyai usaha mikro yang membutuhkan tambahan modal ataupun untuk mengembangkan

usahanya. Dimulai dari tambahan modal sebesar Rp 100.000 - 50.000.000 yang mana bisa di angsur dalam bentuk harian, mingguan, ataupun bulanan.

Berdasarkan permasalahan dan realita yang berkembang di BMT BIF, maka hal tersebut menarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Strategi Bersaing Pembiayaan Murabahah dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Pada BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF) Yogyakarta”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana praktik pembiayaan murabahah di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta?
2. Bagaimana strategi bersaing pembiayaan murabahah dalam meningkatkan keunggulan kompetitif BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan yakni:

1. Untuk mengetahui praktik pembiayaan murabahah di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui strategi bersaing pembiayaan murabahah dalam meningkatkan keunggulan kompetitif BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Peneliti ingin menjadikan penelitian ini sebagai suatu bahan informasi ilmiah untuk menambah wawasan serta pengetahuan bagi penulis khususnya dan pembaca seputar strategi bersaing pada pembiayaan murabahah yang terdapat pada BMT untuk meningkatkan keunggulan kompetitif. Selain itu, bagi lembaga penelitian bidang BMT khususnya bidang strategi bersaing.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi BMT, memberikan saran dan masukan bagi BMT Bina Ihsanul Fikri dalam hal strategi bersaing pembiayaan murabahah dalam meningkatkan keunggulan kompetitif.
- b. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat menambahkan informasi yang lengkap mengenai KSPPS BMT Bina Ihsanul Fikri sehingga masyarakat tertarik untuk bergabung atau menabung di BMT Bina Ihsanul Fikri.
- c. Bagi peneliti dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan dan ilmu mengenai strategi bersaing produk dalam meningkatkan keunggulan kompetitif.

E. Ruang lingkup dan Batasan Penelitian

Untuk menghindari pembahasan penelitian yang terlalu luas dalam penelitian, maka penulis membatasi masalah dengan ruang lingkup yang lebih sempit. Strategi bersaing produknya yaitu “pembiayaan murabahah dalam

meningkatkan keunggulan kompetitif hanya pada BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta”.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penelitian ini dibagi menjadi beberapa bagian yakni :

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang penelitian, masalah pokok, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

Bab ini berisi penjabaran dari tinjauan pustaka yang digunakan penelitian terdahulu, serta kerangka teori.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang daerah dan waktu penelitian, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode analisis.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan dibahas tentang hasil data serta hasil analisa dari penelitian yang telah dilakukan.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari keseluruhan penelitian yang sudah dilakukan, saran serta rekomendasi.