

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tren investasi saat ini terus meningkat seiring ditandai dengan kesadaran masyarakat dalam mengelola keuangan. Investasi merupakan salah satu komponen penting dalam pembangunan ekonomi, Hal tersebut dikarenakan investasi mempunyai hubungan dengan kegiatan-kegiatan ekonomi dimasa depan. Investasi adalah suatu aktivitas penanaman modal yang dilakukan oleh sebuah lembaga atau perorangan dalam jangka waktu tertentu supaya menghasilkan keuntungan di masa yang akan datang.

Investasi sudah banyak diminati dan dipraktekkan oleh masyarakat di Indonesia. Munculnya kesadaran masyarakat untuk berinvestasi dan meningkatnya minat masyarakat untuk berinvestasi dimulai di masa pandemic Covid-19, dimana masyarakat beralasan lebih baik menyimpan dana atau uangnya di investasi dengan bertujuan untuk masa depan, *saving money*, berjaga-jaga jika sewaktu-waktu membutuhkan daripada dipakai untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang belum tentu jelas manfaatnya dan keuntungannya bagi mereka. Dengan adanya fenomena tersebut, maka muncul beragam instrumen investasi dengan tujuan untuk memenuhi preferensi masyarakat yang berbeda-beda. Saat ini untuk mengakses informasi mengenai investasi bisa dilakukan secara online dan juga untuk berinvestasi bisa dilakukan secara online juga dengan ditunjang oleh perkembangan teknologi yang semakin canggih. Alasan seseorang melakukan investasi yaitu untuk mendapatkan kehidupan yang baik dan kebutuhan terpenuhi dengan baik di masa depan.

Salah satu investasi yang aman, menguntungkan, dan minim risiko saat ini yaitu investasi berjangka. Investasi berjangka merupakan salah satu jenis investasi yang disarankan untuk masyarakat khususnya masyarakat pemula yang mau berinvestasi. Investasi berjangka adalah salah satu produk investasi di mana masyarakat akan menyetorkan sejumlah dana untuk

disimpan dalam jangka waktu tertentu dan bisa diambil setelah jatuh tempo. Investasi berjangka banyak diminati oleh masyarakat saat ini karena dari segi keunggulannya investasi ini lebih aman dari tabungan biasa, investasi ini menjamin masyarakat akan mendapatkan keuntungan yang kompetitif, rendah risiko, dan poin terpenting persyaratan yang mudah dengan harga yang terjangkau.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Bapak Hendro Astrin selaku Manajer Operasional Area (MOA) KSPPS Tamzis Bina Utama Kc. Inggit Garnasih Bandung, beliau menuturkan bahwa investasi berjangka mempunyai reputasi sebagai aset yang stabil dan jangka panjang. Investasi berjangka memiliki keunggulan bila dibandingkan dengan investasi yang lain yaitu investasi ini dinilai memiliki potensi penjualan yang besar karena laju inflasi dan harga komoditi yang semakin mahal. Ditambah dengan adanya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya berinvestasi untuk menunjang kebutuhan dan untuk penghidupan yang layak di masa depan membuat sebuah peluang bagi lembaga-lembaga keuangan konvensional dan syariah berlomba-lomba untuk meluncurkan produk investasi berjangka, termasuk di lembaga keuangan mikro syariah salah satunya yaitu Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) di Indonesia.

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) atau sebelumnya disebut Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) terlahir dari perkembangan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) yang merupakan salah satu dari lembaga keuangan mikro syariah unik khas Indonesia. Keunikan KSPPS ditandai oleh fungsi dan peran gandanya yaitu sebagai lembaga bisnis (Tamwil) dan melakukan fungsi sosial yaitu menghimpun dana dari anggota dan menyalurkan dananya kepada masyarakat dalam bentuk ZISWAF dengan bertujuan meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak. Dengan kata lain, KSPPS merupakan tempat menghimpun dana dan berinvestasi bagi masyarakat. Peran KSPPS lebih jelasnya bertujuan untuk menumbuh kembangkan usaha mikro dan menengah di lingkungannya dan

tidak digerakkan dengan motif laba semata, tetapi juga ada motif sosialnya. (Musobih, 2019)

Salah satu KSPPS yang meluncurkan produk investasi berjangka adalah KSPPS Tamzis Bina Utama. Menurut hasil wawancara peneliti dengan Bapak Hendro Astrin selaku Manajer Operasional Area (MOA) KSPPS Tamzis Bina Utama Kc. Inggit Garnasih Bandung, beliau menuturkan bahwa KSPPS Tamzis Bina Utama menyadari adanya peluang atau potensi besar dari produk investasi berjangka ini. KSPPS Tamzis Bina Utama merupakan salah satu lembaga keuangan mikro syariah berbadan koperasi, berprinsip kekeluargaan yang berfokus pada kesejahteraan anggota-anggotanya melalui kualitas pelayanan yang mumpuni, KSPPS Tamzis Bina Utama meluncurkan produk simpanan investasi berjangka guna memenuhi kebutuhan masyarakat khususnya masyarakat yang memiliki mata pencaharian yaitu pedagang usaha mikro kecil menengah dalam berinvestasi. Produk tersebut dikenal dengan nama Simpanan Ijabah (Investasi Berjangka *Mudharabah*), produk simpanan ijabah yaitu produk yang memberikan kemudahan dan keuntungan bagi anggotanya, yaitu dengan cara menggalang modal atau dana dalam bentuk simpanan investasi dengan prinsip mudharabah mutlaqah (bagi hasil). Dari penggalangan dana tersebut, Tamzis mengelola dana secara produktif dalam bentuk pembiayaan kepada masyarakat usaha kecil dan menengah secara profesional sesuai dengan syariah Islam dengan tujuan untuk memenuhi keinginan masyarakat untuk menyimpan dan mengembangkan dana masyarakat dan tentu saja mengikuti jalan Allah SWT. Tamzis menawarkan tingkat bagi hasil yang sangat menguntungkan dan kompetitif. Simpanan Ijabah memiliki keunggulan dibandingkan dengan produk sejenisnya dari lembaga lain terutama pada deposito Bank Konvensional. Keunggulan simpanan ijabah terdiri dari adil, penyaluran untuk membiayai para pedagang dan pengusaha kecil, disalurkan untuk kegiatan usaha halal, perolehan bagi hasil yang menguntungkan dan kompetitif, mudah dalam bertransaksi karena Tamzis

yang datang langsung ke anggotanya, berpengalaman lebih dari 25 tahun, dan memiliki jaringan tingkat nasional.

Koleksi produk simpanan Ijabah hampir sama dengan produk deposito bank konvensional, namun pendanaan simpanan ijabah menggunakan prinsip syariat Islam untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan masyarakat untuk menyimpan dan mengembangkan dana masyarakat dan tentu saja mengikuti jalan Allah SWT.

Pada dasarnya, disamping adanya keunggulan pasti ada kekurangan baik itu dari perusahaan yang sudah berdiri sejak lama sekalipun, kekurangan yang dibahas pada penelitian ini yaitu dari segi perusahaan dan segi produk perusahaan. Kekurangan dari KSPPS Tamzis Bina Utama dan produknya simpanan Ijabah yaitu hanya dikenal di masyarakat pasar saja sedangkan masyarakat luar pasar secara luas belum mengenal Tamzis dan produknya salah satunya simpanan Ijabah ini. Masyarakat luar pasar lebih banyak mengenal lembaga keuangan konvensional dan syariah seperti bank konvensional, bank syariah sehingga mereka dalam memilih produk yang sejenis dengan Ijabah lebih banyak di kedua lembaga tersebut. Tetapi, dapat kita ketahui juga, produk simpanan Ijabah ini banyak peminatnya yang notabene yaitu masyarakat yang memiliki usaha di pasar-pasar, Hal tersebut merupakan segmen pasar Tamzis tetapi produk simpanan Ijabah ini belum menjangkau lebih banyak masyarakat luar pasar. Dalam artian, Tamzis belum maksimal memanfaatkan peluang yang saat ini terjadi di Indonesia yaitu fenomena minat masyarakat luas terhadap investasi. Tamzis sangat memfokuskan pada segmen pasarnya yaitu masyarakat dalam pasar tetapi, disisi lain Tamzis sedang berusaha membangun jaringannya secara luas dengan bertujuan untuk mempertahankan eksistensinya sebagai pelopor KSPPS di Indonesia, dan mampu bersaing dengan KSPPS atau BMT lainnya di Indonesia.

Dalam hal ini, untuk memaksimalkan peluang yang ada Bapak Hendro Astrin selaku Manajer Operasional Area (MOA) beliau menuturkan bahwa, KSPPS Tamzis Bina Utama harus melakukan kegiatan pemasaran

yang tepat guna mempromosikan produk simpanan Ijabah yang tidak hanya peminatnya masyarakat pasar saja tetapi masyarakat luar pasar juga, sehingga presentase peminat simpanan Ijabah makin meningkat baik dari segi jumlah anggota dan jumlah dana Ijabah, meningkatkan pendapatan dan keuntungan perusahaan, menjaga eksistensi KSPPS Tamzis Bina Utama sekaligus meningkatkan citra diri sebagai lembaga keuangan mikro syariah di Indonesia yang ditandai dengan mengenalkan lebih dalam “Ekonomi Syariah” kepada masyarakat luas khususnya masyarakat muslim di Indonesia, dan mampu bersaing dengan lembaga keuangan lain baik itu konvensional atau syariah. Tamzis harus bisa dikenal oleh masyarakat luas (masyarakat luar pasar) sekaligus mengenalkan produk-produk dan layanan khususnya pada produk simpanan Ijabah ini secara lebih efektif dan efisien dimulai dari kemudahan akses, persyaratan, harga terjangkau, kegunaan, keunggulan, dan manfaatnya. Pemasaran memiliki peran penting dalam menginformasikan suatu hal yang perlu diketahui oleh baik untuk anggota maupun calon anggota, semakin luas pemasaran maka semakin banyak anggota yang mengenal suatu produk. Semakin sering dan efektif suatu perusahaan melakukan kegiatan pemasaran maka anggota akan semakin mengenal suatu produk yang ditawarkan. Dengan kata lain, jika pemasaran dilakukan suatu perusahaan secara efektif maka akan menarik minat anggota untuk menggunakan produk simpanan Ijabah.

Dalam kegiatan pemasaran diperlukan konsep strategi, strategi merupakan indikator penting yang digunakan untuk memenuhi tujuan sehingga memunculkan keberhasilan usaha. Strategi harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah terkait dengan kegiatan pemasaran dengan tujuan untuk memaksimalkan peluang-peluang yang ada. Langkah awal dalam perumusan strategi yaitu melalui analisis lingkungan internal dan eksternal yang berkaitan dengan pemasaran suatu perusahaan. Strategi pemasaran memegang peran vital dalam keberhasilan bagi KSPPS untuk mengenalkan dan memasarkan keunggulan produk-produknya.

Pada KSPPS Tamzis Bina Utama Kc. Inggit Garnasih Bandung, berbagai upaya telah dilakukan untuk memasarkan produk simpanan Ijabah. Hasilnya pun baik. Dari tahun ke tahun jumlah anggota dan jumlah dana Ijabah terus meningkat. Hal ini tentu berkaitan erat dengan strategi pemasaran yang digunakan KSPPS Tamzis Bina Utama Kc. Inggit Garnasih Bandung untuk menarik minat anggota pada produk simpanan Ijabah. Strategi pemasaran memiliki keterkaitan yang positif terhadap keputusan anggota untuk memilih atau membeli produk. Apabila strategi pemasaran dilakukan tepat maka anggota akan tertarik untuk memilih atau membeli produk tersebut, dalam hal ini produk simpanan Ijabah. KSPPS Tamzis Bina Utama terus melakukan kegiatan pemasaran terpadu terutama melalui pengembangan produk dan berbagai kegiatan promosi untuk merangsang pertumbuhan permintaan terhadap produknya. (Hendro, Astrin, 2023).

Dengan pergerakan kegiatan marketing yang sudah maksimal maka dapat dilihat dari data yang diperoleh peneliti yaitu total dana ijabah dan total anggota dari tahun 2018-2022 sebagai berikut :

Gambar 1.1 Total Ijabah dan Total Anggota KSPPS Tamzis Bina Utama Kc. Inggit Garnasih Bandung Tahun 2018-2022

REKAP IJABAH KC BIG 5 TAHUN TERAKHIR		
TAHUN	TOTAL IJABAH	TOTAL ANGGOTA
2018	6.602.300.000	191
2019	7.366.300.000	203
2020	7.780.300.000	329
2021	8.154.300.000	336
2022	8.443.300.000	338

Sumber : Arsip Internal KSPPS Tamzis Bina Utama Kc. Inggit Garnasih Bandung

Dilihat dari gambar di atas menunjukkan peningkatan maksimal total ijabah dan total anggota selama 5 tahun terakhir pada produk simpanan Ijabah, Namun demikian, kegiatan pemasaran produk simpanan Ijabah di KSPPS Tamzis Bina Utama Kc. Inggit Garnasih Bandung tidak selalu

berjalan mulus. Meskipun produk simpanan Ijabah mengalami peningkatan dari segi total anggota dan total dana Ijabah dari tahun ke tahun, masih terdapat tantangan dalam memperkenalkan dan mempromosikan produk ini kepada masyarakat. Tantangannya yaitu masyarakat luas di Kota Bandung (masyarakat luar pasar) tidak terlalu mengenal KSPPS Tamzis Bina Utama sekaligus produk-produk dan layanannya khususnya pada produk ijabah ini. Masyarakat luas atau masyarakat luar pasar lebih banyak mengetahui informasi bank konvensional dan bank syariah dengan produk-produk sejenis dengan simpanan Ijabah. Peningkatan minat pada produk simpanan ijabah baik itu total anggota dan total dana ijabah dipengaruhi kegiatan pemasaran tamzis yang berorientasi di masyarakat pasar saja kurang menjangkau masyarakat luar pasar. Jadi, kebanyakan peminat dari produk simpanan Ijabah yaitu masyarakat pasar, presentase peminat produk simpanan ijabah masyarakat pasar dan masyarakat luar pasar yaitu 80%; 20%.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, strategi pemasaran menjadi sangat penting bagi KSPPS Tamzis Bina Utama Kc. Inggit Garnasih Bandung. Melalui strategi pemasaran yang efektif, menjangkau jaringan yang luas utamanya pada masyarakat luar pasar, KSPPS harus dapat mengkomunikasikan nilai-nilai unik dari produk simpanan Ijabah, teknik promosi yang lebih ditingkatkan melalui penggabungan dengan teknologi yang saat ini sudah maju untuk lebih menjangkau calon anggota dari masyarakat luar pasar.

Selain itu, persaingan di pasar juga menjadi faktor penting dalam perumusan strategi pemasaran. Semakin banyak KSPPS, Bank Konvensional, Bank Syariah yang menawarkan produk investasi berjangka, maka persaingan pun semakin ketat. Oleh karena itu, KSPPS Tamzis Bina Utama Kc. Inggit Garnasih Bandung perlu mengembangkan strategi pemasaran yang kuat agar dapat bersaing dengan pesaing lainnya. Strategi pemasaran memiliki kekuatan terbesar untuk menarik konsumen atau masyarakat secara menyeluruh. Dengan strategi pemasaran yang tepat,

KSPPS Tamzis Bina Utama Kc. Inggit Garnasih Bandung dapat meningkatkan minat masyarakat dalam berinvestasi dalam bentuk simpanan investasi berjangka dan mencapai keberhasilan dalam pemasaran produk simpanan ijabah.

Adapun yang dimaksudkan dengan produk investasi berjangka dalam penelitian ini adalah produk simpanan ijabah yang ada di KSPPS Tamzis Bina Utama Kc. Inggit Garnasih Bandung. Dalam melakukan pemasaran produk simpanan Ijabah perlu melakukan langkah-langkah strategi pemasaran berupa analisis lingkungan internal dan analisis lingkungan eksternal. Analisis lingkungan internal menurut SWOT meliputi kekuatan dan kelemahan KSPPS Tamzis Bina Utama Kc. Inggit Garnasih Bandung dalam memasarkan produk simpanan Ijabah, sedangkan analisis lingkungan eksternal menurut SWOT meliputi peluang dan ancaman bagi perusahaan yang mungkin bisa terjadi di masa depan. Dengan kita mengetahui faktor internal dan faktor eksternal dari kegiatan pemasaran suatu perusahaan maka akan mempermudah untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut dan menghasilkan suatu keberhasilan kegiatan pemasaran dari perusahaan tersebut.

Suatu keberhasilan pemasaran perusahaan ditunjang dari keberhasilan produk yang tepat, harga yang tepat, kualitas pelayanan perusahaan tersebut untuk merangsang adanya loyalitas dari masyarakat, saluran distribusi yang baik dan teknik promosi yang efektif dan menyeluruh menjangkau masyarakat luas sehingga, masyarakat mengetahui perusahaan sekaligus dengan produk-produk yang ditawarkan dan menarik minat masyarakat luas. Berdasarkan penjelasan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai produk simpanan ijabah dan menuangkannya dalam penelitian dengan judul: **“Analisis Strategi Pemasaran Produk Simpanan Investasi Berjangka Mudharabah Di KSPPS Tamzis Bina Utama Kc. Inggit Garnasih Bandung”**.

B. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan diatas, agar pembahasan penelitian lebih terarah, peneliti mengidentifikasi rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi KSPPS Tamzis Bina Utama Kc. Inggit Garnasih Bandung dalam memasarkan produk simpanan Investasi Berjangka Mudharabah (Ijabah) untuk menarik minat masyarakat luar pasar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apa saja strategi KSPPS Tamzis Bina Utama Kc. Inggit Garnasih Bandung dalam memasarkan produk simpanan Investasi Berjangka Mudharabah (Ijabah) untuk menarik minat masyarakat luar pasar.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan terkait dengan masalah yang diteliti yaitu strategi pemasaran produk simpanan Ijabah di KSPPS Tamzis Bina Utama Kc. Inggit Garnasih Bandung.
 - b. Sebagai referensi bagi peneliti lain yang ingin mengkaji produk simpanan Ijabah.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang strategi pemasaran produk simpanan investasi berjangka mudharabah.
 - b. Bagi KSPPS Tamzis Bina Utama Kc. Inggit Garnasih Bandung, penelitian ini diharapkan jadi bahan evaluasi dalam mengoptimalkan strategi pemasaran produk simpanan Ijabah di

KSPPS Tamzis Bina Utama Kc. Inggit Garnasih Bandung agar Tamzis dan produknya khususnya produk simpanan ijabah makin dikenal utamanya bagi masyarakat luar pasar sehingga timbul adanya minat masyarakat luar pasar untuk menggunakan produk-produk di Tamzis dan mampu menaikkan lebih banyak anggota.

- c. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi mengenai produk simpanan Investasi Berjangka Mudharabah untuk memilih investasi berjangka di KSPPS Tamzis Bina Utama Kc. Inggit Garnasih Bandung.

