

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Agama Islam adalah agama sempurna yang di dalam ajarannya lengkap menjelaskan pedoman dan aturan disetiap segi kehidupan manusia. Salah satu kewajiban yang harus dipenuhi umat Islam adalah menggunakan produk halal di segala aspek kehidupan termasuk dalam urusan ekonomi. Industri perbankan merupakan hal yang penting dalam kegiatan perekonomian manusia.¹

Saat ini Perbankan Syariah muncul dengan mengusung konsep halal dalam setiap transaksinya. Sehingga masyarakat bisa memilih produk pada bank syariah yang sesuai dengan ajaran agama. Bank Syariah di Indonesia berkembang semakin banyak pada beberapa tahun terakhir seperti yang terlihat pada saat sekarang. Cepatnya laju pertumbuhan dari bank syariah tersebut masyarakat mulai memiliki kesadaran untuk melakukan transaksi atau memakai produk yang ada di bank syariah, dikarenakan bank tersebut memiliki prinsip sesuai dengan ajaran agama Islam.²

Pada bank syariah sekarang tidak hanya dapat melakukan transaksi berupa penyimpanan dan peminjaman,

¹ Abdur Rasyad Shaleh, *Manajemen Dakwah Islam* (Jakarta: PT Bulan Bintang 2013), h. 1

² Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005).h. 1

melainkan di bank syariah, nasabah atau konsumennya sudah bisa untuk melakukan segala pembayaran tagihan yang ada di kehidupan sehari-hari, seperti pembayaran telfon, pembayaran asuransi, pembayaran listrik air dan lainnya. Indonesia memiliki kantor bank syariah sebanyak 2.881 unit yang tersebar di seluruh Indonesia terdiri dari bank umum syariah, unit usaha syariah dan bank pembayaran rakyat syariah.³

Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau margin.⁴ Sedangkan pembiayaan *murabahah* adalah akad jual beli barang dengan harga jual sebesar biaya perolehan ditambah keuntungan yang disepakati dan penjual harus mengungkapkan biaya perolehan barang tersebut kepada pembeli. Berdasarkan konsep jual beli pada pembiayaan *murabahah* termasuk pembiayaan yang bersifat konsumtif, serta pembiayaan *murabahah* sudah mendominasi pada lembaga keuangan syariah maupun lembaga keuangan non bank.

³ OJK, *Otoritas Jasa Keuangan. Statistik Perbankan Syariah November 2016*, 2016, <http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistikperbankan-syariah/default.aspx>.

⁴ Adiwarmanto A, *Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan* (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2010).h. 98

Murabahah pada prinsipnya di dasarkan atas dua elemen pokok, yaitu harga beli dan biaya terkait, serta kesepakatan atas *mark up* atau margin keuntungannya. *Murabahah* berasal dari kata *ribhu* (keuntungan), adalah transaksi jual beli sebagaimana bank harus menyebut jumlah keuntungannya, dan bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual merupakan harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (*margin*). Pada *murabahah* penyerahan barang dilakukan pada saat transaksi sementara pembayarannya dilakukan secara tunai, tangguh ataupun dicicil.⁵

Masyarakat Indonesia dengan penduduknya mayoritas muslim, sebagian kecil sudah memulai menggunakan produk dari bank syariah agar terhindar dari praktik riba yang terdapat pada bank umum. Dari hal tersebut jelas faktor agama lah yang menentukan masyarakat untuk memilih menggunakan produk bank syariah. Selain dari faktor agama, kemudahan transaksi, pelayanannya dan juga biaya administrasi yang diberikan oleh bank syariah yang lebih ringan daripada bank konvensional. Tantangan dalam pengembangan perbankan syariah yang terdapat di Indonesia yaitu kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap perbankan syariah ini, hal tersebut dimungkinkan karena

⁵ Adiwarmen A, *Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan* (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2010).h. 98

banyaknya bank umum yang terdapat di wilayah Indonesia.⁶

Menurut Subardjo, kendala yang muncul sehubungan dengan pengembangan perbankan syariah: pertama, pemahaman masyarakat yang belum tepat terhadap keinginan operasional bank syariah. Kedua, Peraturan perbankan yang berlaku belum sepenuhnya mengakomodasi operasional bank syariah. Ketiga, jaringan kantor bank syariah yang belum luas. Keempat, sumber daya manusia yang memiliki keahlian dalam bank syariah masih sedikit.⁷

Berdasarkan hasil survey pendahuluan yang dilakukan pada tanggal 12 Oktober 2022, wawancara terhadap *customer service* BSI KCP Bengkulu Argamakmur diketahui bahwa jumlah nasabah saat ini masih sangat sedikit sekali dan jauh target. Minimnya nasabah yang datang ke BSI KCP Bengkulu Argamakmur juga dapat dilihat dari sepihnya keadaan kantor. Berdasarkan hasil wawancara juga diketahui bahwa masyarakat di Ketahun belum begitu memanfaatkan produk-produk yang ditawarkan karena pengetahuan masyarakat terhadap produk-produk BSI KCP Bengkulu Argamakmur khususnya pembiayaan *murabahah* masih sedikit. Hal ini terjadi karena strategi pemasaran masih

⁶ Diyana Al Barra, *Evaluasi Akuntansi Praktik Penghimpunan Dana dan Pembiayaan di BMT Yogyakarta* (Skripsi--Fakultas Ekonomi UII, Yogyakarta, 2006), h. 1

⁷ Subardjo Zebriyanti, "Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Audit Delay Pada Perusahaan Perbankan," *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi Volume 5, Nomor 1, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya* 5 (2016), h.2.

kurang yang dapat dilihat dari kurang pihak bank dalam mempromosikan produk-produknya ke masyarakat.

Hasil observasi menunjukkan bahwa kurangnya pihak bank dalam memasarkan produknya dikarenakan sebagian besar masyarakat di siang hari tidak berada dirumah, lebih banyak berkebun sehingga susah ditemui. Selain itu karakteristik masyarakat Ketahun sebagian besar masih berpendidikan rendah sehingga masyarakat kurang berminat terhadap informasi-informasi yang sedang berkembang.

Persaingan merebutkan pangsa pasar yang sangat ketat membuat BSI KCP Bengkulu Argamakmur harus mengkaji pendekatan strategi pemasarannya tidak hanya mengandalkan produk yang berkualitas dan harga yang bersaing, tetapi harus didukung juga oleh upaya-upaya untuk mempromosikan produk dan jasa yang dihasilkan. Dalam mempromosikan produk atau jasanya maka lembaga keuangan syariah BSI KCP Bengkulu Argamakmur diperlukan adanya strategi pemasaran untuk mengetahui kebutuhan pembeli kemudian memuaskan kebutuhan tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Pembiayaan *Murabahah* (Studi pada BSI KCP Bengkulu Argamakmur)”.

B. Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Penelitian ini hanya dibatasi pada strategi pembiayaan *murabahah* dengan menggunakan analisis SWOT.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran pembiayaan *murabahah* pada BSI KCP Bengkulu Arga Makmur?
2. Bagaimana penerapan pembiayaan *murabahah* pada BSI KCP Bengkulu Argamakmur?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui strategi pemasaran pembiayaan *murabahah* pada BSI KCP Bengkulu Argamakmur.
2. Mengetahui pengaruh penerapan pembiayaan *murabahah* pada BSI KCP Bengkulu Argamakmur.

E. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoretis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai wujud pertumbuhan dan perkembangan ilmu pengetahuan.
- b. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi stimulus bagi penelitian selanjutnya. Sehingga proses pengkajian secara mendalam akan terus berlangsung dan memperoleh hasil yang maksimal.

2. Secara Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas khazanah keilmuan keislaman dalam bidang perbankan.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi kepada pihak yang berkepentingan dalam mengambil kebijakan yang berkaitan dengan bidang ekonomi khususnya mengenai strategi pemasaran pembiayaan perbankan.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dapat dijadikan referensi atau dasar dari penelitian yang akan dilakukan oleh penulis, berikut merupakan penelitian terdahulu :

1. Siti Wulandari (2018) dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan *Murabahah* Guna Meningkatkan Jumlah Anggota Dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi

Baitut Tamwil Muhammadiyah BiMU Bandar Lampung)”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan pembiayaan *murabahah* di BTM BiMU Bandar Lampung? Dan bagaimana strategi pemasaran pembiayaan *murabahah* dalam meningkatkan jumlah anggota di BTM BiMU Bandar Lampung? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan pembiayaan *murabahah* di BTM BiMU Bandar Lampung dan untuk mengetahui strategi pemasaran pembiayaan *murabahah* dalam meningkatkan jumlah anggota di BTM BiMU Bandar Lampung. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan dengan menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dan juga menggunakan penelitian kepustakaan (*library research*) guna melengkapi data. Pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa prosedur yang dilakukan oleh BTM BiMU Bandar Lampung telah sesuai dengan ketentuan Islam dengan melakukan analisis kelayakan menggunakan 5C yaitu *character, capacity, capital, condition, collateral*, penerapan pembiayaan *murabahah* di BTM BiMU Bandar Lampung sudah sesuai dengan prosedur dan sudah sesuai dengan prinsip syariah yang jauh dari gharar dan syubhat yang dilarang oleh agama dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh BTM BiMU Bandar

Lampung dalam meningkatkan anggotanya yaitu: meningkatkan kegiatan promosi dan sosialisasi kepada masyarakat, baik dilakukan dengan cara *door to door* maupun silaturahmi di sebuah acara, cara mempromosikan melalui periklanan berupa brosur dan media sosial seperti facebook, Meningkatkan kualitas sumber daya insani dalam proses pelayanan kepada anggota (sasaran untuk semua produk), BTM BiMU Bandar Lampung memberikan reward/apresiasi kepada anggota khususnya untuk produk simpanan idul fitri yang meningkat jumlah saldo tabungannya. Dan dalam kegiatan pemasarannya BTM BiMU juga mengembangkan bauran pemasaran (marketing mix), 7P yaitu: *product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan proses*.⁸

2. Asep Agus Sukoco (2020) dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan *Murabahah* Pada Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Mulya Jaya Mandiri Di Kecamatan Sidomulyo Kabupaten Lampung Selatan. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui strategi pemasaran pada produk pembiayaan pada BMT Mulya Jaya Mandiri. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif dan sifat deskriptif dengan data primer dan sekunder metode pengumpulan

⁸ Siti Wulandari, *Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Guna Meningkatkan Jumlah Anggota Dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi Baitut Tamwil Muhammadiyah BiMU Bandar Lampung)* (Lampung, 2018), <http://repository.radenintan.ac.id/4269/1/SKRIPSI%25.pdf>.

data yang digunakan yaitu interview, observasi dan dokumentasi, metode analisis data yang digunakan adalah teknik kualitatif deskriptif. Strategi yang diterapkan oleh BMT Mulya Jaya Mandiri dalam memasarkan produk *murabahah* adalah dengan menggunakan bauran pemasaran 7P yaitu strategi produk, strategi harga, strategi tempat, strategi promosi, orang (*people*), proses dan bukti fisik. Strategi produk ditunjukkan dengan produk unggulan yaitu produk pembiayaan *murabahah*. Penetapan harga yang sesuai dengan kemampuan nasabah yaitu dengan sistem margin, strategi tempat dimana BMT Mulya Jaya Mandiri berlokasi dipusat kota dan dilingkungan pasar, strategi promosi yang digunakan adalah dengan media online, brosur, jemput bola dan ikut serta dalam kegiatan kemasyarakatan. Kemudian orang (*people*) ditunjukkan dengan karyawan BMT yang melayani nasabah dengan baik, ramah dan sopan santun. Proses dilihat dari prosedur pembiayaan *murabahah* yang baik. Dan bukti fisik ditunjukkan dengan banyaknya nasabah yang memilih produk *murabahah*. Namun promosi yang dilakukan oleh BMT Mulya Jaya Mandiri belum maksimal dikarenakan kurangnya SDM dalam pelaksanaan sosialisasi dan promosi.⁹

⁹ Asep Agus Sukoco, “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Mulya Jaya Mandiri Di Kecamatan Sidomulyo Kabupaten Lampung Selatan” (Universitas Islam

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Jenis penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang mengungkapkan situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara benar oleh kata-kata berdasarkan teknik pengumpulan dan analisa data yang relevan.¹⁰

Pendekatan deskriptif yaitu suatu metode penelitian yang dilakukan dengan tujuan utama untuk membuat gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif.¹¹ Jenis penelitian ini tergolong penelitian lapangan, karena semua yang digali adalah bersumber dari wawancara dan penelitian terjun langsung dilapangan. Tentunya dalam kegiatan wawancara tersebut penulis berhadapan langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan untuk memperoleh data yang valid.

2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di BSI KCP Bengkulu Argamakmur pada bulan Januari 2023.

Negeri Raden Intan Lampung, 2020),
http://repository.radenintan.ac.id/12080/1/PERPUS_PUSAT.pdf.

¹⁰ Djam'an Satori Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 31

¹¹ Suharsimi Arikunto. S, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), h. 29.

3. Informan Penelitian

Sumber informasi (informan) adalah orang-orang yang dijadikan sumber untuk memperoleh informasi-informasi tentang penelitian. Metode pemilihan informan pada penelitian ini menggunakan teknik “*purposive sampling*”, yaitu teknik pengambilan sampel dengan mengambil seluruh anggota populasi sebagai sampel.¹² Pada penelitian ini, informan sebanyak 6 orang yang terdiri dari:

- a. 1 (satu) orang manager pemasaran BSI KCP Bengkulu Argamakmur
- b. 2 (dua) orang *customer service* BSI KCP Bengkulu Argamakmur
- c. 3 (tiga) orang nasabah. BSI KCP Bengkulu Argamakmur

4. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber Data

1. Data Primer

Menurut Sugiyono, sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.¹³ Data primer yaitu data yang peneliti dapatkan dari responden atau sumber

¹² Ibid.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 139.

pertama berupa informasi-informasi yang belum diolah berupa hasil wawancara dengan responden. Data primer dalam penelitian ini bersumber dari manager pemasaran, *customer service* dan nasabah.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono, sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari, dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku serta dokumentasi perusahaan.¹⁴ Pada penelitian ini sumber data sekunder diperoleh melakukan penelitian kepustakaan dan dari dokumen-dokumen yang ada.

b. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi atau yang disebut pula pengamatan, meliputi kegiatan pengamatan dan pencatatan sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti.¹⁵ Pengamatan dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui beberapa hal-hal penting yang berhubungan dalam strategi pemasaran produk

¹⁴ Ibid., h.140

¹⁵ Ibid,188.

pembiayaan *murabah* BSI KCP Bengkulu Argamakmur.

2. Wawancara

Yaitu percakapan yang dilakukan dengan maksud tertentu. Wawancara itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan, dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.¹⁶ Wawancara dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara terbuka dengan pihak-pihak yang terkait dalam strategi pemasaran produk bank syariah.

3. Studi Pustaka

Penelitian ini dilakukan untuk pengambilan data yang bersifat teori yang kemudian digunakan sebagai literatur penunjang guna mendukung penelitian yang dilakukan. Data ini diperoleh dari buku-buku sumber yang dapat dijadikan acuan yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti

4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik untuk memperoleh data melalui buku-buku dan sejenisnya yang relevan dengan penelitian. Pada penelitian ini,

¹⁶ Ibid.

dokumentasi diambil terhadap pembiayaan *murabah* BSI KCP Bengkulu Argamakmur.

5. Teknik Analisa Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.¹⁷ Proses analisis data yang dilakukan penelitian ini menggunakan analisis SWOT

H. Sistematika Penulisan

Pada sistematika laporan ini, penulis membagi laporan tugas akhir ini menjadi 5 (lima) bab, adapun pembagian per bab dalam laporan ini yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan dilaksanakannya penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian.

¹⁷ Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta. Rineka Cipta. 2006), h. 45

BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Pada bab ini menguraikan dan menjelaskan teori-teori yang relevan dengan yang diobservasikan atau masalah yang diteliti terdiri dari strategi pemasaran dalam perspektif syariah, pembiayaan, pembiayaan *murabahah*, SWOT, dan kerangka konseptual.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab III akan menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian yaitu BSI KCP Mulyo Giri Kencana Ketahun.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV akan menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Pada bab V merupakan bab penutup yang terdiri dari simpulan dan saran.

