

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa dekade terakhir. Hal ini ditandai dengan peningkatan jumlah Bank Syariah, produk dan layanan syariah, serta pangsa pasar perbankan syariah. Salah satu produk syariah yang semakin diminati adalah pembiayaan ijarah.

Ijarah adalah akad sewa-menyewa dalam Islam, di mana Bank Syariah (sebagai penyewa) membeli aset dan kemudian menyewakannya kepada nasabah (sebagai penyewa) dengan imbalan upah sewa (ijarah). Produk ijarah menawarkan beberapa keunggulan dibandingkan produk pembiayaan konvensional, seperti bebas riba, sesuai dengan syariah Islam, dan memiliki jangka waktu yang fleksibel.

Pertumbuhan permintaan produk ijarah mendorong Bank Syariah untuk meningkatkan strategi pemasaran produk ini. Manajemen pemasaran produk ijarah yang efektif sangat penting untuk mencapai beberapa tujuan, antara lain:

1. Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk ijarah dan manfaatnya
2. Menarik nasabah baru untuk menggunakan produk ijarah
3. Meningkatkan pangsa pasar produk ijarah di industri perbankan syariah
4. Meningkatkan profitabilitas Bank Syariah

Meskipun memiliki banyak keunggulan, produk ijarah masih menghadapi beberapa tantangan dalam pemasarannya, antara lain: pertama, Pemahaman masyarakat tentang produk

ijarah yang masih rendah. Kedua, Persaingan dengan produk pembiayaan konvensional yang lebih populer. Ketiga, Kurangnya edukasi dan sosialisasi tentang produk ijarah. Keempat, Keterbatasan sumber daya manusia yang ahli dalam produk syariah.¹

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah dipaparkan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Bagaimana strategi Bank Syariah dalam memasarkan produk Ijarah?
2. Bagaimana pengaruh strategi pemasaran produk Ijarah terhadap kinerja keuangan Bank Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi Bank Syariah dalam memasarkan produk Ijarah.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh strategi pemasaran produk Ijarah terhadap kinerja keuangan Bank Syariah.

D. Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan ada manfaat yang dapat diambil bagi semua yang berkepentingan, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

¹ Mahilda Anastasia, 'Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kerupuk Desa Tlasi Tulangan Sidoarjo' Jurnal Tabarru: Perbankan Dan Keuangan Syariah, 4.2 (2021)

1. Kegunaan Teoritis

Manfaat dari penelitian ini secara teoritis untuk pengembangan dan pengetahuan, yaitu diharapkan hasilnya dapat menambah wawasan masyarakat luas mengenai manajemen pemasaran produk ijarah pada Bank Syariah.

2. Kegunaan Praktis

Untuk penulis penelitian ini merupakan bagian dari proses belajar yang diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan, sehingga dapat lebih memahami aplikasi dan teori-teori yang selama ini dipelajari. Diharapkan hasil penulisan ini dapat digunakan sebagai dasar atau sumber informasi bagi peneliti selanjutnya.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan salah satu referensi dasar ketika melaksanakan sebuah penelitian. Karena penelitian terdahulu memiliki fungsi untuk memperluas dan memperdalam teori yang akan dipakai dalam kajian penelitian yang akan dilakukan.²

Pertama penelitian yang dilakukan oleh Didik Hijrianto yang berjudul “Pelaksanaan Akad Pembiayaan Ijarah Muntahiyah Bitamlik Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Mataram”. Hasil penelitian ini diperoleh oleh tahapan-tahapan pelaksanaan Ijarah Muntahiyah Bitamlik yaitu pengajuan permohonan, analisa pembiayaan, persetujuan komite pembiayaan. Pada akhir periode nasabah memilih untuk membeli atau tidak barang yang telah disewa. Faktor-faktor untuk diberikannya pembiayaan Ijarah Muntahiyah bitamlik

² *jopGlass.com*, “penelitian terdahulu”, 17 Juni 2020.,
<https://www.jopglass.com/penelitian-terdahulu/> [Diakses, 9 Juni 2024]

meliputi aspek yuridis, aspek keuangan, aspek manajemen, aspek teknis dan produksi, aspek pemasaran, aspek jaminan, aspek sosial ekonomi, dan AMDAL serta identifikasi mitigasi resiko.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah fokus penelitian dan lokasi penelitian. Dimana fokus penelitian terdahulu menjelaskan tentang pelaksanaan akad Ijarah Muntahiyah Bitamlik, sedangkan fokus penelitian ini adalah menjelaskan tentang Manajemen Pemasaran Produk/Akad Ijarah pada Bank Syariah.³

Kedua penelitian yang dilakukan oleh Dyah Febri Ariyani yang berjudul “Penerapan Akad Ijarah pada Produk Multijasa PJTKI di BPRS Gala Mitra Purwodadi”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa mekanisme yang ada dalam pembiayaan Ijarah Multijasa yaitu proses pembiayaan dan syarat-syarat nasabah untuk mengajukan pembiayaan. Dan penerapan Akad Ijarah Multijasa yang dilakukan Bank berdasarkan objek kebutuhan pada saat nasabah melakukan pengajuan pembiayaan kepada BPRS Gala Mitra Abadi. Sedangkan pembiayaan Ijarah Multijasa BPRS Gala Mitra Abadi untuk mengurus dokumen calon TKI, seperti *medical checkup*, visa, passport, Surat Rekomendasi, dan Tiket Pesawat.

Penelitian tersebut fokus pada mekanisme dari pembiayaan Ijarah Multijasa dan penerapan akad ijarah berdasarkan objek kebutuhan pada saat nasabah melakukan pengajuan pembiayaan. Sedangkan perbedaan

³ Bidik Hijrianto, ‘Pelaksanaan Akad Pembiayaan Ijarah Muntahiyah Bitamlik Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Mataram’ (Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang, 2010)

penelitian yang saya lakukan adalah fokus pada manajemen pemasaran ijarah pada Bank Syariah.⁴

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

a. Jenis Penelitian

Dalam penelitian skripsi ini, penulis menggunakan jenis penelitian kepustakaan (*library research*). Disebut penelitian kepustakaan karena data-data atau bahan-bahan yang diperlukan dalam menyelesaikan penelitian tersebut berasal dari perpustakaan baik berupa buku, ensklopedi, kamus, jurnal, dokumen, majalah dan lain sebagainya.⁵

Studi kepustakaan merupakan langkah yang penting dimana setelah seorang peneliti menetapkan topik penelitian, langkah selanjutnya adalah melakukan kajian yang berkaitan dengan teori dan pembahasan. Dalam pencarian teori, peneliti akan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya dari kepustakaan yang berhubungan dengan topik pembahasan, seperti dari buku, jurnal, majalah, hasil-hasil penelitian, dan sumber-sumber lainnya yang sesuai dengan pembahasan.⁶

⁴ Dyah Febri Aryani, 'Penerapan Akad Ijarah Pada Produk Multijasa PJTKI di BPRS Gala Mitra Abadi Purwodadi' (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2016)

⁵ Nursapia Harahap, 'Penelitian Kepustakaan', Jurnal Iqra, 8.2 (2014)

⁶ M. Nazir, *Metode Penelitian*, Edisi (jakarta : Ghalia Indonesia, 2003), h.27

b. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, yaitu metode yang fokus pada pengamatan yang mendalam. Oleh karenanya, penggunaan metode kualitatif dalam penelitian dapat menghasilkan kajian atas suatu fenomena yang lebih komprehensif.

Metode kualitatif lebih menekankan pada pengamatan fenomena dan lebih meneliti ke substansi makna dari fenomena tersebut. Beberapa Deskripsi digunakan untuk menemukan prinsip-prinsip dan penjelasan yang mengarah pada penyimpulan.⁷

2. Sumber Data dan Teknik pengumpulan Data

a. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder yakni sumber yang di ambil dari buku atau jurnal yang mendukung atau menyangkut dengan materi peneliti untuk melengkapi isi buku.

b. Teknik pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepustakaan. Teknik kepustakaan merupakan cara pengumpulan data dengan bermacam material yang terdapat diruang kepustakaan seperti buku, jurnal, naskah, dokumentasi dan sebagainya yang relevan dengan penelitian.

⁷ [Kemenkeu.go.id, "memahami metode penelitian kualitatif",
https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/12773/memahami-metode-penelitian-kualitatif/ \[Diakses, 9 juni 2024\]](https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/12773/memahami-metode-penelitian-kualitatif/)

1. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses pengelolaan data untuk tujuan menemukan informasi yang berguna yang dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan untuk memecahkan suatu masalah.

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kualitatif yakni pengumpulan data naratif berupa kata istilah tertulis ataupun data lainnya, proses analisis data dimulai dari meninjau semua data yang ada lalu mengambil dan menetapkan data-data mana saja yang dibutuhkan. Selanjutnya hasil dari kajian pustaka tadi akan diolah dengan menghadirkan teori yang ada lalu dibandingkan dengan kenyataan yang ada dilapangan guna untuk menyimpulkan hasil dari penelitian ini.

G. Sistematika Pembahasan

Pemaparan dalam penelitian ini terbagi menjadi sepuluh bagian yang menjelaskan serangkaian pembahasan dari bab 1 hingga bab 10. Peneliti menjabarkan kesepuluh bab untuk mempermudah pemahaman dan penulisan.

BAB I: Pendahuluan, bab ini terdiri dari beberapa sub bab yang akan menjelaskan tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, tujuan penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II: Memuat tentang Teori Pemasaran, Definisi pemasaran menurut para ahli, inti pemasaran, bauran pemasaran, dan manajemen pemasaran.

BAB III: Memuat tentang Manajemen Pemasaran Bank Syariah, pengertian manajemen, tujuan pemasaran Bank, dan Strategi Pemasaran Bank Syariah.

BAB IV: Memuat tentang konsep produk Ijarah, prinsip-prinsip pokok transaksi ijarah, dan rukun dan syarat Ijarah.

BAB V: Memuat tentang konsep Bank Syariah, pengertian Bank Syariah, prinsip Bank Syariah, dasar hukum Bank Syariah, tujuan Bank Syariah, dan Produk Bank Syariah.

BAB VI: Memuat tentang penjelasan Manajemen Pemasaran Produk Ijarah pada Bank Syariah, pengertian dan penjelasan Ijarah, tujuan pemasaran produk ijarah, macam-macam produk ijarah, dan pemasaran dalam perspektif Islam.

BAB VII: Memuat tentang strategi marketing produk ijarah, pengertian strategi pemasaran, pentingnya strategi marketing, strategi pemasaran produk ijarah, penjelasan dasar hukum pembiayaan ijarah, serta penjelasan mekanisme Ijarah dalam sistem Perbankan Syariah.

BAB VIII: Memuat tentang pelaksanaan ijarah dalam Bank Syariah, hak dan kewajiban dalam ijarah, penjelasan tentang pembatalan dan berakhirnya ijarah, etika musta'jir dalam pelaksanaan ijarah ditinjau dari Etika Bisnis Islam, serta lingkungan pemasaran.

BAB IX: Memuat tentang problematika dan implementasi produk ijarah, implementasi Akad Ijarah pada sistem sewa menyewa, implementasi Akad Ijarah pada produk pembiayaan ijarah multijasa, dan implementasi Akad Ijarah pada lembaga keuangan Syariah (LKS) Non Bank.

BAB X: Penutup, Bab ini berisi tentang kesimpulan-kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis. Selain itu dalam bab ini disampaikan pula saran yang diberikan oleh penulis terkait penelitian yang telah dilakukan.

