

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan syariah adalah suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan prinsip syariah atau dengan bahasa lain yaitu hukum islam. Keberadaan akan hadirnya bank syariah ternyata tidak hanya dilakukan oleh masyarakat Islam saja, namun akan tetapi juga bank non muslim. Produk-produk yang ditawarkan dan dikenalkan juga sudah sangat islami, termasuk dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Kegiatan usaha yang paling berperan dari suatu perbankan adalah penghimpunan dan penyaluran dana. Penyaluran dana dengan tujuan untuk mendapatkan dan memperoleh penerimaan akan dapat dilakukan apabila dana telah dihimpun.

Penghimpunan dana dari masyarakat sangat perlu dilakukan dengan cara-cara tertentu sehingga efisien dan dapat disesuaikan dengan rencana penggunaan dana tersebut. Perbankan mempunyai peranan yang sangat penting dan sangat amat strategis dalam menggerakkan roda perekonomian suatu negara. Bank beserta dengan lembaga perekonomian yang lain juga bersama-sama dalam mengelola dan menggerakkan semua potensi ekonomi agar berdaya dan berhasil guna secara optimal.

Seperti yang kita lihat di Indonesia bank memiliki peranan yang sangat penting dan memiliki peran sebagai suatu pelaku dalam sistem

moneter. Dan kebijakan moneter tersebut dilaksanakan melalui lembaga keuangan yang sangat terorganisir seperti bank sentral, bank umum, bank pembangunan dan lembaga keuangan non bank yang dapat digunakan untuk dapat menimbulkan pembentukan dana dalam masyarakat. Dan setelah dana masyarakat tersebut terbentuk lalu kemudian dapat dimanfaatkan ataupun dialokasikan kembali melalui lembaga keuangan dalam bentuk penyediaan uang dan kredit.

Dan disinilah dapat kita lihat peran pemasaran sangat penting dan sangat dibutuhkan. Jika suatu bank masih akan bertindak pasif, maka dapat kemungkinan produk jasa dan pembiayaan perbankan tidak akan dikenal oleh masyarakat. Sehingga dapat kita ketahui sangat diperlukan dan dibutuhkan tangan-tangan ahli manager pemasaran untuk dapat melihat kekuatan dan peluang (kesempatan) yang ada disegala sektor agar produk tabungan ataupun funding dapat segera diterima oleh masyarakat. Kegiatan pemasaran ini diajukan untuk mempertahankan eksistensi dari suatu lembaga keuangan tersebut atau eksisten dari perbankan tersebut dihati nasabah ataupun calon nasabah. Oleh karena itu, maka kegiatan pemasaran ini, nasabah dan masyarakat yang lain dapat memperoleh informasi-informasi yang baik dan akurat mengenai produk, pelayanan, bahkan jasa yang diberikan oleh suatu bank.

Pemasaran ini sangat berperan penting dan sangat diperlukan dalam badan usaha yang lain, mengingat kegiatan pemasaran ini dilaksanakan dimulai dari perencanaan, penentuan produk, harga dan juga

distribusinya dengan maksud dapat memuaskan kepentingan konsumen ataupun nasabah. Dan dalam kegiatan pemasaran juga sangat dibutuhkan juga konsep strategi, sehingga produk tersebut dapat dikeluarkan dan dapat di konsumsi oleh nasabah ataupun masyarakat. Lalu strategi inilah yang akan kemudian digunakan untuk memenuhi tujuan perusahaan baik dalam jangka panjang ataupun jangka pendek. Dan dalam hal ini strategi yang tepat dan disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat sebagai sasaran konsumen. Dalam kegiatan ini juga tidaklah mudah, mengingat persaingan yang dihadapi sangatlah ketat yang dihadapi di pasar, maka dari itu perbankan dituntut untuk bergerak cepat dengan menetapkan strategi yang sesuai dengan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman agar tetap bisa bertahan ditengah persaingan yang semakin gesit.

Dan dari sudut pandang analisis konsumen, strategi pemasaran (marketing strategy) merupakan desain implementasi, dan control rencana untuk mempengaruhi pertukaran demi mencapai tujuan organisasi. Dan dalam buku Marketing Bank Syariah karangan Hasan, integrasi konsep pemasaran yang dimaksud yaitu: (1) Konsep Produksi, yaitu memusatkan pada perhatian usaha-usaha untuk mencapai efisiensi produksi yang tinggi, (2) Konsep Produk, yaitu dikembangkan atas dasar keinginan konsumen, dan realitas pasar menunjukkan bahwa konsumen menyukai produk yang berkualitas yang baik. (3) Konsep Penjualan, memacu pada konsep *good selling service* adalah kemampuan melayani pelanggan dengan baik. (4)

Konsep Kemasyarakatan, konsep ini meyakini bahwa tugas perusahaan adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. (5) Konsep Pemasaran Hubungan, merupakan praktik untuk membangun hubungan jangka panjang yang memuaskan mitra bisnis seperti, pelanggan, pemasok, penyalur. (Ali Hasan,2010: 17-18).

Lembaga keuangan syariah sangatlah berperan penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, seperti yang kita lihat sekarang ini banyak sekali masyarakat Indonesia terutama mereka yang belum mempunyai hunian sendiri maupun mereka yang baru berkeluarga pasti sangatlah menginginkan rumah sebagai hunian sendiri bersama dengan keluarga tersayang. Dan dengan tentunya mengharapkan rumah yang nyaman, sehat dan aman untuk ditinggali, seperti rumah-rumah yang ada dipertanian yang banyak diminati masyarakat. Akan tetapi, di Era seperti sekarang ini harga rumah dan tanah sangatlah mahal dan hal tersebut dapat menyebabkan masyarakat kita terutama masyarakat yang berpenghasilan rendah dan berkeinginan mempunyai rumah yang nyaman dan layak sangat sulit untuk membeli rumah tersebut secara cash atau tunai karena untuk membayar rumah tersebut masyarakat harus mengumpulkan dana yang terlebih dahulu dan hal tersebut membutuhkan waktu yang sangat lama. Dan disinilah peran perbankan khususnya bank syariah untuk menyediakan dana tunai dan memberikan pinjaman dalam bentuk pembiayaan yang akan menjadi solusi bersama untuk mengatasi kondisi seperti ini. Sehingga tidak mengherankan jika hampir sebagian masyarakat

“terpaksa”berhutang untuk memiliki rumah idaman. Akhirnya kondisi seperti inilah yang membuat sebagian besar masyarakat berpenghasilan rendah lebih memilih untuk menyewa rumah dibandingkan memiliki rumah sendiri, karena harga rumah yang begitu mahal. Namun, disisi lain pemerintah berkewajiban untuk melaksanakan pembangunan perumahan dengan jumlah kebutuhan akan rumah yang terus meningkat dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat berpenghasilan rendah dengan tetap memperhatikan persyaratan umum bagi pembangunan rumah yang seja, layak dan aman. Maka dari itu, pemerintah melalui perbankan merancang program kredit atau pembiayaan rumah murah yang memang ditunjukkan untuk masyarakat yang berpenghasilan rendah, yaitu dengan menggunakan program Fasilitas Likuiditas Penyaluran Perumahan (FLPP) atau PPR.

Dengan adanya PPR bersubsidi ini membuat masyarakat yang berpenghasilan rendah atau masyarakat menengah ke bawah dapat terbantu untuk memiliki rumah impian karena adanya program PPR yang dibantu pemerintah untuk memberikan pembiayaan dengan uang muka dan cicilan yang ringan serta margin yang rendah.

Bank Kalsel syariah merupakan satu dari sekian banyak bank yang menerapkan produk pembiayaan konsumtif yaitu pembiayaan pemilikan rumah (PPR). Pada tanggal 13 Agustus 2004 Bank BPD Kalsel Syariah hadir dalam rangka memberikan alternatif pelayanan perbankan kepada masyarakat Kalimantan Selatan yang mayoritasnya beragama Islam. (“Bank Kalsel - sejarah ” n.d.)

Nama produk pembiayaan pemilikan rumah ini di Bank Kalsel Syariah adalah Pembiayaan Pemilikan Rumah Sejahtera Syariah. Pembiayaan Pemilikan Rumah Sejahtera Syariah ini merupakan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah dengan dukungan fasilitas likuiditas pembiayaan perumahan yang diterbitkan oleh Bank pelaksana yang beroperasi secara syariah ke Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) dalam rangka pemilik rumah sejahtera yang dibeli dari pelaku pembangunan. Tujuan pembiayaan ini adalah untuk mempercepat pemenuhan kebutuhan rumah bagi masyarakat berpenghasilan rendah (MBR) melalui Pembiayaan Rumah Sejahtera dalam rangka program sejuta rumah yang dikelola berdasarkan akad *Murabahah*. (“Bank Kalsel - Pembiayaan” n.d.)

Unit layanan syariah ini juga membuka sejumlah cabang pembantu salah satunya cabang pembantu yang terletak di Kabupaten Balangan khususnya kecamatan Paringin. cabang pembantu ini ber alamat pada Jl. A. Yani Kelurahan Batu Piring Kecamatan Paringin Kabupaten Balangan yang dikenal dengan dengan nama Bank Kalsel Cabang Pembantu Syariah Paringin.

Di Bank Kalsel Cabang Pembantu Syariah Paringin ini produk pembiayaan yang paling diminati oleh nasabah adalah pembiayaan pemilikan rumah (PPR). Pembiayaan ini selalu mengalami peningkatan yang cukup signifikan setiap tahunnya. Dan dilihat dari tahun 2018 hanya ada 14 orang yang melakukan pembiayaan pemilikan rumah

(PPR). Setelah tahun 2019 naik menjadi 71 orang. Dan pada pertengahan tahun 2020 jauh lebih meningkat menjadi 110 orang yang melakukan pembiayaan pemilikan rumah (PPR) di Bank Kalsel Syariah Cabang Pembantu Paringin. Dan tidak menutup kemungkinan diakhir 2020 ini akan jauh bisa lebih meningkat dari tahun 2019.

Dan berdasarkan data diatas, maka keberhasilan dalam menyalurkan PPR bersubsidi salah satunya ditentukan oleh pemasaran. Dan yang akhirnya membuat penulis tertarik untuk jauh lebih mengetahui strategi pemasaran apa yang diterapkan pada PT.Bank Kalsel Cabang Pembantu Syariah Paringin pada Produk “Pembiayaan Pemilikan Rumah Sejahtera Syariah “ bersubsidi ini agar tersalurkan serta dapat dinikmati dengan baik oleh masyarakat berpenghasilan rendah untuk memiliki rumah yang layak huni dan milik mereka sendiri. Maka dari itu,penulis ingin melakukan penelitian mengenai hal tersebut yang dituangkan dalam penulisan sebuah Tugas Akhir yang berjudul: “**Strategi Pemasaran Terhadap Produk Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) Sejahtera Syariah Pada PT. Bank Kalsel Cabang Pembantu Syariah Paringin Kabupaten Balangan**” .

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pemasaran pembiayaan pemilikan rumah (PPR) sejahtera syariah pada PT.Bank Kalsel Cabang Pembantu syariah Paringin Kabupaten Balangan ?

2. Apa saja kendala-kendala yang dihadapi PT.Bank Kalsel Cabang Pembantu syariah Paringin Kabupaten Balangan dalam proses memasarkan PPR sejahtera syariah ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran pembiayaan pemilikan rumah (PPR) sejahtera syariah pada PT.Bank Kalsel Cabang Pembantu syariah Paringin Kabupaten Balangan.
2. Untuk mengetahui apa saja kendala-kendala yang dihadapi PT.Bank Kalsel Cabang Pembantu syariah Paringin Kabupaten Balangan dalam proses memasarkan PPR sejahtera syariah.

D. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun secara praktis, diantaranya :

- a. Secara Teoritis
 - a. Sebagai tambahan referensi untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis islam untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam ilmu perbankan syariah serta diharapkan menambah wawasan untuk penulis dan pembaca.
 - b. Sebagai bahan rujukan untuk peneliti lain yang ingin mengembangkan lagi penelitian yang terkait dengan masalah ini dari sudut pandang yang berbeda.

b. Secara Praktisi

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ataupun bahan referensi tentang strategi pemasaran pembiayaan pemilikan rumah(PPR) sejahtera syariah PT..Bank Kalsel Cabang Pembantu syariah Paringin Kabupaten Balangan.

b. Bagi Perguruan Tinggi

Sebagai kontribusi dari penulis untuk menambah keilmuan dan karya ilmiah perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin maupun perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam mengartikan judul yang akan diteliti, maka perlunya definisi operasional agar penelitian ini telah terarah maka peneliti mendefinisikan, antara lain:

1. Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus (Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, 2005: 1092). Strategi yang di maksud oleh penulis disini adalah cara atau metode dari bank dalam melaksanakan kegiatannya, terutama pada strategi pemasaran pembiayaan pemilikan rumah (PPR) sejahtera syariah pada PT.Bank Kalsel Cabang Pembantu syariah Paringin Kabupaten Balangan.

2. Pemasaran adalah aktivitas yang dilakukan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran (Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, 2005: 1092). Pemasaran yang dimaksud oleh penulis disini adalah aktivitas yang dilakukan oleh bank untuk memperkenalkan layanan terbaru pada PT. Bank Kalsel Cabang Pembantu Syariah Paringin Kabupaten Balangan kepada masyarakat agar sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan oleh bank.
- c. Pembiayaan yang diteliti disini adalah pembiayaan pemilikan rumah (PPR) sejahtera syariah adalah pembiayaan berdasarkan prinsip syariah dengan dukungan fasilitas likuiditas pembiayaan perumahan yang diterbitkan oleh Bank pelaksana yang beroperasi secara syariah kepada Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) dalam rangka pemilikan rumah sejahtera yang dibeli dari pelaku pembangunan. Tujuan pembiayaan ini adalah untuk mempercepat pemenuhan kebutuhan rumah bagi MBR melalui Pembiayaan Pemilikan Rumah Sejahtera dalam rangka program sejuta rumah. (“Bank Kalsel - Pembiayaan” n.d.).

F. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini adanya kajian pustaka sangat berperan penting untuk menghindari penelitian yang sama. Maka dari itu penulis menelaah terhadap skripsi dan tesis yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis,

namun substansi pembahasan yang berbeda dengan persoalan yang diangkat oleh penulis, penelitian yang dimaksud adalah :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Metty Novianti (132503016) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam , Jurusan DIII Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang , yang berjudul “Strategi Pemasaran Terhadap Produk KPR BTN Sejahtera iB di BTN Syariah Ditinjau dari Analisis Swot”. Terdapat persamaan dan perbedaan pada penelitian yang dilakukan oleh saudari Metty Novianti dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Persamaannya terdapat pada tema dari penelitian yang mana sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran. Adapun perbedaannya terdapat pada cara saudari Metty Novianti yaitu menggunakan analisis swot, sedangkan penulis tidak membahas menggunakan metode analisis swot.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Mariya Ulpah (1501160178) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah UIN Antasari Banjarmasin, yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah di Bank BRIS KCP Kayu Tangi”. Terdapat persamaan dan perbedaan pada penelitian yang dilakukan oleh saudari Mariya Ulpah dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Persamaannya terdapat pada tema dari penelitian yang mana sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran. Adapun perbedaannya

terdapat pada produk yang digunakan dan perbedaan tempat penelitian yang dilakukan saudari Mariya Ulpah dengan penulis. Adapun hasil penelitian ini lebih memfokuskan terhadap produk tabungan haji yang ada pada Bank BRIS KCP Kayu Tangi, dan sedangkan penulis lebih memfokuskan pada produk pembiayaan pemilikan rumah (PPR) sejahtera syariah pada PT.Bank Kalsel Cabang Pembantu Syariah Paringin Kabupaten Balangan.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Nur Habibah (1501160193) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Jurusan Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin yang berjudul “Strategi Promosi Tabungan Faedah di BRIS KC Banjarmasin ”. Terdapat persamaan dan perbedaan pada penelitian yang dilakukan oleh saudari Nur Habibah dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Persamaannya dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas terkait tentang strategi dari bank. Adapun perbedaannya terdapat pada objek, dan lokasi tempat penelitian.

G. Sistematika Penelitian

Penyusunan penelitian yang dilakukan oleh penulis terdiri dari 5 (lima) bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan yang terdiri atas latar belakang masalah dari permasalahan yang diteliti. Permasalahan sudah tergambar dalam rumusan masalah, yang kemudian dirumuskan pada tujuan penelitian yang merupakan

kegunaan hasil dari penelitian. Untuk menjelaskan istilah-istilah dalam judul penelitian maka dibuatlah definisi operasional. Tinjauan pustaka ditampilkan sebagai informasi adanya tulisan atau penelitian dari aspek lain. Sistematika penulisan adalah susunan tugas akhir secara keseluruhan.

Bab II Landasan Teori, pada bab ini diuraikan masalah-masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang berkesinambungan dengan masalah yang diteliti dari buku, literatur dan sumber informasi dari referensi lain.

Bab III Metode Penelitian, terdiri atas jenis, sifat dan lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, dan prosuder penelitian.

Bab IV Laporan Hasil Penelitian, membahas tentang penyajian data dan analisis data.

Bab V Penutup, pada bab ini penulis menyimpulkan kesimpulan terhadap masalah yang diteliti dan memberikan beberapa saran yang dirasa perlu.