

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Seiring berjalan waktu lembaga keuangan mengalami perkembangan yang sangat pesat seperti saat ini memberi peluang yang besar dalam pencapaian sistem keuangan yang dapat membantu perkembangan perekonomian. Sehingga lembaga keuangan mempunyai strategi dalam memasarkan produk dan jasa serta dilengkapi keunggulannya masing-masing yang tentunya dilengkapi dengan fasilitas untuk kenyamanan nasabah.

Lembaga keuangan adalah sebuah perusahaan keuangan yang kegiatan utamanya melakukan kegiatan ekonomi financial. Lembaga keuangan sangat diperlukan dalam perekonomian modern sebagai mediator antara kelompok masyarakat yang kelebihan dana dan kelompok masyarakat yang kekurangan dana. (sumar'in, 2012, hal. 33)

Adapun fungsi utama lembaga keuangan bank yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan atau investasi, menyalurkan dana yaitu dalam bentuk pinjaman atau biasa disebut pembiayaan, selain itu bank juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa.

Lembaga keuangan bank kini di atur sekaligus diawasi oleh OJK. Namun, sebelum diambil alih oleh OJK pengawasan bank ada ditangan bank sentral di Indonesia. Meskipun demikian OJK melaporkan perkembangan pasar ke Bank

Sentral. Sedangkan untuk pembinaan dan pengawasan prinsip-prinsip syariah dilakukan oleh Dewan Pengawas Syariah Nasional.

Bank syariah beroperasi menggunakan sistem bagi hasil yang di jalankan menggunakan aturan islam,dan tidak menggunakan sistem bunga karena bunga menurut syariah islam adalah riba dan dilarang. Sesuai dengan qur'an surah an-Annisa ayat 161 yang menjelaskan tentang larangan memakan riba.

Allah SWT berfirman dalam Q.S. an-Annisa ayat 161

وَأَخَذِهِمُ الرِّبَا وَقَدْ نُهُوا عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ ۗ  
وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا

*“Dan disebabkan mereka memakan riba, padahal sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya, dan karena mereka memakan harta benda orang dengan jalan yang batil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang yang kafir di antara mereka itu siksa yang pedih”.*

Dalam kegiatan pemasaran bank pasti memiliki sasaran untuk mencapai target yang hendak dicapai. Artinya, nilai penting pemasaran bank terletak dari tujuan yang ingin dicapai dengan menciptakan suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat, memberikan nilai lebih dari produk yang ditawarkan pesaing, menciptakan produk yang memberikan keuntungan serta keamanan agar masyarakat lebih tertarik dan meningkatkan mutu pelayanan dengan memberi informasi yang benar-benar sesuai dengan apa yang di butuhkan nasabah, memberikan pelayanan semaksimal mungkin mulai dari calon nasabah menjadi nasabah bank bersangkutan, berusaha menarik minat masyarakat agar menjadi nasabah bank, berusaha untuk mencari nasabah yang baru baik dari segi kualitas nasabah ataupun dari segi jumlah serta berusaha mempertahankan

nasabah yang lama, dan selalu berusaha meningkatkan kualitas produk serta kepuasan dari nasabah. (Kasmir, 2004, hal. 3)

Pada umumnya hubungan bank konvensional dengan nasabah disebut debitur dan kreditur. Sedangkan bank syariah dengan nasabah biasanya disebut pembiayaan. Dalam kegiatan pembiayaan bank syariah menjalankan dengan berbagai berbagai sistem dan memakai berbagai macam akad yang sesuai dengan syariah islam, yang pelaksanaannya tergantung pada tujuan melakukan pembiayaan untuk apa, misalnya kontrak dengan menggunakan akad *mudharabah*, *musyarakah*, *murabahah* dan beberapa akad lainnya.

Pembiayaan atau *financing*, ialah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung jalannya suatu kegiatan usaha yang sudah di rencanakan, baik dilakukan perorangan ataupun lembaga. (Muhammad, 2015, hal. 16)

Pembiayaan sangat bermanfaat bagi bank syariah, nasabah, dan pemerintah. Aktivitas bank syariah yang memberikan keuntungan paling besar adalah pembiayaan diantara penyaluran dana lainnya yang dilakukan oleh bank syariah. Didalam perbankan syariah tidak mengenal istilah kredit, karena perbankan syariah memiliki istilah dan skema sendiri yang berbeda dari bank konvensional dalam kegiatan penyaluran dananya kepada nasabah yang memerlukan dana. Bank syariah melakukan kegiatan penyaluran dananya kepada nasabah dalam bentuk pembiayaan. Sifat dari pembiayaan, bukan merupakan utang piutang, tetapi merupakan investasi yang diberikan bank kepada nasabah

yang perlu suntikan dana dari bank untuk kelangsungan kegiatan usahanya. (Ismail, 2011)

Pembiayaan mikro sangat berperan penting dalam perkembangan sektor ekonomi disuatu negara yang berkembang. Umumnya sasaran yang di berikan pembiayaan mikro ialah masyarakat yang memiliki usaha mikro, kecil dan menengah. Bagi yang memiliki usaha mikro pembiayaan sangat penting mengingat kebutuhan untuk pembiayaan modal kerja dan investasi yang digunakan untuk menjalankan usaha dan menambah modal kerja.

Pembiayaan produk mikro 75 iB merupakan produk dari BRI Syariah pinjaman dengan tujuan untuk modal kerja dengan nominal limit pembiayaan Rp. 5.000.000 s/d Rp. 75.000.000 dalam jangka waktu 6 sampai 36 bulan dan lama menjalani usaha minimal 2 tahun. Untuk wiraswasta yang memiliki agunan untuk menjadi jaminan seperti tanah, tanah dan bangunan, kendaraan, deposito.

Dalam memasarkan produk Selama ini BRI Syariah KCP Kayutangi melakukan aktivitas pemasaran dengan sistem jemput bola kepada para pedagang dipasar, ditoko maupun komunitas. Dalam hal ini tentu harus merancang strategi dan memperhitungkan strategi pesaing agar pembiayaan tersebut dapat di pasarkan oleh *marketing* agar dapat mencapai target yang telah ditentukan dan meminimalisir kendala-kendala yang akan merugikan pihak bank.

Pembiayaan mikro sekarang menjadi produk pinjaman yang paling diminati masyarakat, apalagi bank mengelolanya menggunakan prinsip syariah yang menggunakan akad *murabahah* untuk usaha kecil dan menengah dan yang pasti tanpa riba atau bunga seperti yang dijalankan BRI Syariah. Namun Dalam

memenuhi kebutuhan nasabah BRI Syariah menghadirkan produk mikro iB dan produk dari pemerintah yang dikelola oleh Bank BRI Syariah KCP Kayu tangi yaitu KUR mikro.

Namun pada kenyataannya, pembiayaan KUR mikro lebih diminati masyarakat karena pembiayaan KUR mendapatkan subsidi dari pemerintah dan margin yang lebih rendah dan margin yang lebih rendah yaitu 0,31% dibandingkan pembiayaan mikro 75 iB produk dari BRI Syariah dengan margin 1,3% sampai 1,1%, dan banyak bank pesaing yang juga memiliki produk mikro dengan margin yang lebih rendah. Tentunya Bank BRI Syariah KCP Kayutangi memerlukan strategi agar produk mikro 75 iB juga mampu bersaing menarik minat masyarakat agar produk tersebut laku di pasaran. Hal ini membuat peneliti untuk mengetahui lebih lanjut tentang bagaimana strategi yang dijalankan marketing selama ini dalam menarik minat masyarakat untuk melakukan pembiayaan mikro khususnya mikro 75 iB pada BRI Syariah KCP Kayutangi Sehingga penulis memilih judul sebagai Tugas Akhir yaitu: “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Mikro 75 iB BRI Syariah KCP Kayutangi”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka permasalahan yang ingin disampaikan peneliti sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi pemasaran produk pembiayaan mikro 75 iB BRI Syariah KCP Kayutangi?
2. Apa saja kendala dalam strategi pemasaran produk pembiayaan mikro 75 iB BRI Syariah KCP Kayutangi?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana Strategi pemasaran produk pembiayaan mikro 75 iB BRI Syariah KCP Kayutangi.
2. Untuk mengetahui apa saja kendala dalam strategi pemasaran produk pembiayaan mikro 75 iB BRI Syariah KCP Kayutangi.

## **D. Signifikasi Penelitian**

Dari data-data yang dihasilkan, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis.

1. Secara Teoritis, sebagai literatur dan khazanah ilmu pengetahuan Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dalam ilmu perbankan

syariah, serta menambah wawasan bagi pembaca dan penulis mengenai strategi pemasaran produk mikro 75 iB KCP Kayutangi.

## 2. Secara Praktis

- a. Diharapkan dapat menjadi referensi atau perbandingan untuk peneliti selanjutnya dalam menyelesaikan tugas akhir kedepannya.
- b. Diharapkan dapat memberikan masukan dan evaluasi pada pihak bank dalam kegiatan pemasaran produk yang ada bank tersebut.

## **E. Definisi Operasional**

Untuk menghindari kesalahan dalam memahami judul dan masalah yang diteliti, maka penulis memberikan penjelasan sebagai berikut:

1. Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. (Tim penyusun Pusat Bahasa, 2005, hal. 1092) Strategi yang dimaksud disini adalah metode atau rangkaian cara yang dilakukan bank untuk menjalankan strategi pemasaran produknya, yaitu pemasaran produk pembiayaan 75 iB pada BRI Syariah KCP Kayutangi.
2. Pemasaran adalah proses sosial untuk menawarkan produk atau jasa yang bernilai kepada pihak lain sesuai dengan yang mereka butuhkan dan inginkan. (Kotler, 2005, hal. 10) Pemasaran yang dimaksud disini adalah pihak bank memasarkan produk ataupun jasa sesuai kebutuhan nasabah sekaligus memberikan informasi produk ataupun jasa yang ditawarkan.

3. Pembiayaan adalah pendanaan yang diberikan suatu pihak kepada pihak lain yang memerlukan dana untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan secara individu ataupun kelompok. (A-Arif, 2010, hal. 43) Pembiayaan yang dimaksud disini adalah pembiayaan mikro 75 iB yang ada pada Bank BRI Syariah KCP Kayutangi.
4. Mikro 75 iB produk dari BRI Syariah pinjaman dengan tujuan untuk modal kerja dengan nominal limit pembiayaan Rp. 5.000.000 s/d Rp. 75.000.000 yang diberikan untuk nasabah yang memiliki usaha kecil atau menengah.

#### **F. Kajian Pustaka**

Untuk lebih validnya karya ilmiah, perlu adanya rujukan berupa referensi yang berkaitan dengan tugas akhir ini sumber yang sangat penting untuk menyusun pembahasan yang dimaksud. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang penulis temukan, antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ririn Widiawati (122503095) dengan judul "Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada Bank Mega Syariah Cabang Ungaran". Penelitian ini berisikan tentang bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan Murabahah pada Bank Mega Syariah Cabang Ungaran. Perbedaan penelitian ini terdapat pada produk yang diteliti dan tempat dilakukannya penelitian.



Sedangkan persamaannya yaitu sama-sama meneliti mengenai strategi pemasaran.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Farida Ayu Avisena Nusantari (107046103822) dengan judul "Strategi BRI Syariah dalam Menganalisis Kelayakan Pembiayaan Mikro (Studi Kasus BRI Syariah Cabang Pembantu Cipulir)". Penelitian ini berisikan tentang langkah dan strategi bank BRI Syariah Cabang Pembantu Cipulir dalam menganalisis apakah nasabah layak atau tidak dalam mendapatkan pembiayaan mikro. Perbedaan penelitian ini terdapat pada pembahasan yang diteliti dan tempat dilakukannya penelitian. Sedangkan persamaannya yaitu sama-sama membahas mengenai strategi dan produk pembiayaan mikro.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Dony Arifin (1301160360) dengan judul "Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan IB *AR-RAHMAN* dengan Akad *Istisna* Pada Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin". Penelitian ini berisikan tentang bagaimana strategi Bank Kalsel KCS Banjarmasin agar dapat menarik minat nasabah untuk melakukan pembiayaan dengan akad *istisna*. Perbedaan penelitian ini terdapat pada produk dan tempat dilakukannya penelitian. Sedangkan persamaannya yaitu sama-sama membahas strategi pemasaran.
4. Penelitian ini dilakukan oleh Andrean Sajidin (1101160267) dengan judul "Strategi Pemasaran Jasa di Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Barabai". Penelitian ini berisikan tentang bagaimana kendala yang

dihadapi Bank Syariah Mandiri KCP Barabai dalam pemasaran produk jasa *safe deposit box*. Perbedaan penelitian ini terdapat pada produk dan tempat dilakukannya penelitian. Sedangkan persamaannya yaitu sama-sama membahas strategi pemasaran.

### **G. Sistematika Penulisan**

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

1. Bab I merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang dari masalah yang diteliti. Permasalahan yang sudah tergambar dalam rumusan masalah, kemudian dirumuskan pada tujuan penelitian berisi hasil yang ingin dicapai penulis, signifikansi penelitian yang merupakan kegunaan dari penelitian itu sendiri dari secara teoritis maupun praktis. Untuk membatasi istilah dan untuk kata yang sulit dipahami yang bermakna umum dalam judul penelitian maka dibuatlah definisi operasional. kajian pustaka ditampilkan sebagai informasi penelitian dari aspek lain, dan sistematikan penulisan yang merujuk pada panduan penulisan tugas akhir secara keseluruhan.
2. Bab II merupakan landasan teori yang berkenaan dengan pembahasan dalam penelitian.
3. Bab III Merupakan metode penelitian, yang dipergunakan untuk menggali data yang terdiri dari jenis penelitian, pendekatan penelitian,

lokasi penelitian, data dan sumber data, objek dan subjek penelitian, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data.

4. Bab IV merupakan laporan hasil penelitian dan analisis data. Pada bab ini, merupakan laporan hasil penelitian yang terdiri dari deskripsi data yang menguraikan gambaran umum lokasi penelitian, penyajian data dan analisa data.
5. Bab V merupakan bab penutup yang berisikan simpulan atau hasil dari penelitian dan memberikan saran-saran berdasarkan hasil dari penelitian ini.