

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. JENIS DAN PENDEKATAN PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian lapangan merupakan sebuah metode atau cara mendapatkan data atau informasi dengan cara langsung turun kelapangan atau ketempat penelitian tanpa perantara orang lain. Jadi, penelitian lapangan melibatkan seorang peneliti dan orang lain yang dijadikan sumber informasi dengan tujuan untuk mengumpulkan data atau informasi sesuai rumusan dan tujuan masalah penelitian. Data yang didapatkan atau dikumpulkan akan diproses kembali untuk di analisis lebih lanjut sebagai hasil karya ilmiah atau hasil penelitian. (Mcmanus, 2007, hal. 53)

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan sebuah jenis pendekatan penelitian yang menggunakan analisis data dengan cara menjabarkan, menjelaskan, mendiskripsikan dan menggambarkan hasil penelitian sesuai fakta dilapangan atau apa adanya tanpa ada unsur rekayasa. Tujuan dari pendekatan penelitian deskriptif kualitatif adalah untuk menjawab dari rumusan masalah penelitian yaitu untuk mengetahui dampak pandemi Covid-19 terhadap bidang pemasaran dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Amuntai dalam menghadapi pandemi Covid-19. (Rahmani, 2016, hal. 5)

## B. LOKASI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Amuntai yang berlokasi di Jl. Abdul Azis 120-1, Antasari, Kec. Amuntai Tengah, Kabupaten Hulu Sungai Utara, Kalimantan Selatan 71417, Indonesia. Alasan peneliti melakukan penelitian di tempat ini karena Kabupaten Hulu Sungai Utara merupakan salah satu wilayah atau daerah yang terlambat terkena dampak pandemi Covid-19 baik dari jumlah orang yang terpapar penyakit maupun kegiatan perekonomian. Oleh sebab itu, sebagian besar kegiatan ekonomi masih tetap berjalan dengan baik dan tidak mengalami penurunan yang signifikan. Akan tetapi, sedikit banyaknya akan tetap akan terasa dampak dari pandemi Covid-19 terhadap kegiatan ekonomi termasuk perbankan syariah, sehingga peneliti tertarik untuk mengetahui **“Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bidang Pemasaran PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Amuntai”**.

## C. SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN

Subjek penelitian merupakan salah satu bagian utama dari sebuah penelitian dalam mendapatkan sebuah informasi atau keterangan yang berkaitan dan berhubungan dengan situasi maupun kondisi tempat penelitian. Subjek penelitian bisa berupa seseorang atau individu, organisasi, perusahaan dan lainnya. Adapun subjek penelitian ini adalah 2 (dua) orang karyawan dari PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Amuntai yang terdiri dari Manajer dan Karyawan bagian *Marketing* yang memahami serta menangani pemasaran produk BSI KUR Mikro.

Objek penelitian merupakan sasaran utama penelitian yang akan diselidiki atau diteliti selama aktivitas atau kegiatan penelitian berlangsung. Adapun objek penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak pandemi Covid-19 terhadap bidang pemasaran dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Amuntai dalam menghadapi pandemi Covid-19. (Luthfiyah, 2017, hal. 152)

#### **D. DATA DAN SUMBER DATA**

##### **1. Data**

Data adalah sesuatu yang dapat diperoleh oleh seseorang dalam melakukan sebuah penelitian dengan berbagai macam cara dan metode untuk di olah dan di analisis dengan tujuan menjadikannya sebagai sebuah hasil penelitian. Data adalah pokok permasalahan yang akan diteliti. (Tabrani, 2015, hal. 77) Adapun data dalam penelitian ini terdiri dari dua, yaitu :

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh atau didapatkan dari pihak pertama melalui wawancara secara langsung maupun tidak langsung dengan menyiapkan pedoman wawancara atau pertanyaan- pertanyaan terhadap pembahasan penelitian. Data primer dalam penelitian ini diperoleh atau didapatkan langsung dari karyawan PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Amuntai yang terdiri dari Manajer dan Karyawan bagian *Marketing*.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh atau didapatkan dari pihak kedua seperti sebuah instansi atau badan yang menggali dan

mengumpulkan data baik itu dari pihak pemerintah maupun pihak swasta. Selain itu, data sekunder juga bisa diperoleh atau didapatkan melalui buku, jurnal, skripsi, berita, koran, laporan-laporan penting dan data pendukung lainnya. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh atau didapatkan dari buku, jurnal, skripsi, berita tentang pemasaran PT Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Amuntai serta data pendukung lainnya. (Hidayat, 2011, hal. 73)

## 2. Sumber data

Sumber data yang akan digali atau diperoleh dalam penelitian ini ada 2 macam, yaitu :

- a. Informan, yaitu sumber utama dalam sebuah penelitian yang dapat membantu dan mendukung untuk menyelesaikan dan menjawab rumusan masalah penelitian dengan memberikan informasi dan data-data penting. adapun informan dalam penelitian ini adalah karyawan PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Amuntai yang terdiri dari Manajer dan Karyawan bagian *Marketing*.
- b. Dokumen, yaitu data-data penting, berguna dan bermanfaat bagi sebuah penelitian yang berhubungan atau berkaitan sebagai tambahan informasi untuk menyelesaikan serta menjawab penelitian. Data dokumen bisa didapatkan secara langsung melalui observasi dan wawancara serta didapatkan secara tidak langsung. Dokumen yang dapat membantu dan mendukung dalam penelitian ini adalah dokumen mengenai tempat penelitian seperti gambaran umum lokasi penelitian, visi dan misi perusahaan atau instansi, struktur organisasi,

data kinerja karyawan, data pembiayaan dan dokumen pendukung lainnya. (Sugiyono, 2016, hal. 51)

#### **E. METODE PENGUMPULAN DATA**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Observasi, yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati atau memahami secara langsung maupun tidak langsung terhadap keadaan, situasi dan kondisi tempat penelitian. Adapun observasi dalam penelitian ini adalah peneliti melakukan observasi secara langsung dan mengamati keadaan tempat penelitian dan kondisi wilayah amuntai.
2. Wawancara, yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab atau memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada sumber utama atau informan penelitian. Wawancara dapat dilakukan secara langsung atau lisan dengan tatap muka dan menyiapkan pedoman wawancara serta wawancara secara tidak langsung melalui telepon, media sosial dan lainnya. Adapun wawancara dalam penelitian ini adalah peneliti melakukan tanya jawab dengan informan atau karyawan dari PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Amuntai secara langsung (*face to face*).
3. Dokumentasi, yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mencari data-data yang membantu dan mendukung penelitian dari sumber terpercaya seperti buku, jurnal, foto, laporan dan dokumen lainnya. Adapun dokumentasi dalam penelitian ini adalah dokumentasi penelitian seperti

foto, laporan pemasaran produk PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Amuntai dan data penting lainnya. (Sudaryono, 2019, hal. 222)

## **F. TEKNIK ANALISIS DATA**

Teknik analisis data dilakukan bertujuan untuk mengolah data yang telah didapatkan atau dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1 Editing data (Penyeleksian Data), yaitu dengan melakukan secara selektif terhadap data yang sudah didapatkan atau dikumpulkan dan bila ada kekurangan atau kesalahan akan dilakukan perbaikan, sehingga diperoleh data yang valid.
- 2 Kategorisasi data (Pengelompokan Data), yaitu dengan menyusun secara lengkap terhadap data yang diperoleh berdasarkan kelompok permasalahannya, sehingga sudah tersusun secara sistematis dan mudah untuk dipahami.
- 3 Interpretasi data (Penafsiran Data), yaitu dengan memberikan penjelasan secukupnya pada data yang kurang jelas dipahami, sehingga mudah dimengerti dalam rangka memperoleh kandungan makna data yang sudah disajikan.

Teknik Analisis Data yang digunakan Penulis dalam Penelitian ini adalah menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Teknik analisis deskriptif kualitatif yaitu menganalisis dengan jalan mengklarifikasikan data-data yang berdasarkan

kesamaan jenis dari data tersebut kemudian diuraikan sedemikian rupa sehingga akan diperoleh gambaran yang utuh dari permasalahan yang diteliti.

Adapun beberapa tahapan yang penulis lakukan dalam menganalisis data penelitian ini yaitu:

a. Reduksi Data

Data yang sudah diperoleh ditulis kedalam bentuk laporan atau data yang terperinci. Laporan yang telah disusun berdasarkan data yang diperoleh akan dirangkum dan dipilih hal-hal yang pokok serta difokuskan pada hal-hal yang penting yang merujuk pada penelitian.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan informasi tersusun yang telah memberi kemungkinan untuk pengambilan dan penarikan kesimpulan dari suatu penelitian. Melalui penyajian data maka data dapat terorganisasi, tersusun dalam suatu pola hubungan antara kategori dan sejenisnya.

c. Penyimpulan dan Verifikasi

Penyimpulan dan verifikasi adalah kegiatan penyimpanan yang merupakan langkah kelanjutan dari kegiatan reduksi dan penyajian data. Data yang telah direduksi dan disajikan secara sistematis serta dapat disimpulkan sementara dari suatu proses “menarik” dalam arti memindahkan sesuatu dari tempat ke tempat yang lain. Menarik kesimpulan penelitian harus dengan mendasarkan diri atas semua data yang telah diperoleh dari penelitian. (Suharsaputra, 2014, hal. 187)

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA**

#### **A. PENYAJIAN DATA**

Data yang disajikan dalam penelitian ini adalah data tentang “Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bidang Pemasaran PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Amuntai”. Dapat diperoleh langsung dari lapangan melalui dokumentasi dan wawancara. Pada pembahasan ini akan disajikan hasil dokumentasi yang telah dilakukan peneliti selama di lapangan.

##### **1. Sejarah Singkat Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai**

Bank Syariah memainkan peranan yang berarti selaku fasilitator pada segala kegiatan ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami kenaikan serta perkembangan yang signifikan dalam kurun 3 dekade ini atau kurang lebih 30 tahun.

Inovasi produk, peningkatan layanan dan pengembangan jaringan yang menunjukkan tren yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan korporasi. (Bank Syariah Indonesia, 2021)

Bank Syariah Indonesia merupakan hasil gabungan dari tiga bank umum syariah yaitu BRI Syariah, BNI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri. Pada tanggal 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri,

BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI), yang diresmikan oleh Bapak Presiden Joko Widodo.

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan suatu ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah Perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam. (Bank Syariah Indonesia, 2022).

Dengan adanya penggabungan bank ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan yang lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai sendiri sebelumnya adalah Bank Syariah Mandiri KCP Amuntai.

## 2. **Visi Misi Bank Syariah Indonesia** (Bank Syariah Indonesia, 2021)

### a. Visi

*“Top 10 Global Islamic Bank”*

### b. Misi

#### 1) Memberikan akses solusi keuangan Syariah di Indonesia

*“Melayani > 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank*

*berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025”*

#### 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham

*“Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (REO 18%) DAN VALUASI KUAT (PB>2)”*

- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talent terbaik Indonesia

*“Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja”*

### **3. Tujuan Pendirian Dan Merger Bank Syariah Indonesia (Afdika, 2021)**

- a. Meningkatkan Layanan Kepada Nasabah Bank Syariah Indonesia

Dengan menggabungkan tiga bank syariah besar, tentu akan tergabung tiga layanan bank dalam satu pintu untuk mengoptimalkan prospek bisnis dan pengembangan perbankan syariah di Indonesia. Sinergitas yang dihasilkan dari merger ini tentu akan semakin kuat dan kokoh dan sejalan dalam visi bank syariah di Indonesia di masa depan.

- b. Perbaiki Proses Bisnis

Akan sangat mudah bagi pemerintah untuk mengawal prinsip syariah yang dijalankan oleh BSI dan tentu saja ini akan memperbaiki proses bisnis syariah yang sudah berjalan baik selama ini. Meski ada tantangan dalam hal penggabungan nasabah, tantangan ini akan sebanding dengan proses bisnis syariah yang semakin baik kedepannya karena dikelola oleh satu bank.

c. *Risk Management*

Pengelolaan BSI akan meminimalisir resiko-resiko yang mungkin terjadi dalam pengelolaan bisnis perbankan di masa depan. Keberhasilan Bank Mandiri saat ini yang berawal dari hasil merger empat bank sebelumnya menjadi pelajaran bahwa resiko perbankan bisa diminimalisir jika ketiga bank syariah plat merah ini digabungkan menjadi satu.

d. Sumber Daya Instansi

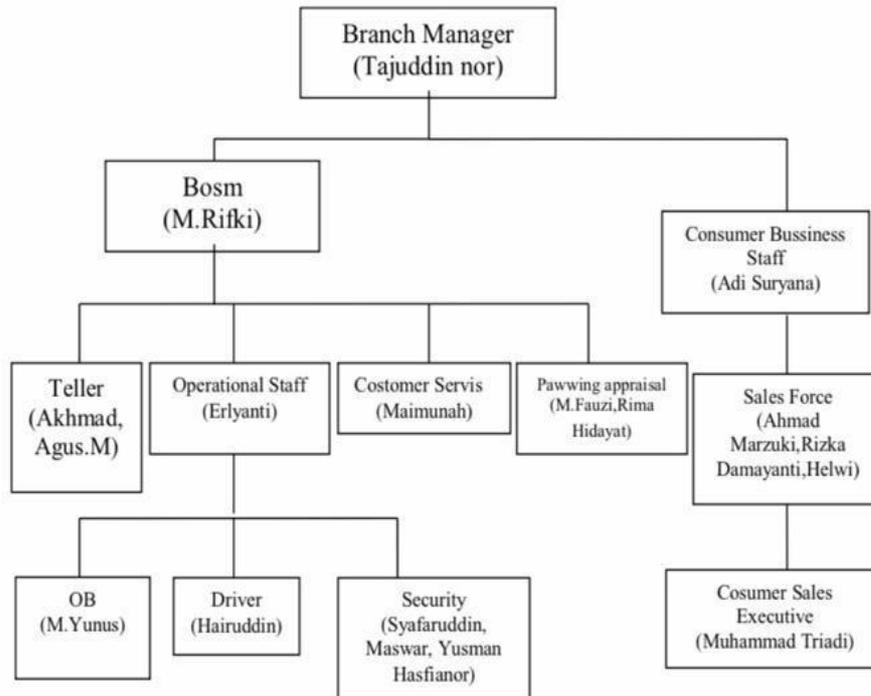
BSI akan menyeleksi sumber daya terbaik untuk menjalankan industri perbankan syariah lebih baik lagi dibandingkan jika berjalan sendiri dengan tiga entitas berbeda. Hal ini akan membuat setiap instansi dan jajaran direksi akan diisi oleh tenaga profesional dan bekerja dalam satu payung lembaga dengan visi dan misi yang searah.

e. Penguatan Teknologi Digital

Pengembangan teknologi dan inovasi perbankan terus bermunculan dan ini adalah tugas dari Bank Syariah Indonesia untuk menyeragamkan teknologi syariah yang ada di Indonesia. Harapannya, teknologi digital yang diusung oleh BSI dapat menjadi tolok ukur untuk sistem teknologi informasi berbasis Syariah dalam skala nasional. Dari segi teknologi, BSI membuat website serta aplikasi Bank Syariah Indonesia mobile berbasis online yang memudahkan masyarakat dalam mengaksesnya.

#### 4. Struktur Pt Bank Syariah Indonesia Kcp Amuntai

**Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Amuntai**



Sumber : Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Amuntai

### B. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini peneliti menguraikan data dan hasil penelitian tentang permasalahan yang ada di bab 1 berikut ini adalah hasil dari penelitian melalui wawancara yang penulis lakukan pada bank Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Amuntai :

#### 1. Dampak Pandemi Covid 19 terhadap Pemasaran produk BSI KUR Mikro di.PT Bank Syariah Indonesia, Tbk. KCP Amuntai.

Dampak pandemi covid-19 yang terjadi di Indonesia diperkirakan akan memicu pertumbuhan kredit ataupun pembiayaan pada sektor

perbankan melambat atau mengalami penurunan, yang kedepannya akan mengakibatkan turunnya profitabilitas industri, serta peningkatan kredit macet (non performing loan / NPL). Wabah corona menyebar ke berbagai provinsi di Indonesia sehingga membuat sektor ekonomi termasuk UMKM terkena imbasnya.

Dampak pandemic covid-19 menyebabkan sektor Usaha Mikro kecil berdampak yang membuat suatu keadaan melemah. Pandemi covid-19 membuat sektor Bank Syariah Indonesia KCP. Amuntai khususnya pada hal pembiayaan menjadi sebuah tantangan khusus. Dimana saat pandemic covid-19 membuat bank mengambil kebijakan dalam menyalurkan KUR terhadap usaha-usaha di masa pandemic ini.

Dalam menyalurkan saat pandemic lebih selektif dan berhati-hati dari pada sebelum covid-19. Pada masa sebelum covid-19 memang melakukan prinsip kehati-hatian tetapi saat terjadinya pandemic tersebut jauh lebih selektif dan hati-hati. Memberikan penyaluran KUR pada masa pandemic covid-19 tidak dapat maksimal, hanya memberikan setengah dari pengajuan karena bank mengetahui jika usaha-usaha saat ini mengalami penurunan kapasitas dan pendapatan yang nantinya akan beresiko besar pada bank sendiri sehingga bank membuat kebijakan tersebut.

Dari data yang telah didapatkan dari peneliti telah menemukan bahwa pandemic covid-19 berdampak terhadap penyaluran KUR dengan membuat kebijakan pada nasabah. Sebagai contoh kebijakan tersebut di masa pandemic dalam memberikan penyaluran KUR tidak maksimal,

hanya bisa memberikan 50% dari pengajuan dan saat sebelum pandemic dapat memberikan hingga 80% dari pengajuan. Hal ini menghindari resiko yang besar dalam perbankan sendiri.

Virus covid-19 memberikan dampak yang tidak hanya merenggut Kesehatan namun juga mempengaruhi perekonomian masyarakat sehingga muncul beberapa dampak negative sebagai beriku:

**a. Dampak negative dari pandemic terhadap pemasaran Produk BSI KUR Mikro**

- 1) Bank Syariah kehilangan pendapatan dari pembiayaan hingga bagi hasil, di karenakan nasabah memasuki periode gagal bayar bulan keempat dan kelima.
- 2) Komplain yang bisa terjadi karena miskomunikasi.
- 3) Dari segi penjualan menurun.
- 4) Menurunnya hasil pemasaran.
- 5) Banyak nasabah yang tidak bisa bayar dan minta keringanan angsuran.

**b. Dampak Positif dari pandemic terhadap pemasaran Produk BSI KUR Mikro**

- 1) Menekankan masyarakat agar memahami bertransaksi secara online.
- 2) Berkurangnya beban kerja yang dirasakan oleh pegawai karena nasabah lebih banyak bertransaksi secara online.
- 3) Pegawai dan nasabah tidak perlu repot bertemu secara langsung.
- 4) Tidak perlu berjalan-jalan kepasar ataupun kunjungan.

## 2. Keinginan dan kebutuhan berdasarkan hasil penelitian.

Kebutuhan adalah semua bentuk barang serta jasa yang kita butuhkan dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Selain itu, keinginan adalah segala kebutuhan berlebih terhadap sesuatu yang dianggap kurang. Pada dasarnya, keinginan tidak bersifat mengikat dan kita tidak punya keharusan untuk segera memenuhinya.

Pada dasarnya, keinginan tidak bersifat mengikat serta kita tidak punya keharusan untuk segera memenuhinya. Sehingga, karena kita sering tidak menyadari barang mana saja yang kita butuhkan, justru keinginan yang kita utamakan. Kebutuhan menimbulkan motivasi bagi seseorang untuk mencari informasi tentang pilihan apa saja untuk memenuhinya.

Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa informan mengenai keinginan dan kebutuhan pada produk KUR Mikro pada masa pandemic yaitu sebagai berikut:

### a. Informan dari Nasabah

Nama : Bahran

Usia : 49 Tahun

Pendidikan : SI Administrasi Publik

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Bahran selaku nasabah Bank Syariah Indonesia TBK.Kcp Amuntai di dapat bahwa keinginan dan kebutuhan nasabah tidak sepenuhnya terpenuhi dikarenakan pada saat pandemic usaha mengalami penurunan, sehingga nasabah sulit membayar angsuran. Dan nasabah

mengharapkan pihak bank memnerikan keringanan misalnya memperpanjang tempo pembayaran.

b. Informan dari BSI

Nama : Rima Hidayati

Usia : 30 Tahun

Jabatan : Pawwing appraisal

Pendidikan : S1 Pertanian

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Rima Hidayati selaku Pegawai Bank Syariah Indoneis TBK.Kcp Amuntai di dapat bahwa keinginan dan kebutuhan masih belum tercapai di karenakan kondisi ekonomi pada saat pandemi sangat menurun seingga sulit untuk mencapai target tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan di atas dapat disimpulkan bahwa keinginan dan kebutuhan nasabah terhadap produk KUR Mikro pada masa pandemic tidak terpenuhi.

Berdasarkan hasil observasi memang terlihat kurangnya keinginan nasabah pada produk KUR Mikro di karenakan pada masa covid ekonomi mengalami dampak negative sehingga berpengaruh besar terhadap minat keingian dan kebutuhan nasabah terhadap produk tersebut.

Berdasarkan hasil dokumentasi bahwa keinginan dan kebutuhan nasabah belum terpenuhi dibuktikan dengan kurangnya nasabah memakai produk tersebut yakni pada sejak bulan Januari

**Tabel 4. 1 Jumlah Data Peminjam Kur Pertahun**

No	Tahun	Jumlah Peminjam Kur
1	2019	48
2	2020	27
3	2021	40
4	2022	56

Sumber: Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Amuntaai

Hal ini tidak sejalan dengan teori Philip Kotler (2007) yaitu, pemasaran adalah fungsi bisnis yang mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan yang belum terpenuhi sekarang dan mengukur seberapa besar pasar yang akan dilayani, menentukan pasar sasaran mana yang paling baik dilayani oleh organisasi, dan menentukan berbagai produk, jasa dan program yang tepat untuk melayani pasar tersebut

## 1. Pelayanan

Pelayanan adalah rangkaian aktivitas perilaku serta tugas karyawan bank dalam menerima kedatangan atau berkomunikasi dengan nasabah secara langsung ataupun tidak langsung. Pelayanan merupakan jasa yang diberikan oleh bank terhadap nasabah untuk menjaga loyalitas nasabah terhadap bank.

Islam adalah agama yang sangat menjunjung tinggi nilai pelayanan. Dalam dunia apapun pelayanan tetap dinomor satukan terlebih dengan hadirnya perbankan Syariah. Perbankan Syariah tampil dengan mengutamakan pelayanan kepada setiap nasabah sehingga nasabah tersebut merasa puas dan nyaman. Oleh karena itu setiap bank berlomba-lomba dalam memberikan pelayanan yang sangat baik, hal ini disebabkan karena arena pelayanan bentuk penghormatan bank kepada nasabah.

Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa informan mengenai pelayanan dalam pemasaran produk KUR Mikro pada masa pandemic yaitu sebagai berikut:

c. Informan I dari Nasabah

Nama : Herlianti

Usia : 29 Tahun

Pendidikan : SMA

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Herlianti selaku Nasabah Bank Syariah Indoneis TBK.Kcp Amuntai di dapat bahwa pelayanan masih belum memuaskan bagi nasabah di karenakan karyawan belum mampu memberikan informasi mengenai produk tersebut kepada nasabah dan mengakibatkan kurangnya pengetahuan nasabah akan produk dari bank tersebut

d. Informan II dari Nasabah

Nama : Bahran

Usia : 49 Tahun

Pendidikan : S1 Adminsitrai Publik

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Bahran selaku Nasabah Bank Syariah Indoneis TBK.Kcp Amuntai di dapat bahwa adanya keluhan terlalu lama menunggu sehingga menyebabkan nasabah merasa kurang nyaman.

e. Informan dari BSI

Nama : Rima Hidayati

Usia : 30 Tahun

Jabatan : Pawwing appraisal

Pendidikan : S1 Pertanian

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Rima Hidayati selaku Pegawai Bank Syariah Indonesia Tbk. Kcp Amuntai di dapat bahwa dalam memberikan pelayanan pihak bank yang bertugas sudah memberikan pelayanan terbaik namun ada saja beberapa Kendal yang menyebabkan pelayanan tersebut terhambat, misalnya seperti kurangnya pemahaman masyarakat atau nasabah dalam memahami dan menerima informasi dari pihak bank, sehingga terjadi kesalahpahaman antara nasabah dan pihak bank.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan terhadap produk KUR Mikro pada masa pandemic tidak terpenuhi, dikarenakan karyawan belum mampu memberikan informasi mengenai produk tersebut kepada nasabah, adanya keluhan terlalu lama menunggu sehingga menyebabkan nasabah protes karena komunikasi yang kurang.

Berdasarkan hasil observasi memang terlihat pelayanan masih belum memuaskan nasabah ada yang protes dan terjadi perselisihan antara dua belah pihak sehingga nasabah membatalkan untuk peminjaman dana tersebut

Hal ini tidak sejalan dengan teori Philip Kotler (2007) yaitu, pemasaran adalah fungsi bisnis yang mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan yang belum terpenuhi sekarang dan mengukur seberapa besar pasar yang akan dilayani, menentukan pasar sasaran mana yang paling baik dilayani oleh organisasi, dan menentukan berbagai produk, jasa dan program yang tepat untuk melayani pasar tersebut.

## 2. Sasaran

Sasaran atau dengan kata lain tujuan adalah tentang di masa yang akan datang dengan hasil yang diinginkan, dibayangkan, direncanakan, dan untuk mencapai seseorang atau sekelompok orang. Orang-orang berusaha untuk mencapai tujuan dalam waktu yang terbatas dengan memakai waktu yang telah dibatasi.

Berdasarkan hasil wawancara dari informan mengenai sasaran dalam pemasaran produk KUR Mikro pada masa pandemic yaitu sebagai berikut:

### f. Informan dari BSI

Nama : Tajuddin Noor  
Usia : 34 Tahun  
Jabatan : Branch Manager  
Pendidikan : S1 Ekonomi Syariah

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Tajuddin Noor selaku Pegawai Bank Syariah Indonesia Tbk.Kcp Amuntai di dapat bahwa selama covid dan PSBB di berlakukan yang biasanya sasaran ke pasar terjun kelapangan dan untuk mencari nasabah pada masa itu sangat sulit, karena toko banyak yang tutup sekolah libur dan masyarakat ditekankan hanya diam dirumah. Pada masa pandemic tersebut sasaran kami ke UMKM, toko-toko yang tidak terdampak seperti toko jual smartphone,apotek, toko alat tulis, dan rumah makan yang menjual secara online.

Berdasarkan hasil observasi memang terlihat Sasaran produk KUR Mikro belum tercapai di karenakan kesulitan dalam memasarkan produk selama pandemic. UMKM banyak yang tidak berjalan sehingga pencapaian sasaran ini juga berpengaruh terhadap produk tersebut.

Hal ini tidak sejalan dengan teori Philip Kotler (2007) yaitu, pemasaran adalah fungsi bisnis yang mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan yang belum terpenuhi sekarang dan mengukur seberapa besar pasar yang akan dilayani, menentukan pasar sasaran mana yang paling baik dilayani oleh organisasi, dan menentukan berbagai produk, jasa dan program yang tepat unntuk melayani pasar tersebut.

### **3. Produk**

Produk adalah sesuatu yang bersifat kompleks, yang bisa di raba maupun tidak bisa diraba yang di dalamnya berupa kemasan, harga, perusahaan dan pelayanan jasa perusahaan yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan.

Produk adalah sesuatu yang dapat dijual atau ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai maupun dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.

Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa informan mengenai pada produk KUR Mikro pada masa pandemic yaitu sebagai berikut:

## g. Informan dari BSI

Nama : Rima Hidayati

Usia : 30 Tahun

Jabatan : Pawwing appraisal

Pendidikan : S1 Pertanian

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Rima Hidayati selaku pegawai Bank Syariah Indonesia TBK.Kcp Amuntai di dapat bahwa di BSI Amuntai menyediakan pinjaman untuk usaha UMKM seperti terdapat di tabel di bawah ini.

**Tabel 4. 2 Pinjaman Untuk UMKM**

NO	Macam-macam KUR	Limit
1	KUR Super Mikro	Rp 10.000.000
2	KUR Mikro	Rp 10.000.000 - 500.0000.000
3	KUR Kecil	Rp 50.000.000 500.000.000

Sumber : Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Amuntai

## a. Informan dari Nasabah

Nama : Bahran

Usia : 49 Tahun

Pendidikan : S1 Adminsitrai Publik

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Bahran selaku Nasabah Bank Syariah Indonesis TBK.Kcp Amuntai di dapat bahwa beliau memakai produk KUR Mikro karena pada saat itu usaha yang telah di bangun tidak menemukan titik terang akibat menurunnya pendapatan. Ditambah modal yang ada terus menerus berkurang karena kurangnya pembeli. Sehingga memutuskan untuk meminjam dana KUR tersebut, uang yang digunakan untuk membeli berbagai kelengkapan dan kebutuhan usaha yang telah dibangun tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan di atas dapat disimpulkan bahwa produk KUR Mikro sesuai tetapi hanya beberapa usaha yang masih berjalan dan tidak terlalu kena dampak pada masa pandemic seperti apotek,toko eletronik,toko smartphone,toko penjual pulsa.

Berdasarkan hasil observasi memang terlihat penggunaan produk tersebut di masa covid hanya ada beberapa nasabah dibandingkan sebelum covid, dikarenakan usaha yang mereka bangun mengalami penurunan drastis akibat terkena dampak.

Hal ini sejalan dengan teori Philip Kotler (2007) yaitu, pemasaran adalah fungsi bisnis yang mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan yang belum terpenuhi sekarang dan mengukur seberapa besar pasar yang akan dilayani, menentukan pasar sasaran mana yang paling baik dilayani oleh organisasi, dan menentukan berbagai produk, jasa dan program yang tepat untuk melayani pasar tersebut.

#### 4. Jasa dan program

Jasa adalah setiap Tindakan atau kegiatan yang dapat di tawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya bersifat tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu dan jasa dilakukan antara pemberi dengan penerima jasa saling mempengaruhi hasil jasa tersebut.

Program adalah kumpulan-kumpulan instruksi dalam bentuk Bahasa, kode skema, ataupun bentuk lain. Apabila dijadikan satu dengan media yang bisa di baca oleh computer serta mampu membuat komputer bekerja untuk melakukan fungsi khusus termasuk persiapan dalam merancang instruksi tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dari informan mengenai jasa dan program yang dilakukan Bank Syariah Indoneis TBK.Kcp Amuntai pada masa pandemic yaitu sebagai berikut:

b. Informan dari BSI

Nama : Rima Hidayati

Usia : 30 Tahun

Jabatan : Pawwing appraisal

Pendidikan : S1 Pertanian

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Rima Hidayati selaku pegawai Bank Syariah Indoneis TBK.Kcp Amuntai di dapat bahwa program dan jasa yang disediakan bank sangat membantu nasabah untuk memnuhi kebutuhan yang diinginkan secara syariah. Nasabah tidak perlu datang ke bank untuk melakukan transaksi, nasabah dapat menggunakan jasa melalui program mobile banking untuk memudahkan bertransaksi dengan tidak datang ke tempat.

Berdasarkan hasil observasi terlihat pihak bank mampu memberikan jasa dan program kepada nasabah di saat pandemic dengan benar dan jelas, untuk memudahkan nasabah tidak perlu mendatangi bank untuk melakukan keperluan yang ingin dilakukan.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa hal ini sejalan dengan teori Philip Kotler (2007) yaitu, pemasaran adalah fungsi bisnis yang mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan yang belum terpenuhi sekarang dan mengukur seberapa besar pasar yang akan dilayani, menentukan pasar sasaran mana yang paling baik dilayani oleh organisasi, dan menentukan berbagai produk, jasa dan program yang tepat untuk melayani pasar tersebut.

### **C. FAKTOR PENDUKUNG DAN PENGHAMBAT**

**Faktor Pendukung**, adalah semua factor yang mendukung, mengajak, dan bersifat untuk ikut serta dalam dukungan suatu kegiatan.

**Faktor Penghambat**, adalah yang sifatnya menghambat jalannya suatu kegiatan dan bersifat seperti menggagalkan suatu hal yang ingin dilaksanakan.

Peneliti akan menjelaskan apa saja factor pendukung dan penghambat yang mempengaruhi pemasaran produk KUR Mikro pada pandemic covid-19 di Bank Syariah Indonesia TBK.Kcp Amuntai.

a. Faktor Pendukung

1) Teknologi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan teknologi sebagai layanan perbankan di masa pandemic dituntut lebih akomodatif terhadap keperluan nasabah. Salah satu cara untuk memenuhi tuntutan tersebut maka yang dilakukan perbankan harus mampu mengoptimalkan pemanfaatan teknologi yang dimiliki. Teknologi ialah alat yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan nasabah di saat pandemic tanpa bertemu secara langsung dengan pegawai bank. Nasabah dapat menggunakan perangkat seperti computer, laptop, tablet, atau smartphone yang terhubung ke jaringan internet sebagai perantara perangkat nasabah dengan system bank.

Sejumlah manfaat yang diperoleh nasabah apabila menerapkan Mobile Banking yakni fitur dapat disesuaikan dengan aktifitas nasabah, misalnya transfer uang, cek saldo, hingga membayar tagihan kartu kredit, listrik, dan air. Selain itu di masa pandemic sangat memudahkan nasabah untuk bertransaksi lebih cepat disbanding dengan pergi ke ATM atau ke bank, di mana nasabah kadang harus menunggu cukup lama untuk antri.

## 2) Fanatisme

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan seorang fanatisme tidak akan bisa mengubah pola pikir dan mereka tidak akan mengubah haluannya. Bisa dikatakan seorang yang fanatic memiliki standar yang sangat ketat dalam pola pikirnya dan cenderung tidak mau mendengarkan opini ataupun ide yang dianggapnya bertentangan. Tidak dapat dipungkiri pola fikir fanatisme agama masih kental di masyarakat Indonesia.

Kemudin dari sisi likuiditas, perbankan syariah mempunyai sisi fanatisme. Para penabung ataupun peminjam di perbankan syariah menabung salah satunya yaitu factor keyakinan bahwa system syariah sesuai dengan ajaran islam. Maka likuiditas perbankan syariah di masa seperti ini tidak mungkin mengalami kekurangan likuiditas. Disini kita mengambil fanatisme agama dalam memilih bank agar tidak berkaitan dengan riba. Sehingga persepsi perbankan Syariah sendiri hanya dipahami kaum muslim saja. Dengan adanya factor tersebut yang mempengaruhi mengambil keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariaiah.

### 3) Kejujurann

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa dari sejak awal sebelum terjadinya akad pihak nasabah sudah menjelaskan dengan kejujuran secara menyeluruh, spesifik dari harga barang yang akan dibeli kepada pembeli. Selain itu ciri-ciri barang juga sudah tercatat dalam formulir permohonan pembiayaan KUR. Kemudian untuk memastikan kebenarannya tersebut pihak bank melakukan survey langsung ke tempat usaha nasabah sehingga diperoleh epastian data bahwa barang yang diperjual belikan tidak diharamkan Syariah.

Lebih jauh lagi, kejujuran adalah bebas dari kecurangan, mengikuti aturan yang berlaku dari kelurusan hati. Oleh sebab itu sifat jujur itu sangat di anjurkan umat muslim dalam menjalankan perjanjian. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam al-Qur'an surah al-Anfal ayat 27:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya : *“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui”*.

- 4) Mampu memahami dalam bidang organisasi dan manajemen SDM.

Program peningkatan kualitas layanan yang didukung oleh SDM dan kompeten dalam penyediaan teknologi informasi yang mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah serta mampu mengkomunikasikan produk serta jasa bank syariah kepada nasabah secara benar dan jelas, dengan tetap memenuhi prinsip syariah. Disaat terjadi ny pandemic pihak perusahaan benar-benar harus menekankan pemahaman tentang program yang akan di berikan kepada nasabah, karena di masa pandemic tidak boleh bertatap muka denan pihak yang bersangkutan. Maka dari itu pihak dari perusahaan harus benar-benar paham tentang program tersebut agar nasabah bisa memahami dengan jelas dan benar.

Setiap sumber daya manusia harus mampu mempelajari, memahami, pengetahuan yang di dapat juga memahami alat dan metode yang mampu melihat kondisi perusahaan di kemudian hari. Kualitas Sumber Daya Manusia.

Sumber Daya Manusia ialah salah satu faktor kunci dalam reformasi ekonomi, bagaimana menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas serta memiliki keterampilan dan berdaya saing tinggi dalam persaingan di masa terjadinya pandemic.

c. Faktor Penghambat.

5) Sulitnya peluang pasar

Peluang pasar adalah suatu bidang kebutuhan pembeli dimana perusahaan dapat beroperasi secara menguntungkan. Namun pada masa pandemic banyak sektor yang merosot bahkan gulung tikar dikarenakan terkena dampak covid-19 tersebut. Hanya ada beberapa xzsektor yang beroperasi dengan lancar selama covid. Sehingga pemasaran tersebut sangat sulit menemukan peluang bagi perusahaan untu memasarkannya.

Terbatasnya akses pasar menyebabkan produk yang ingin diberikan kepada UMKM tidak dapat dipasarkan

6) Sulitnya mendapatkan modal

Sulitnya permodalan, terhambatnya produksi, penjualan atau permintaan turun covid-19 berdampak sangat besar terhadap UMKM..Pelaku UMKM menunjukkan 7 dari setiap 10 membutuhkan bantuan modal usaha untuk membeli kebutuhan yang paling diperlukan saat pandemic. Bisnis UMKM harus melakukan versifikasi produk yang mampu mengikuti gaya hidup masyarakat saat ini agar bisa mendapatkan modal Kembali.

Sedangkan pada sektor perbankan Syariah aliran dana dari pemerintah ke masyarakat ataupun sebaliknya. Di masa pandemic tersebut perekonomian sangat menurun sehingga sulit untuk mendapatkan modal dari masyarakt. Pihak perusahaan hanya

menawarkan produk kepada pihak yang tidak terlalu berdampak untuk menambah modal tersebut.

7) Pembinaan dan pelatihan masih kurang terpadu yang dilakukan.

Mengingat bahwa kondisi yang terjadi pada masa pandemic tidak semuanya dalam kondisi baik dan dapat berfungsi dengan baik karena terdmpak. Selain itu, jumlah UMKM yang semakin meningkat dan banyak yang belum mampu untuk tumbuh dan berkembang sesuai dengan harapan. Di mana sebagai organisasi yang mendukung perekonomian masyarakat perannya sangat dibutuhkan. Karena Sebagian penduduknya masih berpendidiikn rendah dan hidup dalam kegiatan usaha mikro dan kecil baik di sektor tradisional maupun internasional. Sehingga menyebabkan pelaku usaha sulit dalam melakukan pemasaran dan promosi produk secara luas dan jumlah UMKM yang semakin banyak tidak mampu tumbuh dan berkembang di masa pandemic.