

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi Islam dan praktik ekonomi Islam secara internasional maupun nasional tidak bisa dibendung lagi. Kemunculan perbankan syariah sebagai organisasi yang relatif baru menimbulkan tantangan besar di Indonesia, ditandai dengan pesatnya kajian dan publikasi mengenai prinsip-prinsip dan praktik-praktik perbankan syariah. Oleh karena itu, keimanan harus menjadi landasan atas keyakinan untuk mampu tumbuh dan berkembang dalam mencari kebenaran sebagai suatu keharusan yang telah diberikan oleh Allah swt. kepada kita. Sebagaimana dalam firman-Nya dalam penggalan ayat Q.S. Al Ma'idah/5: 3, yang berbunyi:

الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيْتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ دِينًا

“...Hari ini telah Kusempurnakan untukmu agamamu, telah Kulengkapi kepadamu nikmat-Ku dan telah Kuridhai Islam menjadi agama bagimu...”<sup>1</sup>

Dari penggalan ayat di atas berarti kita manusia seharusnya bersyukur karena kita masih diberikan nikmat Allah dan Islam adalah agama yang sempurna yaitu mempunyai sistem tersendiri dalam menghadapi permasalahan kehidupan,

---

<sup>1</sup>Departemen Agama RI, *Alqur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Lembaga Penerjemah Alqur'an, 1996), hlm. 157.

baik bersifat material maupun nonmaterial. Karena itu ekonomi sebagai salah satu aspek kehidupan tentu juga sudah diatur dalam Islam.<sup>2</sup>

Saat ini banyak sekali bank syariah yang sudah berdiri di Indonesia, semua bank syariah saling bersaing dalam membuat produk mereka, dan juga memberikan layanan terbaik kepada masyarakat. Banyak produk-produk yang telah diciptakan bank syariah antara lain: produk pembiayaan, penghimpunan dana, ataupun produk jasa. Semua produk ini ditujukan untuk melayani masyarakat. Dengan maraknya persaingan tersebut perusahaan perbankan harus menerapkan strategi pemasaran supaya masyarakat memutuskan untuk menggunakan jasa dan layanan perbankan dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Kebutuhan adalah sebuah kondisi di mana kita merasa kekurangan atas suatu barang tertentu dan ada sebuah dorongan untuk memenuhinya sedangkan keinginan merupakan kebutuhan manusia yang sudah dibentuk oleh budaya dan kepribadian individu.<sup>3</sup>

Dalam era global sekarang ini, peranan perbankan dalam memajukan suatu negara sangatlah besar. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa perbankan. Oleh karena itu, saat ini dan dimasa yang akan datang kita tidak akan lepas dari dunia perbankan, jika sedang menjalankan aktifitas keuangan, baik perorangan ataupun suatu perusahaan. Jika ratusan bank umum yang ada di Indonesia membuka UUS (unit usaha syariah), maka akan mempermudah masyarakat mendapatkan layanan

---

<sup>2</sup>Mustafa Edwin Nasution dan Kawan-kawan, *Pengenalan Eklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2007), Cet. Ke-2, hlm. 4.

<sup>3</sup>M. Taufik Amir, *Dinamika Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 132

perbankan syariah. Di samping itu, masih banyak potensi masyarakat yang belum terjangkau oleh perbankan syariah dan minimnya pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah menjadi tantangan tersendiri bagi manajemen perbankan syariah untuk memperluas pasar hingga berbagai kalangan dan wilayah-wilayah pelosok.

Perbankan selalu dituntut untuk lebih peduli terhadap UMKM (usaha mikro, kecil dan menengah) sebagai pasar potensial dalam penyaluran kreditnya. Di lain pihak perbankan sendiri masih menghadapi sejumlah persoalan yang juga harus segera diselesaikan. Berbagai kebijakan dan peraturan telah dikeluarkan pemerintah agar perbankan lebih berorientasi kepada UMKM. Program-program pengembangan UMKM seperti penyediaan kredit likuiditas (KL), keharusan memiliki portofolio kredit usaha kecil (KUK) sebesar 25%, serta pencatuman komponen KUK dalam laporan keuangan, merupakan salah satu bukti pentingnya kepedulian bank terhadap UMKM. Oleh karena itu, upaya untuk terus memberdayakan UMKM merupakan suatu tantangan yang harus selalu ditingkatkan, termasuk dukungan pembiayaan melalui perbankan.<sup>4</sup>

Dari banyaknya bank-bank syariah yang berkembang saat ini, Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu lembaga keuangan yang memiliki produk UMKM seperti Pembiayaan Warung Mikro, produk ini termasuk dalam segmen mikro yang melimitkan pembiayaan sampai 200 juta, dan semua orang bisa mengajukan asalkan termasuk dalam golongan karyawan tetap (Golbertap) baik

---

<sup>4</sup>Ma'ruf Amin, *Prospek Cerah Perbankan Syariah*, (Jakarta: Lekas, 2007), Cet. ke-1, hlm. 134.

Pegawai Negeri Sipil (PNS) atau Pegawai Swasta.<sup>5</sup>

Hal seperti inilah mengharuskan manajemen Bank Syariah Mandiri melakukan strategi khusus untuk mempertahankan keunggulan kompetitif yakni merujuk pada kemampuan sebuah organisasi untuk memformulasikan strategi yang menempatkannya pada suatu posisi yang menguntungkan berkaitan dengan perusahaan lainnya. Keunggulan kompetitif juga berarti kumpulan strategi untuk menentukan keunggulan suatu perusahaan dari persaingan di antara perusahaan yang lain.<sup>6</sup>

Strategi pemasaran produk merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan di mana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Untuk itu strategi yang dirancang oleh Bank Syariah Mandiri harus mencakup strategi pemasaran yang tidak lepas dari aspek pemasaran, pasar sasaran, arah dan gerak efektivitas pemasaran sesuai dengan perkembangan peranan pemasaran yang bertitik pusat pada kebutuhan, keinginan, dan kepuasan nasabah. Setiap bisnis harus merancang strategi untuk mencapai tujuannya. melaksanakan strateginya, perusahaan harus menelusuri hasilnya dan memantau perkembangan baru di lingkungan internal dan eksternalnya. Produk-produk yang dipasarkan dibuat melalui suatu proses yang berkualitas akan memiliki sejumlah keistimewaan yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan demikian nasabah mau dan rela untuk kembali menikmati apa

---

<sup>5</sup>[www.syariahmandiri.co.id](http://www.syariahmandiri.co.id), Diakses pada tanggal 12 Maret 2016.

<sup>6</sup>David Hunger dan Thomas Wheelen, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: Andi, 2003), hlm. 16.

yang ditawarkan oleh perusahaan dan menjadi pelanggan setia bagi perusahaan dikarenakan persaingan yang semakin ketat.<sup>7</sup>

Untuk itu, berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih mendalam mengenai strategi pemasaran produk warung mikro di Bank Syariah Mandiri Banjarmasin dalam karya tulis ilmiah berjudul “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Warung Mikro pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Banjarmasin”.

## **B. Rumusan Masalah**

Adapun perumusan masalah yang akan diteliti pada penelitian ini di antaranya adalah:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan warung mikro pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Banjarmasin ?
2. Apa kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk pembiayaan warung mikro pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Banjarmasin dan bagaimana penyelesaiannya ?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk pembiayaan warung mikro pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Banjarmasin.

---

<sup>7</sup> Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013), hlm. 62.

2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi serta dengan penyelesaiannya dalam memasarkan produk pembiayaan warung mikro pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Banjarmasin.

#### **D. Signifikansi Penelitian**

1. Bagi Penulis
  - a. Untuk menerapkan dan mengembangkan pembelajaran yang telah diperoleh selama melakukan perkuliahan kemudian dikembangkan dengan teori dan praktek dalam penelitian.
  - b. Untuk menambah wawasan, mendapatkan pengetahuan dan informasi mengenai strategi pemasaran produk warung mikro di BSM.
2. Bagi Perguruan Tinggi
  - a. Sebagai bahan rujukan bagi pihak-pihak yang bermaksud ingin melakukan penelitian tentang masalah ini dari segi aspek yang berbeda.
  - b. Sebagai tambahan khazanah ilmu pengetahuan baik untuk perpustakaan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam maupun perpustakaan IAIN Antasari Banjarmasin.
3. Bagi Lembaga Bank
  - a. Hasil penelitian ini memperkenalkan eksistensi produk warung mikro di masyarakat luas, sebagai bahan informasi untuk

mengadakan penelitian lebih lanjut dan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan usahanya.

#### **E. Definisi Operasional**

Untuk menghindari penafsiran yang berbeda dan dikhawatirkan keluar dari tujuan yang sebenarnya, maka penulis merasa perlu memberikan batasan terhadap permasalahan yang akan dibahas, yaitu :

1. Pembiayaan warung mikro adalah salah satu produk pembiayaan berbasis syariah yang ada di Bank Syariah Mandiri, yaitu produk alternatif pembiayaan bagi orang atau badan usaha yang ingin mengembangkan usahanya maupun yang sifatnya hanya konsumtif.

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

Strategi pemasaran produk saat ini telah memiliki banyak referensi yang membahasnya, dalam penelitian ini tentu saja penulis menjadikan beberapa hasil penelitian yang terdahulu sebagai acuan dan tolak ukur, di antaranya adalah:

*Pertama*, diambil dari penelitian skripsi oleh Husna Olifia (1001160214) yang berjudul “Pembiayaan Warung Mikro untuk Peningkatan Ekonomi Masyarakat Kecil pada Bank Syariah Mandiri Cabang Martapura”. Dalam penelitian ini peneliti menjelaskan tentang produk warung mikro pada Bank Syariah Mandiri Cabang Martapura yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian usaha mikro masyarakat kecil dan kendala yang dihadapi oleh BSM cabang Martapura. Metode yang dilakukan yaitu bersifat deskriptif kualitatif

yang menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa dengan adanya pembiayaan warung mikro yang ada pada Bank Syariah Mandiri Cabang Martapura sudah membuat kehidupan ekonomi masyarakat kecil mulai berkembang dan mengalami peningkatan.

*Kedua*, diambil dari penelitian Yeni Sartika (1101160253) yang berjudul “Strategi Pemasaran Tabunganku IB pada Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Banjarmasin”. Dalam penelitian ini peneliti menjelaskan tentang strategi pemasaran pada produk Tabunganku dan yang digunakan bank dalam strategi pemasarannya yaitu bekerjasama dengan sekolah-sekolah dan telah sesuai dengan teori pemasaran. Metode yang digunakan bersifat kualitatif dan menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumenter. Hasil dari penelitian ini adalah strategi pemasaran yang dilakukan telah sesuai dengan teori pemasaran dan dalam memasarkan produknya yaitu menggunakan brosur, serta kendala yang dihadapi dalam pemasaran tersebut yaitu banyaknya saingan.

*Ketiga*, diambil dari penelitian Nurul Ramadhani yang berjudul “Analisis Prosedur Pembiayaan Warung Mikro di PT Bank Syariah Mandiri Tbk Kantor Cabang Pembantu Palur Surakarta”. Dalam penelitian ini peneliti menjelaskan tentang cara memperoleh pengetahuan dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai prosedur pembiayaan warung mikro, menjelaskan kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk pembiayaan warung mikro, dan menjelaskan strategi dalam mengatasi kendala pada pemasaran produk pembiayaan warung mikro di Bank Syariah Mandiri KCP Palur Kota Surakarta. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini

adalah peneliti telah menggambarkan bagaimana pelaksanaan prosedur pembiayaan warung mikro tersebut.

Dengan demikian, penelitian yang akan diteliti oleh penulis kali ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang telah dijelaskan di atas. Adapun permasalahan yang akan diteliti oleh penulis dalam penelitian ini adalah lebih menitik beratkan kepada “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Warung Mikro pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Banjarmasin”.

#### **G. Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan kemudahan dalam hal pembahasan dan penulisan skripsi ini, maka penulis membaginya menjadi V (lima) bab. Adapun rinciannya adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah yang menguraikan alasan memilih judul dan gambaran dari permasalahan yang diteliti. Permasalahan yang tergambarakan dirumuskan dalam perumusan masalah, kemudian disusun tujuan penelitian yang merupakan substansi dari hasil yang diinginkan. Signifikansi penelitian merupakan manfaat dari hasil penelitian. Definisi operasional merupakan bentuk dari batasan istilah-istilah dalam penelitian yang bermakna umum dan luas. Kajian pustaka ditampilkan sebagai adanya informasi atau tulisan dari aspek yang lain. Sistematika penulisan merupakan tata cara penulisan skripsi yang bersifat sistematis serta terstruktur secara keseluruhan.

BAB II Landasan Teori, sesuai dengan judul yang tertera pada bab ini akan diuraikan tentang landasan teori yang menjadi dasar pemikiran dalam mencari pembuktian dan solusi dari rumusan masalah dan tujuan penelitian.

BAB III Metode Penelitian, bab ini akan difokuskan pada pembahasan teknik metode penelitian yang digunakan sebagai fasilitas penelitian di lapangan guna mewujudkan tujuan dari penelitian skripsi ini.

BAB IV Laporan Hasil Penelitian, berisi gambaran umum lokasi penelitian, penyajian serta analisis data terhadap penelitian berdasarkan teori yang telah disusun, penerapannya, kemudian ditarik kesimpulan.

BAB V Penutup, dalam bab ini penulis memberikan kesimpulan terhadap permasalahan yang telah dibahas dalam uraian sebelumnya, selanjutnya akan dikemukakan beberapa saran yang dirasa perlu.