

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia modern sekarang ini, peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Oleh karena itu, saat ini dan dimasa yang akan datang kita tidak akan lepas dari dunia perbankan jika hendak menjalankan aktivitas keuangan, baik perorangan maupun lembaga, baik sosial atau perusahaan.¹ Perbankan memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian suatu negara. Semakin baik kondisi perbankan suatu negara semakin baik pula kondisi perekonomian suatu negara tersebut.²

Perbankan Syariah diatur dalam Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Bank Syariah Pasal 1 angka 7, yang dimaksud Bank Syariah adalah “Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Syariah”.³

Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima oleh bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan

¹ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2009), h. 4

² M. Sulhan dan Ely Siswanto, *Manajemen Bank Konvensional & Syariah*, (Malang: UIN-Malang Press, 2008), h. 3

³ Rachmadi Usman, *Aspek Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), h. 56

perjanjian antara nasabah dan bank. Perjanjian (akad) yang terdapat di perbankan syariah harus tunduk pada syarat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam syariah Islam.⁴

Setiap perusahaan memiliki tujuan untuk tetap dapat berkembang dan berjalan dan tujuan itu hanya dapat dicapai dengan meningkatkan keuntungan atau laba suatu perusahaan, dan juga apabila bagian pemasaran melakukan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat di pertahankan dan sekaligus ditingkatkan. Strategi pemasaran mempunyai peran penting untuk keberhasilan usaha perusahaan. Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana menyeluruh, menyatu dan terpadu dibidang pemasaran, yang memberi panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk tercapai tujuan perusahaan.

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberikan arah kepada usaha usaha perusahaan dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan dan acuan serta lokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan pesaing yang selalu berubah ubah. Penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisis lingkungan dan internal perusahaan melalui keunggulan dan kelemahan perusahaan serta analisis kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya.⁵

⁴Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2011), h. 30

⁵ Assauri Sofjan, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2007), h.167-

Di dalam perbankan syariah, istilah kredit tidak dikenal, karena bank syariah memiliki skema yang berbeda dengan bank konvensional dalam menyalurkan dananya kepada pihak yang membutuhkan. Bank syariah menyalurkan dananya kepada nasabah dalam bentuk pembiayaan.

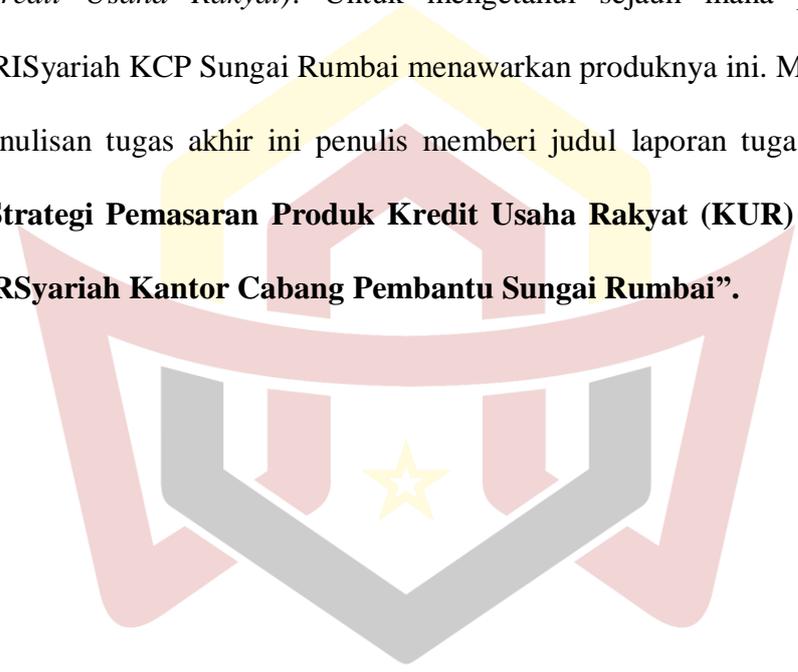
Pembiayaan merupakan aktivitas bank syariah dalam menyalurkan dananya kepada pihak nasabah yang membutuhkan dana. Pembiayaan sangat bermanfaat bagi bank syariah, nasabah, dan pemerintah. Pembiayaan memberikan hasil yang paling besar di antara penyaluran dana lainnya yang dilakukan oleh bank syariah. Sebelum menyalurkan dana melalui pembiayaan, bank syariah perlu melakukan analisis pembiayaan yang mendalam.

Analisa pembiayaan merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi bank syariah dalam mengambil keputusan untuk menyetujui/menolak permohonan pembiayaan. Analisis yang baik akan menghasilkan keputusan yang tepat. Analisis pembiayaan merupakan salah satu faktor yang dapat digunakan sebagai acuan bagi bank syariah untuk meyakini kelayakan atas permohonan pembiayaan nasabah.

Beberapa prinsip dasar yang perlu dilakukan sebelum memutuskan permohonan pembiayaan yang diajukan oleh calon nasabah antara lain dikenal dengan prinsip 5C. Penerapan prinsip dasar dalam pemberian pembiayaan serta analisis yang mendalam terhadap calon nasabah, perlu dilakukan oleh bank syariah agar bank tidak salah memilih dalam

menyalurkan dananya sehingga dana yang disalurkan kepada nasabah dapat terbayar kembali sesuai dengan jangka waktu yang diperjanjikan.⁶

Berdasarkan observasi yang penulis lakukan melalui praktek magang, penulis tertarik dengan gigihnya PT. BRISyari'ah KCP Sungai rumbai menawarkan produk-produk yang dimilikinya khususnya produk *KUR* (*Kredit Usaha Rakyat*). Untuk mengetahui sejauh mana pihak PT. BRISyariah KCP Sungai Rumbai menawarkan produknya ini. Maka dalam penulisan tugas akhir ini penulis memberi judul laporan tugas akhir ini **“Strategi Pemasaran Produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada PT. BRSyariah Kantor Cabang Pembantu Sungai Rumbai”**.



UIN IMAM BONJOL
PADANG

⁶*Ibid*, h. 119

B. Rumusan Masalah

Dilihat dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana Strategi Pemasaran Produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang dilakukan oleh PT.BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Sungai Rumbai?

C. Penjelasan Judul

Strategi : Rencana untuk mencapai sasaran apa yang ingin dicapai oleh unit bisnis.

Pemasaran : Proses sosial dan manajerial dimana suatu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.

Produk : Seluruh kepuasan fisik dan psikologis yang diterima oleh pembeli atau pemakai akibat pembelian dan/atau penggunaan sebuah produk.

KUR (kredit usaha rakyat) : Kredit untuk pembiayaan modal kerja atau investasi kepada debitur individu atau perorangan, badan usaha atau

kelompok usaha yang produktif seperti
kepada UMKMK
(usaha mikri kecil, menengah dan
koperasi)

BRISyariah KCP Sungai Rumbai : Lembaga keuangan yang menjalankan prinsip-prinsip syariah di dalam menjalankan kegiatannya yang berlokasi di Sungai Rumbai Kab. Dharmasraya.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

a. Tujuan Penulisan

Adapun tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) PT. BRSyariah KCP Sungai Rumbai.

b. Kegunaan Penulisan

Adapun kegunaan dari penulisan laporan ini yaitu sebagai berikut :

a. Bagi penulis, sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan guna mencapai gelar Ahli Madya (A.Md) Diploma III Manajemen Perbankan Syari'ah pada Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam UIN Imama Bonjol Padang.

b. Untuk memberikan kontribusi pemikiran dan informasi kepada pembaca dalam menambah khasanah ilmu pengetahuan di bidang pemasaran yang sesuai dengan prinsip syariah, khususnya konsep dari pemasaran produk-produk pembiayaan.

E. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Jenis Penelitian

a. Field Research

Yaitu melakukan dengan peninjauan langsung pada PT. BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Sungai Rumbai.

b. Library Research

Yaitu penelitian pada perpustakaan dalam bentuk buku yang berhubungan dengan pembahasan ini.

2. Jenis Data

a. Data Primer

Dalam penulisan Tugas Akhir diperoleh dari hasil wawancara dengan karyawan PT. BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Sungai Rumbai.

b. Data Sekunder

Mengumpulkan bahan yang ada kaitanya dengan judul Tugas Akhir dengan cara mencari data yang dipublikasikan oleh pihak-pihak tertentu.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Salah satu cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data adalah dengan melakukan wawancara terhadap karyawan PT. BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Sungai Rumbai sesuai dengan pedoman wawancara yang sudah disusun sebelumnya.

4. Teknik Analisis Data

Data yang telah diperoleh akan dianalisis melalui metode analisa kualitatif, yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara dan catatan lapangan, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.⁷

Untuk penelitian kualitatif analisa data dilakukan sejak awal penelitian dan selama proses penelitian dilaksanakan. Analisis data bersifat deskriptif kualitatif, yaitu cara mengelola data yang dirumuskan dalam bentuk kalimat dan tidak berbentuk angka. Analisis kualitatif ini didasarkan pada hasil wawancara, catatan serta data penunjang lainnya.

F. Sistematika Penulisan

Guna mempermudah pemahaman isi laporan penelitian ini, maka sistematikanya penulis uraikan sebagai berikut:

BAB I : Latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, penjelasan judul, metode penelitian, sistematika penulisan.

⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung : Alfabeta, 2009), hal. 244

BAB II : Tentang landasan teoritis sebagai kerangka dasar tugas akhir ini dengan mengemukakan pengertian pemasaran bank, tujuan dan manfaat pembiayaan, analisa pemberian pembiayaan, pengertian kredit usaha rakyat (KUR), akad yang dipakai dalam kredit usaha rakyat, landasan syariah tentang akad *murabahah*, landasan hukum kredit usaha rakyat.

BAB III : Gambaran umum perusahaan, sejarah berdirinya PT. Bank BRISyariah, Visi, Misi, fungsi dan tugas struktur organisasi PT. Bank BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Sungai Rumbai, Produk-produk dan Jasa PT. Bank BRISyariah, struktur organisasi PT. Bank

BAB IV : Merupakan pembahasan tentang bagaimana strategi pemasaran produk Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada Bank BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Sungai Rumbai

BAB V : Merupakan kesimpulan dan saran dari pembahasan penelitian