BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bedasarkan Undang-Undang Perbankan Syariah Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah "badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan-nya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat."[1] Di Indonesia terdapat sistem perbankan konvesional dan sistem perbankan syariah istilah kredit banyak dipakai dalam perbankan konvesional yang berbasis pada bunga *(interset based)*, sedangkan dalam perbankan syariah lebih dikenal dengan istilah pembiayaan *(financing)* yang berbasis pada keuntungan *rill* yang dikehendaki (*margin*) ataupun bagi hasil *(profit sharing)*.[2]

Tugas pokok perbankan syari'ah adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan, pembiayaan yaitu menyediakan fasilitas keuangan dengan cara penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan *defisit unit* yang sesuai dengan ketentuan dan norma norma syariah.

Pihak peminjam dengan sendirinya merasa sangat terbantu dengan adanya produk pembiayaan, untuk membiayai keperluannya baik untuk konsumtif maupun produktif. Penghimpunan dana sangat besar peranannya untuk

---

[1] Undang- Undang Perbankan Syariah Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 1 ayat (2)

[2] Khotibul Umam dan Setiawan Budi Utomo, *Perbankan Syariah:Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia* , (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2017), Cet. Ke-2, h.101

kehidupan dan kemajuan ekonomi, karena setiap pengeluaran konsumtif dan produktif menuntut adanya ketersediaan dana. Dari pengeluaran kosumtif dan produktif itulah terjadinya pertumbuhan ekonomi, yang pada akhirnya akan berimplikasi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat.[3]

Pada era modern sekarang, kebutuhan akan penggunaan jasa perbankan semakin meningkat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks dan menginginkan sebuah proses yang cepat tepat dan tidak memerlukan biaya yang terlalu mahal. Bank dituntut untuk memberikan kemudahan bagi masyarakat yang ingin menggunakan produk dan jasa-jasa lainnya, baik dari segi penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Dalam penjualan produk dan jasa ini diperlukan sebuah strategi yang baik guna untuk menarik minat konsumen atau nasabah untuk menggunakan produk dan jasa tersebut.[4]

Sesuai fungsinya, Bank Pembiayaan Rakyar Syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha bedasarkan prinsip syariah, yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa-jasa lalu lintas pembayaran. Sama seperti BPR Konvesional, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah kegiatannya jauh lebih sempit dibandingkan kegiatan bank umum, karena BPRS dilarang menerima simpanan giro, kegiatan valas, dan perasuransian. Bedasarkan Undang-undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan, maka pengaturan dan

---

[3]Syukri Iska, *Sistem Perbankan Syari'ah di Indonesia*, (Yogyakarta: Fajar Media Press, 2012), cet. Ke-1, h. 20

[4] Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), h. 126

pengawasan terhadap Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dilaksanakan oleh OJK.[5]

Perkembangan Bank Pembiayaan Syariah bedasarkan lokasi di indonesia sebagai berikut :[6]

Jumlah BPRS Bedasarkan Lokasi					
No	Provinsi	Tahun			
		2015	2016	2017	2018
1.	Jawa Barat	28	29	28	28
2.	Banten	8	8	8	8
3.	DKI Jakarta	2	2	1	1
4.	D.I Yogyakarta	11	11	12	12
5.	Jawa Tengah	25	25	26	26
6.	Jawa Timur	31	31	29	29
7.	Bengkulu	2	2	3	3
8.	Aceh	10	10	10	10
9.	Sumatera Utara	8	8	8	8
10	Sumatra Barat	7	7	7	7
11.	Riau	3	3	2	2
12.	Sumatera Selasatan	1	1	1	1
13.	Bangka Belitung	1	1	1	1
14.	Kepulauan Riau	1	1	2	2
15.	Lampung	10	11	11	11
16.	Kalimantan Selatan	1	1	1	1
17.	Kalimantan Timur	1	1	1	1
18.	Kalimantan Tengah	1	1	1	1
19.	Sulawesi Selatan	8	8	7	7
20.	Sulawesi Barat	-	-	1	1
21.	NTB	3	3	3	3
22.	Bali	1	1	1	1
23.	Papua	1	1	1	
24.	Maluku Utara	1	2	2	2

Jika dibandingkan dengan Provinsi-provinsi di Indonesia, Sumatera Barat tergolong pada daerah dengan jumlah BPRS yang cukup banyak. Tetapi jika dilihat dari perkembangannya, Pertumbuhan BPRS di Sumteta Barat tidak

[5] Data dan Statistik, *Otoritas Jasa Keuangan*, di akses pada 11 Mei 2018 dari http:// www.ojk.go.id

[6] Statistik Perbankan Syariah, *Otoritas Jasa Keuangang*, Maret 2018, h.81

terlalu cepat bisa jadi dipicu oleh beberapa faktor, diantaranya minimnya promosi dan kurangnya edukasi tentang penerapan pemasaran pada BPRS.

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang terpadu dan meyeluruh dibidang pemasar, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakkan dan aturan yang memberikan arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.[7]

Kegiatan PT. BPRS Carana Kiat Andalas Bukitinggi yaitu membantu kehidupan dan kelancaran hidup masyarakat, banyak sektor usaha yang memanfaatkan pembiayaan yang ditawarkan oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas diantanya adalah :

1. Sektor Perdagangan
2. Sektor Industri
3. Sektor Pertanian
4. Sektor Jasa
5. Sektor lain-lainnya

Dari berbagai usaha yang memanfaatkan pembiayaan, sektor usaha perdagangan merupakan sektor usaha tertinggi dalam memanfaatkan pembiayaan yang diberikan oleh PT. BPRS Carana Kiat Andalas yang

[7]Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran,* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2015), h.168

disebabkan karena banyak masyarakat sekitar yang beroperasi sebagai pedagang. Dalam memasarkan produk pembiayaan murabahah tersebut PT. BPRS Carana Kiat Andalas memperhatikan upaya pemasaran yang tidak terlepas dari penerapan *marketing mix.*

Bedasarkan penjelasan latar belakang di atas maka penulis ingin membahas lebih jauh bagaimana penerapan konsep *marketing mix* untuk meningkatkan nasabah pembiayaan murabahah pada PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Pusat Bukittinggi yang akan di tuangkan dalam bentuk karya ilmiah berupa tugas akhir dengan judul **"Penerapan *Marketing Mix* Pembiayaan Murabahah Di PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Pusat Bukittinggi"**

B. Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan maka rumusan masalahnya adalah : Bagaimana Penerapan *Marketing Mix* untuk meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan murabahah pada PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Pusat Bukitinggi ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

   Adapun yang menjadi tujuan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui penerapan *Marketing Mix* pada pembiayaan Murabahah di PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Pusat Bukittinggi.

2. Kegunaan Penelitian

   Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

a. Sebagai kontribusi pemikiran tambahan atau referensi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya DIII Manajemen Perbankan Syariah.
b. Untuk menambah pengetahuan dan wawasan pembaca tentang *Marketing Mix* Pembiayaan Murabahah pada PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Pusat Bukittingi.

D. Penjelasan Judul

Untuk menghindari kesulitan dan ketimpangan dalam memahami judul yang penulis maksud, penulis memandang perlu untuk menjelaskan kata-kata berikut :

Penerapan	Penerapan adalah perbuatan menenerapkan. Atau suatu perbuatan mempraktekan suatu teori, motode, dan hal lain untuk mencapai tujuan tertentu dan untuk suatu kepentingan yang diinginkan oleh suatu kelompok atau golongan yang telah terencana dan tersusun sebelumnya.
Marketing Mix	Merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variable yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen. [8]

[8] *Ibid*., h.198

Meningkatkan	Menaikkan, mempertinggim memperheba (produksi dan lain sebagainya), memperbanyak.[9]
Nasabah	pihak yang menggunakan jasa bank syariah dan atau UUS[10]
Pembiayaan	Pembiayaan merupakan aktivitas bank syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak lain selain bank bedasarkan prinsip syariah. Penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan didasarkan pada kepercayaan yang diberikan oleh pemilik dana kepada pengguna dana.[11]
Murabahah	Murabahah adalah akad jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan harga pembelian barang kepada pembeli kemudian menjual kepada pihak pembeli dengan mensyaratkan keuntungan yang diharapkan sesuai jumlah tertentu[12]
BPRS Carana Kiat Andala	BPRS Carana Kiat Andalas adalah lembaga keuangan yang menerapkan sistem dan operasional perbankan bedasarkan syariat

[9] Http://KBBI.Web.id/tingkat.html
[10]Undang-Undang Perbankan Syariah Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 1 ayat (16)
[11]Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta : Prenada Media, 2011), cet. Ke-1., h.105
[12]*Ibid*., h.138

islam sehingga bank ini akan dijalankan dengan mengikuti tata cara berusaha dan perjanjian yang sesuai dengan Al-qur'an dan Hadist.

Jadi maksud dengan Penerapan *Marekting Mix* Pembiayaan Murabahah adalah suatu rencana pemasaran yang diterapkan dengan tujuan untuk memberikan informasi mengajak dan mempengaruhi nasabah.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

   Jenis penelitian yang penulis lakukan adalah *field research* (penelitian lapangan), yaitu meninjau secara langsung ke lapangan dengan melakukan wawancara dan Magang selama 1 (satu) bulan, yang dimulai pada tanggal 12 Februari 2018 – 12 Maret 2018 di BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Pusat Bukittinggi.

2. Sumber Data

   a. Data Primer adalah data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari tempat objek penelitian berupa file profil, sejarah berdiri, produk-produk, struktur organisasi dan data jumlah nasabah pada PT. BPRS Carana Kiat Andalas

   b. Data Sekunder adalah data yang dikumpulkan peneliti untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang dihadapi. Dalam penelitian ini yang

menjadi sumber data adalah literatur, artikel, jurnal, dan file-file yang berhubungan dengan penelitian

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, penulis mengunakan beberapa teknik yaitu :

a. Wawancara *(interview)*

Wawancara di dalam perihal ini yakni mewawancarai narasumber yang dapat memberikan informasi lisan perihal suatu hal yang ingin peneliti ketahui. Disini penulis mewawancarai Bapak Yayan Adi Saputra selaku Direktur Utama, Bapak Afrialdi selaku Kandiv Marekting, dan Karyawan lainnya yang berperan dalam marketing PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Pusat Bukittinggi.

b. Observasi

Untuk mendapatkan data penelitian peneliti melakukan observasi, dengan melakukan kegiatan magang dan survei lokasi penelitian yaitu PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Pusat Bukittingi pada tanggal 12 Februari 2018 – 12 Maret 2018

c. Studi Kepustakaan

Merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara mencari data atau indormasi penelitian melalui buku-buku referensi, jurnal,

ilmiah, dan bahan-bahan publikasi lainnya yang tersedia diperusahaan dan berhubungan dengan penelitian.[13]

4. Metode Analisis Data

Data yang penulis peroleh akan dianalisis menggunakan analisis *kualitatif deskriptif*, yaitu cara pengelolahan data yang dirumuskan dalam bahasa prosa, kemudian dikaitkan dengan data lainnya untuk mendapatkan kejelasan terhadap suatu kebenaran atau sebaliknya, sehingga memperoleh gambaran baru maupun menguatkan suatu gambaran yang sudah ada dan sebaliknya.

F. Sismatika Penulisan

Sismatika penyusunan Tugas Akhir ini dibuat secara singkat agar dapat dipahami secara sismatis, berikut adalah uraian singkat dan masing-masing bab :

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi Latar Belakang Masalah, Rumusan dan yang terdiri dari Batasan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Penjelasan Judul, Metode Penelitian Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Berisi pengertian *marketing*, tujuan *marketing*, konsep dasar *marketing*, strategi *marketing*, *marketing mix*, pengertian pembiayaan *murabahah*, rukun dan syarat

[13]Rosady Ruslan, *Metode Penelitian : Public Relention & Komunikasi,* (Jakarta : Rajawali Pers,2010), edisi 1, cet. Ke-5, h.31

murabahah, landasan hukum pembiayaan *murabahah*, metode pembiayaan *murabahah.*

BAB III : GAMBARAN UMUM PENELITIAN

Gambaran umum PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Pusat Bukittinggi yaitu Sejarah Berdirinya, Visi dan Misi, Produk-Produk, dan Struktur Organisasi.

BAB IV : PEMBAHASAN

Berisi Penerapan *Merketing Mix* Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan Murabahah pada BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Pusat Bukittinngi

BAB V : PENUTUP

Berisi tentang Kesimpulan dan Saran.