

**STRATEGI PEMBIAYAAN AKAD MURABAHAH BANK  
SYARIAH INDONESIA (BSI) KCP PALOPO RATULANGI  
DALAM MENINGKATKAN NASABAH PADA USAHA**

**MIKRO**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam IAIN Palopo*



**IAIN PALOPO**

Oleh

**FIRDA SADIKIN**

18 0402 0089

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

**2022**

**STRATEGI PEMBIAYAAN AKAD MURABAHAH BANK  
SYARIAH INDONESIA (BSI) KCP PALOPO RATULANGI  
DALAM MENINGKATKAN NASABAH PADA USAHA**

**MIKRO**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam IAIN Palopo*



**IAIN PALOPO**

Oleh

**FIRDA SADIKIN**

18 0402 0089

**Pembimbing:**

**Ishak, S. E,I M.E,I**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

**2022**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Firda Sadikin

NIM : 18 0402 0089

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul : Strategi Pembiayaan Akad Murabahah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Palopo Ratulangi Dalam Meningkatkan Nasabah Pada Usaha Mikro

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bila mana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya di batalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 14 Oktober 2022

Yang membuat pernyataan,

Firda Sadikin  
NIM 18 0402 0089

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَاصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ. أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah swt. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Strategi Pembiayaan Akad Murabahah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Palopo Ratulangi Dalam Meningkatkan Nasabah Pada Usaha Mikro” setelah melalui proses yang panjang.

Salawat dan salam dihanturkan kepada Nabi Muhammad saw. kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam bidang perbankan syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Peneliti menyadari bahwa dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, peneliti banyak menghadapi kesulitan. Namun dengan ketabahan, ketekunan dan keikhlasan yang disertai dengan do'a, bantuan, petunjuk, masukan dan dorongan moril dari berbagai pihak, sehingga alhamdulillah skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada kedua orang tua yang tercinta Ayah Sadikin Mustafa dan Ibu Hasia Bahrum yang telah mengasuh dan mendidik peneliti dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga

saat ini, dan tidak luput selalu memberikan dukungan, mendoakan dan menyemangati peneliti, baik secara moril maupun secara materil. Begitu banyak pengorbanan yang telah diberikan kepada peneliti, sungguh peneliti sadar tidak mampu untuk membalas semua pengorbanannya, hanya do'a dengan ketulusan hati yang dapat peneliti berikan, semoga senantiasa berada dalam limpahan kasih sayang dan perlindungan Allah swt.

Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Rektor IAIN Palopo, Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag. Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. H. Muammar Arafat, SH., MH., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M. dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr. Muhaemin, M.A., yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi, tempat peneliti menimba ilmu pengetahuan.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, dalam hal ini Dr. Takdir, S.H., M.H, Wakil Dekan Bidang Akademik, Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.E.I., M.A., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA., dan Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Ilham, S.Ag., yang telah banyak memberikan

motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

3. Ketua program studi Perbankan Syariah, Hendra Safri, S.E., M.M. dan sekretaris program studi Perbankan Syariah Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc beserta seluruh dosen yang telah memberikan sumbangsi ilmu pengetahuan selama peneliti menempuh pendidikan di Institut Agama Islam Negeri Palopo.

4. Ishak S.E,I M.EI selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan arahan dan membimbing dengan ikhlas serta memotivasi peneliti selama proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi.

5. Dr. Takdir, S.H., M.H. selaku dosen Penguji I, dan Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., M.A.Ek. selaku dosen Penguji II yang senantiasa memberikan kritikan dan masukan yang membangun dalam rangka penyelesaian skripsi.

6. Zainuddin S.E., M.Ak. selaku Dosen Penasehat Akademik yang senantiasa memberikan arahan dan masukan selama proses pembelajaran hingga penyelesaian skripsi.

7. Seluruh dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah memberikan sumbangsi ilmu pengetahuan selama peneliti menempuh pendidikan.

8. Madehang, S.Ag., M.Pd. selaku kepala unit perpustakaan beserta seluruh karyawan dan karyawan dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu khususnya dalam mengumpulkan literatur sehubungan dengan pembahasan skripsi ini.

9. Yusuf Naim M. selaku *Branch Manager* Bank Syariah Indonesia KCP Palopo Ratulangi beserta seluruh karyawan yang telah memberikan izin dan banyak membantu peneliti selama proses penelitian berlangsung.

10. Fauziah Noviani, Nurfaridah, Anggi Pongsimpin, Astika Mandasari dan teman-teman seperjuangan program studi Perbankan Syariah terkhusus kepada teman-teman kelas PBS/C angkatan 18 selaku kerabat dekat peneliti yang telah banyak membantu selama proses penyusunan skripsi, serta teman-teman Posko KKN-KS Angkatan XL Desa Tabaroge Kec. Wotu Kabupaten Luwu Timur.

Akhirnya peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan banyak bantuan, dukungan, dan motivasi berharga kepada peneliti, dari awal penyusunan hingga penyelesaian skripsi. Akhir kata, mudah-mudahan hal ini bernilai ibadah dan memperoleh pahala dari Allah swt. Aamiin

Yaa Rabbal Alaamin.

Palopo,  
Peneliti 2022

Firda Sadikin  
NIM. 18 0402 0089

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf Bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

#### 1. *Konsonan*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	’	Apostrof
ی	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>Kasrah</i>	i	i
اُ	<i>dammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اي	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اوي	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauला*

### 3. *Maddah*

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أ...يَ...َ	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	Ā	a dan garis di atas
يِ	<i>kasrah</i> dan <i>yā'</i>	Ī	i dan garis di atas
وِ	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*  
رَمَى : *ramā*  
قِيلَ : *qīla*  
يَمُوتُ : *yamūtu*

### 4. *Tā' marbūṭah*

Transliterasi untuk *tā' marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al-serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudatul atfāl*

الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

#### 5. *Syaddah (Tasydīd)*

*Syaddah* atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd*, dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbanā*

نَحْنُ : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-ḥaqq*

نَعْمَ : *nu'ima*

عَدْوٌ : *'aduwwun*

Jika huruf *ber-tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah*, maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *i*.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Ali (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (alif lam ma'rifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang di transliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسِ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i> )
الزَّلْزَلَةِ	: <i>al-zalzalah</i> ( <i>az-zalzalah</i> )
الْفَلْسَفَةِ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادِ	: <i>al-bilādu</i>

## 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النوع : *al-nau*  
شيء : *syai'un*  
أمرت : *umirtu*

#### 8. *Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia*

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum di bakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka wajib ditransliterasi secara utuh. Contoh:

*Syarḥ al-Arba 'īn al-Nawāwī*  
*Risālah fi Ri'āyah al-maṣlaḥah*

#### 9. *Lafẓ al-Jalālah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللَّهِ *billāh* دِينَنَا *dinullāh*

Adapun *tā' marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ aljalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *hum fi raḥmatillāh*

## 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menulis huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

*Wa mā Muḥammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wuḍi‘a linnāsi lallaḏī bi Bakkata mubārakan*

*Syahru Ramaḏān al-laḏī unzila fihi al-Qur’ān*

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Naṣr Ḥāmid Abū Zayd

Al-Ṭūfi

## Al-Maṣlaḥah fi al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al -  
Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu)  
Naṣr Ḥāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Naṣr Ḥāmid (bukan: Zaīd,  
Naṣr Ḥāmid Abū)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>v</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR AYAT.....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR/BAGAN .....</b>	<b>xxii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xxiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	10

B. Deskripsi Teori .....	13
1. Efektivitas .....	13
2. Pemasaran .....	16
3. Bank Syariah Indonesia .....	20
4. Pembiayaan .....	23
C. Kerangka Pikir .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	28
B. Lokasi Penelitian .....	28
C. Definisi Istilah .....	29
D. Subjek/ Informan Penelitian .....	31
E. Sumber Data .....	32
F. Teknik Pengumpulan Data .....	33
G. Pemeriksaan Keabsahan Data .....	34
H. Teknik Pengolahan Data Data .....	35
I. Teknik Analisis Data .....	36
<b>BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>38</b>
A. Deskripsi Data .....	38
B. Hasil Penelitian .....	41
C. Pembahasan .....	49
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>57</b>
A. Simpulan.....	57

B. Saran .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>62</b>



## DAFTAR KUTIPAN AYAT

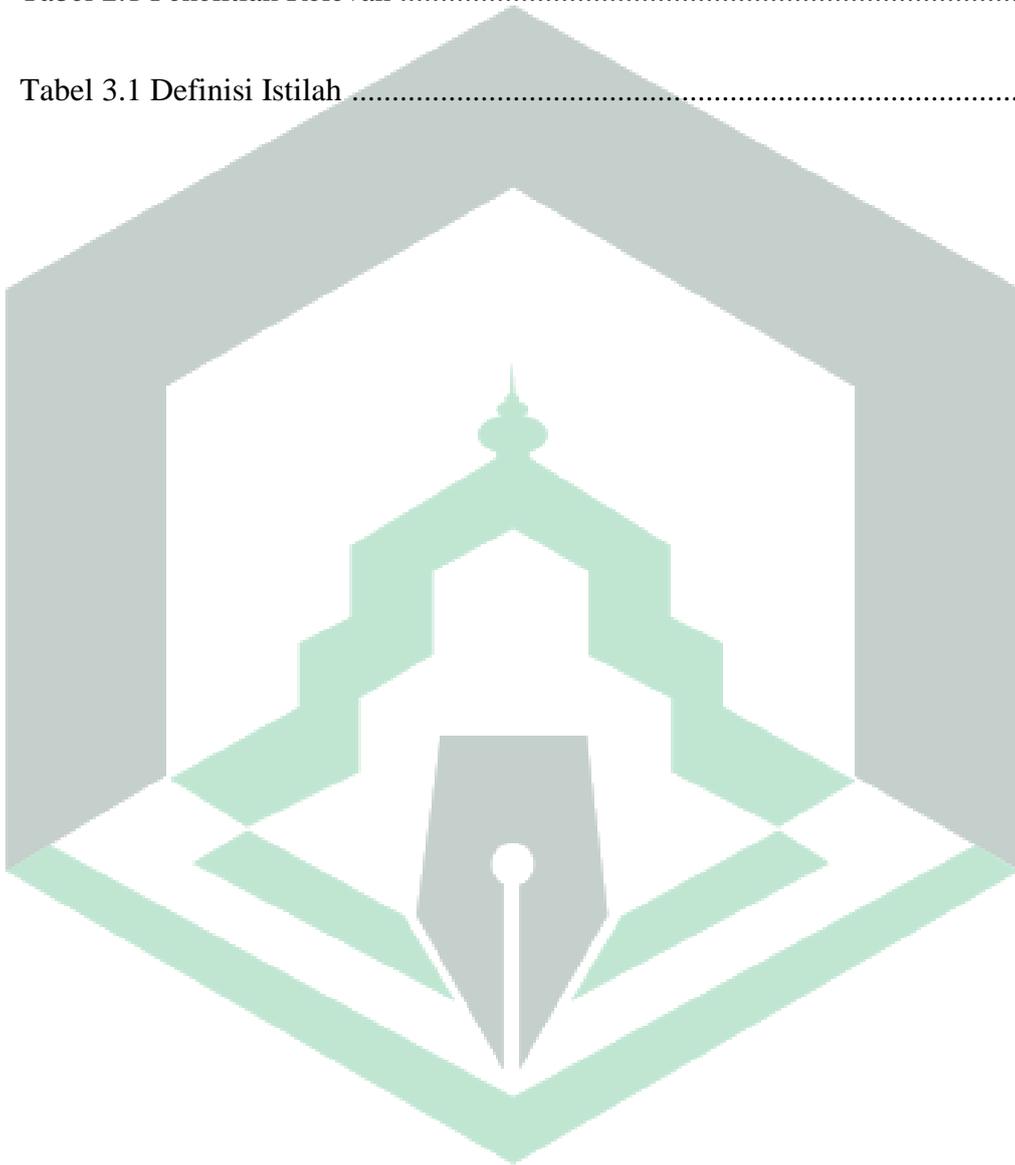
Kutipan Ayat QS. Al-Baqarah/2: 280 .....2



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Relevan .....29

Tabel 3.1 Definisi Istilah .....29



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi BSI KCP Palopo Ratulangi .....5



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumen Selama Kegiatan Penelitian

Lampiran 2 Surat Keterangan Wawancara

Lampiran 3 Nota Dinas Pembimbing

Lampiran 4 Halaman Persetujuan Pembimbing

Lampiran 5 Nota Dinas Pembimbing

Lampiran 6 Tim Verifikasi Naskah Skripsi

Lampiran 7 Surat Keterangan Izin Penelitian Dari DPMPTSP

Lampiran 8 Riwayat Hidup



## ABSTRAK

**Firda Sadikin 2018** “*Strategi Pembiayaan Akad Murabahah BSI KCP Palopo Ratulangi dalam Meningkatkan Nasabah pada Usaha Mikro*” Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo di Bimbing Oleh Ishak S.E, I M.E, I.

Skripsi ini membahas tentang strategi pembiayaan akad murabahah dalam meningkatkan nasabah usaha kecil penelitian ini bertujuan mendeskripsikan strategi pembiayaan akad murabahah BSI KCP palopo ratulangi dalam memasarkan produk usahakecil. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *segmentasi*, *targeting*, dan *positioning* dalam menentukan segmen pasar dan target pasar yang ingin dituju serta agar perusahaan mampu menanamkan citra perusahaan dibenak konsumen

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yaitu dengan mengumpulkan data , menyusun, dan mendeskripsikan data yang diperoleh dari hasil observasi wawancara secara mendalam dengan narasumber. Dengan demikian metode ini berusaha untuk menyajikan data dan fakta-fakta tentang strategi pembiayaan akad murabahah dalam meningkatkan nasabah pada usaha kecil di BSI KCP Palopo Ratulangi.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan penulis, penelitian ini menunjukkan strategi segmentasi dengan mengelompokkan konsumennya kedalam beberapa segmen psikografis diantaranya meliputi kelas sosial. Adapun BSI KCP Palopo Ratulangi memposisikan produknya sebagai produk pembiayaan yang berkualitas sesuai kebutuhan masyarakat sekitar yang akan melakukan pengajuan pembiayaan.

**Kata Kunci:** *Strategi, Akad Murabahah, Usaha Kecil*

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Kesadaran masyarakat yang semakin tinggi terhadap pengamalan nilai-nilai Islam dalam kegiatan ekonomi menjadi salah satu yang melatarbelakangi berdirinya perbankan syariah di Indonesia maupun di berbagai Negara lainnya. Perkembangan perbankan syariah diharapkan dapat memberikan solusi yang lebih baik dalam perekonomian suatu negara, karena umat Islam dan masyarakat dapat bermuamalah/ berekonomi secara Islami. Secara makro, penghapusan sistem ribawi yang digantikan oleh sistem muamalah syariah (perbankan syariah) akan berdampak pada peningkatan pertumbuhan ekonomi dan menekan tingkat inflasi dalam negeri, begitu pula iklim usaha akan berpindah dari usaha non-real (riba, perdagangan uang, perdagangan saham) menjadi usaha real (perdagangan barang dan jasa). Pembiayaan investasi dengan fasilitas bagi hasil serta Pembiayaan komsumer dengan akad murabahah dalam bank syariah akan memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada masyarakat untuk bermitra secara harmonis dengan perbankan. Masyarakat akan menjadi mitra bank yang tidak lagi menghisap darah masyarakat melalui 2 mekanisme riba akan tetapi masyarakat sebagai nasabah dapat menjadi mitra usaha bagi bank syariah.<sup>1</sup>

Industri perbankan dan jasa keuangan, saat ini dihadapkan pada persaingan bisnis yang sangat tajam, kompleks, dan perubahan lingkungan bisnis

---

<sup>1</sup> M. Ismail Yusanto, "Pengantar Ekonomi Islam". Tahun 2009 halaman 298

yang cepat. Karena itu para pengelola perbankan berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabahnya. Perusahaan perbankan dan para pemasar juga berlomba untuk memodifikasi strategi pemasaran. Mereka semakin mengerti bahwa pelanggan (konsumen) adalah penting bagi kehidupan perusahaannya. Pelanggan harus tetap dijaga dan dipertahankan agar tidak berpaling ke perusahaan lain. Dinamika kompetisi perbankan syariah saat ini semakin tinggi, mengakibatkan suatu keuntungan kompetitif (competitive advantage) yang dimiliki oleh suatu bank makin tidak berkelanjutan (sustainable).

Dengan demikian, sebuah bank harus melakukan berbagai upaya pembaharuan yang tidak kenal henti untuk dapat menjadi pemain utama pada segmennya, sehingga dapat menjadi preferensi utama pelanggan (customer) yang berujung pada kepuasan dan bahkan loyalitas. Seiring dengan berkembangnya suatu bisnis yang membuat persaingan menjadi ketat, banyak perusahaan berlomba-lomba meningkatkan 3 fasilitas, prasarana, dan berbagai manfaat lainnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Perkembangan Perbankan Syariah saat ini yang begitu pesat, menyebabkan industri perbankan menghadapi lingkungan bisnis yang kompetitif. Upaya Bank Syariah untuk dapat tetap hidup, menciptakan dan mempertahankan nasabah menjadi prioritas yang besar bagi bank. Strategi yang tepat untuk menarik dan mempertahankan nasabah hendaknya disusun secara cermat supaya nasabah bersedia membeli produk dan jasa perbankan tersebut dengan strategi pemasaran yang baik.

Dengan strategi pemasaran diharapkan dapat menciptakan relationship antara nasabah dan Bank Syariah, yaitu hubungan kemitraan antara Bank dengan

nasabah yang dijalin secara terus menerus dalam usaha meningkatkan kepercayaan pada Bank Syariah yang pada akhirnya mampu memberikan kepuasan pada nasabah serta mampu menciptakan image dan citra perusahaan sehingga reputasi perusahaan dimata pelanggan atau nasabah terus meningkat pula. Dalam pemasaran modern seperti saat ini paradigma pemasaran telah bergeser, tidak hanya menciptakan transaksi untuk mencapai keberhasilan pemasaran tetapi perusahaan juga harus menjalin hubungan dengan pelanggan dalam waktu yang panjang. Paradigma tersebut disebut relationship marketing, dasar pemikiran dalam praktek pemasaran ini adalah membina hubungan yang lebih dekat dengan 4 menciptakan komunikasi dua arah dengan mengelola suatu hubungan yang saling menguntungkan antara pelanggan dan perusahaan.<sup>2</sup>

Bank Syariah Indonesia KCP Palopo Ratulangi adalah merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang berada ditengah persaingan bisnis yang kompetitif dibidang produk pembiayaan, serta berada pada posisi yang letaknya sangat strategis yang berdiri di lingkungan masyarakat yang notabene dalam memenuhi pemenuhan kebutuhan hidupnya lebih tertarik pada hal-hal yang sifatnya konsumtif, seperti pembelian rumah, kendaraan, pemilikan ruko, dan sebagainya. Hal ini tentu menjadi hal yang sangat prospektif bagi lembaga perbankan syariah dalam menawarkan produk pembiayaannya (financing) kepada masyarakat ekonomi menengah ke bawah.

Disamping itu alasan dilakukan penelitian pada Bank Syariah Indonesia KCP Palopo Ratulangi, karena tinjauan adanya persaingan bisnis dibidang

---

<sup>2</sup> Syarifuddin Chan 2003 hal. 6

pembiayaan konsumtif yang signifikan, dikarenakan semakin banyaknya lembaga keuangan syariah saat ini yang menawarkan produk pembiayaan kepada masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Dalam upaya meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas nasabahnya, khususnya pada segmen produk pembiayaan murabahah, Bank Syariah Indonesia KCP Palopo Ratulangi kiranya perlu mengimplementasikan suatu strategi pemasaran khususnya pada staf karyawan yang bertugas pada bagian relationship 5 marketing Bank Syariah Indonesia KCP Palopo Ratulangi guna mengembangkan tingkat persaingan (Kompetitivnes) potensi pasar perusahaan dalam hal pembiayaan akad murabahah.

Usaha kecil merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan penting dalam perekonomian namun selama ini sektor ini sulit berkembang di sebabkan karena pengusaha kecil yang umumnya berasal dari masyarakat lapisan bawah nyaris tidak tersentuh (*undesered*) dan di anggap tidak memiliki potensi dana oleh lembaga keuangan formal terutama lembaga keuangan bank syraiah sehingga menyebabkan laju perekmbangan terlambat, akibatnya aksebilitas dari pengusaha mikro terhadap sumber keuangan formal rendah sehingga kebanyakan mereka hanya mengandalkan modal terbatas pada apa yang mereka miliki tidak jarang pengusaha kecil mengambil jalan pragmatis untuk memenuhi kebutuhan modalnya dengan mencari pinjaman kepada lembaga keuangan informal seperti rentenir yang menjalankan pola kredit yang praktis dan sederhana tanpa proses administrasi yang rumit dan tidak memakan waktu yang lama.

Dan usaha kecil juga usaha bentuk yang diliat dari suatu bentuk usaha yang dilihat dari skalanya usaha rumah tangga dan usaha kecil ini sudah terbukti bahwa bentuk usaha yang dapat bertahan dalam krisis ekonomi yang pernah terjadi di Indonesia. Pembangunan dan pertumbuhan usaha kecil merupakan salah satu penggerak yang krusial bagi pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di dunia. Karakteristik yang melekat pada usaha kecil bisa merupakan kelebihan atau kekuatan yang justru menjadi penghambat perkembangan. Kombinasi dari kekuatan dan kelemahan serta interaksi keduanya dengan situasi eksternal akan menentukan prospek perkembangan usaha kecil.

Berdasarkan uraian hal tersebut, penulis tertarik dan merasa perlu untuk meneliti Strategi Pembiayaan Akad Murabahah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Palopo Ratulangi berpengaruh pada peningkatan jumlah nasabah usaha kecil dengan judul: **“Strategi Pembiayaan Akad Murabahah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Palopo Ratulangi dalam Meningkatkan Nasabah Pada Usaha Mikro”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, terdapat permasalahan yang membutuhkan jawaban atas penelitian ini, yaitu bagaimana strategi pembiayaan akad Murabahah dalam meningkatkan nasabah usaha mikro ?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, diperoleh Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi pembiayaan akad murabahah dalam meningkatkan nasabah pada usaha kecil di BSI KCP Palopo ?

### D. Manfaat Penelitiann

Manfaat penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan acuan dan landasan teoritis terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dibidang perbankan syariah serta mampu mnejadi literatur, referensi, dan dokumentasi yang dapat digunakan sebagai panduan atau pedoman dalam melaksanakan berbagai penelitia selanjutnya.
  - b. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi yang bermanfaat serta menjadi bahan acuan dalam pengambil kebijakan terutama mengenai strategi pembiayaan akad murabahah dalam meningkatkan usaha kecil.
2. Manfaat Praktis
  - a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti terkait tentang yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Palopo.

b. Bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi dan referensi bagi penelitian selanjutnya dalam mengambil kebijakan terkait strategi pembiayaan akad murabahah dalam meningkatkan usaha kecil.

c. Bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi dan referensi bagi penelitian selanjutnya dalam mengambil kebijakan terkait strategi pembiayaan akad murabahah dalam meningkatkan usaha kecil.



## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tabel 2.1 Penelitian Relevan

No	Penelitian, Tahun, dan Judul	Alat Analisis	Temuan/Hasil
1.	Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah Pada Kspps Baitut Tamwil Tazakka  DiTulis Oleh Husein Adi Negoro, Rofiul Wahyudi Pada Tahun 2021	Penelitian kualitatif	Penelitian ini yaitu variabel produk, KSPPS Baitut Tamwil Tazakka memiliki beberapa keunggulan produk pembiayaan murabahah diantaranya margin yang relative rendah, kemudahan dalam transaksi sesuai dengan syariah dan transparansi yang dilakukan untuk menjaga kepercayaan anggota. Selanjutnya, variabel harga, KSPPS Baitut Tamwil Tazakka dengan menetapkan bunga 19-23 % pertahun dibandingkan pihak lain yang menerapkan hingga 2,5 % perbulan. Variabel lokasi KSPPS Baitut Tamwil Tazakka memiliki lokasi kantor pusat dan kantor cabang yang strategis dengan bertempat di jalan raya dan dekat pusat perekonomian seperti pasar. Variabel promosi KSPPS Baitut Tamwil Tazakka menetapkan strategi mouth to mouth sebagai strategi yang paling efektif diikuti door to door, event yang melibatkan anggota dan masyarakat, brosur, x-banner, baliho, media sosial yang menjelaskan keunggulan produk pembiayaan murabahah KSPPS Baitut Tamwil Tazakka.
2.	Strategi pengembangan Produk pada Bank Syariah dalam	Metode analisis data pendekatan	1. hasil penelitian yang di peroleh dalam aplikasi pembiayaan murabahah PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung memberikan pengajuan pembiayaan

<p>Meningkatkan kualitas Kualitas Pembiayaan Murabahah Yunita Sari pada Tahun 2018</p>	<p>kualitatif</p>	<p>2. strategi yang diterapkan PT BPRS Mitra Agro Bandar Lampung dalam pembangunan produk pembiayaan murabahah adalah bauran pemasaran yaitu produk pembiayaan murabahah yaitu PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung menggunakan media cetak , elektronik dan online serta melalui pameran, place yaitu PT BPRS Mitra Agro Bandar Lampung terletak dijalan. Hayam wuruk sawah lama sehingga lokasi kantor yang strategis selain itu PT. BPRS pusat yang Bandar lampung dalam mendistribusikan pembiayaan murabahah. <sup>3</sup></p>
<p>3. Analisis strategi Pembiayaan koperasi syariah dengan murabahah terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil tahun 2016-2018 pada BTM BIMU SUKARAME DI BANDAR LAMPUNG di tulis pada tahun 2020 ditulis oleh indri nadyah</p>	<p>Metode analisis deskriptif</p>	<p>Dari beberapa studi keputusan telah banayak penelitian mengenai strategi, hal yang berebda dalam penelitian ini menganalisis strategi pembiayaan koperasi syariah dengan akad mudharabah terhadap peningkatan pendapatan usahan mikro kecil tahun 2016-2018 BMT BiMU sukarame Bandar lampung jadi peran UMKM memiliki interasi pasar yang baik <sup>4</sup></p>

<p>4. Strategi Pembiayaan Murabahah Sektor Usaha Mikro, Kecil, Dan menengah (UMKM); STUDI KASUS PERBANKAN SYARIAH DISUMATRA UTARA disusun oleh tiara andini pada tahun 2018</p>	<p>Metode analisis data pendekatan kuantitatif</p>	<p>Setelah dilakukan dekomposisi masalah, maka diperoleh kerangka umum analisis masalah memiliki 6 buah kluster yaitu</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aspek memiliki dua elemen, yaitu masalah internal dan masalah eksternal.</li> <li>2. Masalah internal memiliki tiga elemen yaitu masalah internal perbankan sumber daya manusia, teknis pembiayaan murabahah.</li> <li>3. Masalah eksternal memiliki tiga elemen yaitu nasabah/UMKM, otoritas dan pembiayaan alternatif.</li> <li>4. Solusi eksternal memiliki tiga elemen yaitu solusi eksternal perbankan, sumber daya manusia, dan solusi teknis pembiayaan mudharabah</li> <li>5. Solusi eksternal memiliki tiga elemen yaitu sosialisasi eksternal/UMKM, otoritas, dan pembiayaan alternatif.</li> <li>6. Strategi memiliki enam elemen, yaitu optimalisasi akad, penguatan, permodalan, segmentasi pasar pembiayaan mudharabah, mendirikan lembaga penjamin, program sosialisasi, dan edukasi, dan kerjasama dengan pihak ketiga untuk mendampingi usaha nasabah Untuk lebih lengkapnya kerangka kerja identifikasi masalah solusi dan strategi pembiayaan mudharabah sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di perbankan syariah Sumatera Utara.<sup>5</sup></li> </ol>
<p>4. Strategi Pembiayaan Akad Murabahah Dalam meningkatkan Usaha Kecil Di Tulis Oleh Umi Cahyati Pada Tahun 2019</p>	<p>Metode yang digunakan metode kualitatif</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti lakukan ada KSS BMT Nusa Ummat Sejahtera Cirebon saat ditarik beberapa hasil kesimpulan dari penelitian mengenai Strategi Pembiayaan Akad Murabahah Dalam Meningkatkan Usaha Kecil yaitu: pengelolaan pembiayaan akad murabahah di KSS BMT NU sejahtera terbilang mudah, cepat dan terbuka dalam arti tidak ada unsur tipu menipu baik dari</p>

---

persyaratan/kelengkapan data yang diminta seperti fotocopy KTP, KK dan jaminan-jaminan yang akan dijamin oleh dan lain-lain yang diperlukan dalam proses pengajuan upn sangatlah jelas. Kantor KSS BMT NU Sejahtera Cirebon terletak di jalan raya tegah tani no.17 dawuan Cirebon yang mudah dijangkau dan letaknya pun sangat strategis memudahkan nasabah membayar kewajibannya. Dan strategi pembiayaan akad murabahah dalam meningkatkan usaha kecil di KSS BMT NU Sejahtera yaitu dengan menawarkan pinjaman sesuai dengan kemampuan nasabah masing-masing dan memberikan margin yang sangat kecil sehingga tidak memberatkan kepada nasabah dan memberikan waktu yang fleksibel agar usaha yang nasabah jalani dapat memajukan usahanya. Adapun faktor hambatan penyelesaian dalam pembiayaan akad murabahah yaitu kurangnya kehati-hatian marketing dalam pengawasan dan menganalisa dan kurang apabila ada itikad buruk nasabah. Proses penyelesaian atas hambatan yang dilakukan oleh pihak nasabah adalah bahwa jangka waktu untuk pembayaran agsuran sudah habis. Kedua melakukan pendekatan dengan kunjungan secara persuasif dan intens terhadap anggota ketiga apabila nasabah tidak membayar juga maka akan diberikan SP 1-3 jika tidak ada tanggungan maka pihak KSS BMT NU Sejahtera akan melakukan pelelangan.<sup>6</sup>

---

Dari beberapa penelitian terdahulu yang relevan terdahulu memiliki beberapa perbedaan dengan penelitian yang dilakukan pada saat ini, adapun perbedaan dengan penelitian yang oleh Fitri Wulandari dengan penelitian saya

sendiri yaitu, pada perbedaannya penelitian terdahulu melakukan penelitian pada studi kasus yang berbeda dan tanggal.

Kedua perbedaan peneliti terdahulu dengan penelitian saya sendiri yang dilakukan oleh Yulita Sari pada perbedaannya terdapat pada penelitian terdahulu yang relevan dengan judul penelitian Strategi pengembangan produk pada bank syariah dalam meningkatkan kualitas pembiayaan sedangkan penelitian selanjutnya akan meneliti pembiayaan akad murabahah dalam meningkatkan usaha kecil.

Ketiga perbedaan peneliti terdahulu yang relevan dengan penelitian saya sendiri penelitian yang berjudul Analisis strategi pembiayaan koperasi syariah dengan akad murabahah terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil tahun 2016-2018 pada BTM BIMU SUKARAME DI BANDAR LAMPUNG di tulis pada tahun 2020 penelitiannya ingin mengetahui peningkatan usaha mikro kecil pada pembiayaan akad murabahah dan perbedaannya pada tahun dan tanggal penelitian dan tempat penelitiannya.

Ke-empat perbedaan penelitian terdahulu yang relevan penelitian saya sendiri yaitu penelitian yang dilakukan oleh Tiara Andini dan penelitian saya sendiri yaitu perbedaannya studi kasus tujuan dan tanggal penelitian berbeda.

Ke-lima perbedaan penelitian terdahulu yang relevan saya sendiri yaitu penelitian yang dilakukan oleh UMI Cahaya Tindan penelitian saya sendiri yaitu perbedaan studi kasus tempat, tahun dan tanggal penelitian yang berbeda. Dan

persamaanya sama-sama ingin mengetahui hasil penelitian strategi pembiayaan akad murabahah dalam meningkatkan usaha kecil.

## **B. Landasan Teori**

### **1. Strategi**

Secara etimologi, strategi merupakan kata yang bermakna cetak biru, desain, muslihat, program, rencana, siasat, garis haluan, kebijakan, khitah, pendekatan, dan politik. Strategi berasal dari kata Yunani *strategia* yang berarti seni atau ilmu yang menjadi jenderal. Strategi pada awalnya digunakan dalam dunia militer sebagai “rencana besar” untuk menghancurkan musuh namun berkembang sebagai bidang yang berbeda, seperti strategi bisnis, olahraga, ekonomi, pemasaran, perdagangan manajemen, dan sebagainya. Dalam referensi manajemen strategis kata strategi biasanya dikaitkan dengan aktivitas dan keputusan yang berfokus pada interaksi jangka panjang antara organisasi dengan lingkungannya.

Menurut Buchari Alma (2017) strategi adalah pola keputusan dalam perusahaan yang menentukan sasaran, maksud atau tujuan yang menghasilkan kebijaksanaan utama dan merencanakan untuk pencapaian tujuan serta merinci jangkauan bisnis yang akan dicapai oleh perusahaan.

Menurut Chandler, strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan jangka panjang, program, tidak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Dari definisi

menurut Chander ini merupakan penemuan yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang disusun. Konsep-konsep tersebut adalah:

a. Distinctive Competence

Tindakan yang oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya.

b. Competitive Advantage

Kegiatan yang spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan yang lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya

Secara terminologi, Griffin mendefinisikan strategi sebagai rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. Strategi dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi dilingkungan dimana organisasi tersebut menjalankan aktivitasnya strategi juga dapat di definisikan sebagai rencana jangka pendek maupun jangka panjang tentang bagaimana perusahaan akan mencapai misinya. Strategi juga merupakan pedoman untuk menentukan keputusan-keputusan dan hasilnya di masa mendatang sesuai dengan arah kemana perusahaan akan bergerak.

Menurut Mamduh, strategi adalah penetapan tujuan jangka panjang yang dasar dari suatu organisasi dan pilihan alternatif tindakan dan alokasi sumber daya yang di perlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan perencanaan, dan eksekusi sebuah aktifitas dalam kurun waktu tertentu strategi menekankan pada

akasi atau tindakan untuk mencapai tujuan dan juga pada tujuan itu sendiri. Strategi di bedakan dengan taktik yang memiliki ruang lingkup dan lebih sempit dan waktu yang telah singkat walaupun pada umumnya kedua kata tersebut sering di campur aduk. Dan strategi merupakan sekumpulan cara secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, sebuah perencanaan dalam waktu tertentu.

8

Strategi merupakan sejumlah keputusan dan aksi yang ditunjukkan untuk mencapai tujuan (goal) dalam menyesuaikan sumber daya organisasi dengan peluang dan tantangan yang di hadapi dengan lingkungan industrinya dan langkah-langkah atau suatu cara yang dijalankan untuk meraih suatu tujuan berdasarkan sumber perusahaan serta lingkungan yang dihadapi adapun untuk merancang strategi pentingnya kejelasan melihat situasi dan kondisi agar pencapaian tujuan dapat terus menerus berjalan dan selalu berinovasi sebagai indikator keberhasilan dari perencanaan strategi.

- 1) Perencanaan strategi yang sering dikaitkan dengan aspek praktis dengan penetapan sasaran memiliki taktik, dan menetapkan jadwal. Sebaliknya, strategi cenderung memiliki cakupan yang lebih luas. Berdasarkan definisi, strategi merupakan konsep luas yang menggambarkan tujuan organisasi. Selain itu, suatu strategi menggaris bawahi bagaimana bisnis tersebut berupaya memenuhi sasaran dan masukan daya tanggap organisasi terhadap tantangan dan kebutuhan baru. Karena strategi yang dirumuskan dengan baik menjadi tonggak penting bagi kesuksesan dalam sebuah bisnis sebagian

besar meneger puncak mencurahkan perhatian dan kreatifitas pada proses tersebut. Perumusan strategi (*Strategy formulation*) melibatkan 3 langkah dasar.

- 2) Menetapkan sasaran strategi, sasaran (strategi goals ditundungkan langsung dari pernyataan misi perusahaan sebagai contoh, martin winter cor CEO Volkswagen, memiliki sasaran strategi yang jelas untuk produsen mobil asal eropa ini. Ketika ia memulai memimpin perusahaan beberapa tahun yang lalu,volkswagen masih meraut margin laba yang tipis dianggap kurang penting dalam pasar AS penjualanya menurun drastis namun beberapa tahun berikutnya, Winterkon merombak total perusahaan tersebut melalui sisi audi, scania dan porschae, dan kini mencetak laba tinggi volkswagen juga kini memiliki kekuatan dalam industri otomotiv global.
- 3) Menganalisis organisasi dan lingkungan analisis swot setelah sasaran strategi ditetapkan, menenger biasanya berupaya untuk menilai organisasi beserta lingkunganya kerangka kerja penilaian ini disebut analisis swot. Proses tersebut melibatkan penilaian kekuatan dan kelemahan (*Streenght Dan Weaknes*) organisasi serta peluang dalam ancaman lingkungan (*opportinty dan therat*) dan dalam merumuskan strategi mananger, perusahaan untuk memberdayakan organisasi dan memetik manfaat peluang lingkungan. Dalam proses yang sama, mananger juga mencari cara untuk mengatasi atau menutupi kelemahan dan mencegah atau menghadapi ancaman lingkungan, pengamatan lingkungan bisnis untuk mencari

ancaman dan peluang sering kali disebut dengan analisis lingkungan (environmental).

### C. Jenis Jenis Strategi

Seperti yang diperlihatkan pada dua jenis strategi yang biasanya di pertimbangkan perusahaan antara lain strategi korporat, strategi bisnis (atau persaingan) dan strategifungsional yaitu:

#### 1. Strategi Korpat

Tujuan dari strategi korpat (*Korporate Strategy*) adalah menetapkan bisnis apa yang dilakukan dan dijalankan oleh perusahaan. Beberapa korporasi memiliki dan menjalankan satu bisnis saja. Pembuat WD-40 misalnya hanya berfokus pada merek tersebut, korporasi lain memiliki dan mengoprasi beragam bisnis suatu perusahaan bisa memilih untuk tumbuh dengan cara meningkatkan kegiatan atau investasinya atau memperkecil dengan cara mengurangi kegiatan bisnisnya.

Terkadang suatu koprasi membeli dan menjalankan berbagai jenis bisnis dalam industri yang sejalan sebagai bagian dari korporatnya, sebagai contoh jaringan restoran milk YUM (KFC pitza hut dan taco bell) jelas saling berkaitan srategi ini di sebut dengan divervikasi terkait samsung yang memiliki bisnis elektronik kostruksi, kimia katering, dan hotel menjalankan strategi yang kedua dibawah pimpinan *kenneh chenault* strategi korporad diamex mengharuskan adanya penguatan operasi melalui prinsip pertumbuhan yang disebut *e-partnering*

yaitu membeli saham dari perusahaan-perusahaan kecil yang menyediakan teknologi yang tidak dimiliki oleh Amex.

## 2. Strategi bisnis (persaingan)

Ketika koperasi memiliki dan menjalankan berbagai bisnis, perusahaan harus mengembangkan strategi untuk masing-masing bisnis. Strategi bisnis atau persaingan (*or competitive*) strategy diterapkan pada unit bisnis atau produk dan berfokus pada peningkatan posisi bersaing perusahaan. Sebagai contoh pada tingkatan ini Amex mengambil keputusan tentang cara terbaik untuk bersaing dalam industri yang meliputi visa *Master Card* dan perusahaan penerbit kartu kredit lain dalam hal ini, perusahaan berkomitmen kuat untuk memperluas tawaran produknya dan melayani nasabah melalui teknologi baru.

Sedangkan Pepsi memiliki satu strategi untuk bisnis minuman ringan untuk bersaing dengan Coca-Cola dan strategi yang berbeda untuk bisnis minuman olahraganya serta strategi yang lain lagi untuk perusahaan minuman *new age* miliknya.

## D. Sejarah singkat strategi

Studi mengenai strategi dan pengembangannya dari dasar-dasar pengetahuan mikro ekonomi mengenai pemikiran strategis dapat ditelusuri mundur paling sedikit sampai Alfred Chandler (lahir 1918) yang aktif dan berpengaruh pada akhir tahun 1950-an. Dia menetapkan strategi sebagai kumpulan sasaran dan objektif jangka panjang, tekad untuk melakukan tindakan dan alokasi sumber daya

untuk mencapai objektif tersebut. Ada pendapat lain yang mengatakan bahwa akar strategi sudah ada jauh lebih tua, misalnya reorganisasi general motor yang dilakukan oleh Alferd Sloan pada tahun 1921 (walaupun ini baru didekumentasikan oleh *my years with genral motors* yang diterbitkan pada tahun 1963).<sup>9</sup>

Sebuah kasus dapat juga membuat bahwa peter DRUCKER adalah orang yang menggulirkan bola strategi jauh lebih awal. Apakah strategi dimulai pada tahun 1921, 1946 atau lebih belakangan konsep ini mengalami pendewasaan yang ampu pada tahun 1960. Paruh pertama dari dekade itu menjadi saksi mata dari fokus baru pada strategi terjadi di markas akademis. Pada tahun 1960 Theodore LEVITT menerbitkan artikel berjudul *marketing myopia* dalam *harverd bussiness riview* salah satu carapertama untuk mencermati.<sup>10</sup>

## E. Pembiayaan

### 1. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan adalah sumber pendapatan bagi bank syariah atau istilahnya teknisnya produktif menurut ketentuan bank indonesia adalah penanaman dana bank syariah baik dalam rupiah maupun valuta asing dalam bentuk pembiayaan, piutang, qard, surat syariah, penempatan, penyertaan modal, penyertaan modal sementara, komitmen dan kontinjensi pada rekening administratif serta sertifikat wadiah bank syariah. Dan pendanaan yang dierikan oleh satu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah di rencanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain pembiayaan adalah pendanaan yang

dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah di rencanakan dalam perbankan syariah disebut sebagai aktiva produktif.

## 2. Fungsi pembiayaan

Ada beberapa fungsi dari pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah kepada masyarakat penerima, diantaranya:

### a. Meningkatnya daya guna uang

Para penabung menyimpan uangnya di bank dalam bentuk giro, tabungan dan deposito. Uang tersebut dalam prosentase tertentu ditingkatkan kegunaannya oleh bank guna suatu usaha peningkatan produktivitas. Para pengusaha menikmati pembiayaan dari bank untuk memperluas atau memperbesar usahanya baik untuk peningkatan produksi, perdagangan maupun untuk usaha-usaha rehabilitas ataupun memulai usaha baru. Pada dasarnya melalui pembiayaan terdapat suatu usaha peningkatan produktivitas secara menyeluruh. Dengan demikian dana yang mengendap di bank (yang di peroleh dari para penyimpanan uang) tidaklah ideal (diam) dan disalurkan untuk usaha-usaha yang bermanfaat, baik kemanfaatan bagi pengusaha maupun kemanfaatan bagi masyarakat.

### b. Meningkatkan daya guna barang

Produsen dengan bantuan pembiayaan bank dapat memproduksi bahan mentah menjadi bahan jadi sehingga utility dari bahan tersebut meningkat, misalnya peningkatan utility kelapa menjadi kopra dan selanjutnya menjadi minyak kelapa atau minyak goreng peningkatannya utility kelapa dari padi menjadi beras

benang menjadi tekstil dan sebagainya dan peningkatan yang di kedua yaitu produsen dengan dengan bantuan pembiayaan dapat memindahkan barang dari suatu tempat yang kegunaannya kurang ketempat yang bermanfaat. Seluruh barang-barang yang dipindahkan atau dikirim dari suatu daerah kedaerah lain yang manfaat barang itu lebih terasa pada dasarnya meningkatkan utility barang itu. Pemindahan barang-barang tersebut tidaklah dapat diatasi oleh keuangan para distributor saja dan oleh karenanya mereka memerlukan bantuan permodalan dari bank berupa pembiayaan.

c. Meningkatkan peredaran uang

Pembiayaan yang disalurkan via rekening-rekening koran pengusaha menciptakan pertambahan peredaran uang giral dan sejenisnya seperti cek, bilyet, giro, wasel, promes dan sebagainya. Melalui pembiayaan, peredaran uang kartal maupun giral akan lebih berkembang oleh karena pembiayaan menciptakan suatu kegairahan berusaha sehingga penggunaan uang akan bertambah baik kualitatif apalagi secara kuantitatif. hal ini selaras dengan pengertian bank selaku “*money creator*” penciptaan uang itu selain dengan cara sibtitusi penukaran uang kartal yang di simpan di giro dengan uang giral, maka ada juga *exchange of claim*, yaitu bank memberikan pembiayaan dalam bentuk uang giral di samping itu dengan cara trasformasi yaitu bank membeli surat-surat berharga dan membayarnya dengan bentuk uang giral.

d. Menimbulkan gairah berusaha

Setiap orang berusaha selalu ingin meningkatkan usaha, namun sering di batasi oleh kemampuan di bidang permodalan bantuan pembiayaan yang diberikan bank, akan mengatasi kekurangan modal tersebut, sehingga para pengusaha membutuhkan bantuan modal dari bank untuk memperbesar volume usaha dan produktivitasnya.

e. Stabilitas ekonomi: langkah-langkah stabilisasi biasanya di arahkan pada usaha-usahanya untuk mengendalikan inflasi, peningkatan kegiatan ekspor rehabilitasi prasarana, dan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan pokok rakyat.

f. Mengurangi pengangguran: dengan adanya bantuan pembiayaan dari lembaga keuangan, maka pengusaha akan dapat memperluas usahanya dan mendirikan proyek baru tersebut akan membuka lahan baru untuk membuka pekerjaan sehingga dapat memperluas kesempatan orang untuk mendapatkan pekerjaan dengan demikian para pengangguran mendapatkan pekerjaan kemudian memperoleh pendapatan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

g. Sebagai jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional: para usaha yang mendapat pembiayaan akan meningkatkan usahanya menjadi lebih baik sehingga profit atau keuntungan yang di peroleh juga akan meningkat. Adanya peningkatan keuntungan bermakana pajak perusahaan juga akan bertambah. Selain itu, pembiayaan yang di salurkan perusahaan juga akan

bertambah. Selain itu, pembiayaan yang disalurkan untuk merangsang kegiatan ekspor akan menghasilkan pertambahan devisa Negara.

F. Menimbulkan kegairahan berusaha

Setiap manusia adalah makhluk yang selalu melakukan kegiatan ekonomi yaitu berusaha untuk memenuhi kebutuhannya kegiatan usaha sesuai dengan dinamikanya akan selalu meningkat, akan tetapi peningkatannya akan selalu meningkat akan tetapi peningkatan usaha tidaklah selalu di imbangi dengan peningkatan kemampuannya yang berhubungan dengan manusia lain yang mempunyai kemampuan karena itu pengusaha akan selalu berhubungan dengan bank untuk memperoleh bantuan permodalan guna meningkatkan usahanya bantuan pembiayaan yang diterima pengusaha dari bank inilah kemudian yang digunakan untuk memperbesar volume usaha produktivitasnya ditinjau dari hukum permintaan dan penawaran terhadap segala macam dan ragamnya usaha, permintaan akan terus bertambah bila mana masyarakat telah memulai melakukan penawaran maka terhadap segala macam dan ragamnya usaha, permintaan akan terus bertambah bila mana masyarakat telah memulai melakukan penawaran timbullah kemudian efek komulitif oleh semakin besarnya permintaan sehingga secara berantai kemudian menimbulkan kegairahan yang meluas dikalangan masyarakat untuk sedemikian rupa meningkatkan produktivitas. Secara otomatis kemudian timbul pula kesan bahwa setiap usaha untuk peningkatan produktivitasnya, masyarakat tidak perlu khawatir kekurangan modal oleh karena masa-lahnya dapat diatasi oleh bank dengan pembiayaanya.

## G. Stabilitas ekonomi

Dalam ekonomi yang kurang sehat, langkah-langkah stabilisasi Pada dasarnya diarahkan pada usaha-usaha yaitu:

- 1) Pengendalian inflansi
- 2) Peningkatan ekspor
- 3) Rehabilitas prasarana
- 4) Pemenuhan kebutuhan-kebutuhan pokok rakyat
- 5) Sebagai jembatan untuk peningkatan pendapatan nasional

Para usahawan yang memperoleh pembiayaan tentu saja berusaha untuk meningkatkan usahanya. Peningkatan usaha berarti peningkatan profit bila lagi kedalam struktur permodalan maka peningkatannya kan berlangsung terus menerus dengan pendapatan yang terus meningkat berarti pajak perusahaan pun akan terus bertambah, di lain pihak pembiayaan yang di salurkan untuk merangsang pertumbuhan kegiatan ekspor akan menghasilkan pertumbuhan devisa negara. Disamping itu dengan makin efektifnya kegiatan swasembada kebutuhan kebutuhan pokok, berarti akan hemat devisa keuangan negara akan dapat di berguna apabila rata-rata pengusaha, pemilik tanah, pemilik modal dan buruh atau karyawan mengalami peningkatan pendapatan, maka pendapatan negara via pajak akan bertambah, penghasilan, penghasilan devisa keuangan negara dan penggunaan devisa untuk urusan konsumsi berkurang, sehingga langsung atau tidak melalui pembiayaan pendapatan nasional akan bertambah. Sebagai alat hubungan ekonomi internasional.

Bank sebagai lembaga kredit atau pembiayaan tidak saja bergerak dalam negeri tapi juga dalam negeri,amerika serikat yang telah sedemikian manju organisasi dan sistem perbankannya ke seluruh plosok dunia demikian pula beberapa negara maju lainnya. Negara-negara kaya atau yang kuat ekonominya, demi persahabatan antar negara banyak memberikan bantuan kepada negara-negara yang sedang berkembang atau yang sedang membangun. Bantuan – bantuan yang sedang tercermin dalam bentuk bantuan kredit dengan syarat-syarat yang ringan yaitu bunga yang relatif murah dan jangka waktu yang panjang. Melalui bantuan kredit antar negara maka hubungan antar negara pemberi dan penerima kredit akan bertambah erat terutama yang menyangkut hubungan prekonomian dan perdagangan.

#### H. Macam dan jenis pembiayaan

Macam produk atau jasa perbankan syariah

- 1) Fund using services
  - a) Pembiayaan
  - b) Murabahah
  - c) Musyarakat
- 2) Piutang
  - a) Murabahah
  - b) Salam
  - c) Istishna
  - d) Ijarah

- 3) Qard
- 4) Penempatan
- 5) Penyertaan modal
- 6) Penyertaan modal sementara
- 7) Non fun unsing services

- a) Commitment

- b) Pembiayaan

- c) Kafalah

- 8) Wakalah

- 9) Akseptasi

- I. Tujuan pembiayaan

Pembiayaan merupakan sumber pendapatan bagi bank syariah. tujuan pembiayaan yang dilakukan perbankan syariah terkait dengan *stake holder*, yaitu:

- a. Pemilik

Dari sumber pendapatan diatas para pemilik mengharapkan akan memperoleh penghasilan diatas dana yang ditanamkan pada bank tersebut.

- b. Pegawai

Para pegawai mengharapkan dapat memperoleh kesejahteraan dari bank yang di kelolahnya.

- c. Masyarakat

Sebagai pemilik, mereka mengharapkan dari dana yang di investasikanakan diperoleh bagi hasil sedangkan debitur para debitur dengan penyediaan dana baginya mereka terbantu guna menjalankan usahanya atau terbantu untuk pengadaan barang yang diinginkan, dan masyarakat umumnya konsumen mereka dapat memperoleh barang-barang yang dibutuhkannya. <sup>11</sup>

#### d. Pemerintah

Akibat penyediaan pembiayaan pemerintah terbantu dalam pembiayaan pembangunan negara, disamping itu akan diperoleh pajak (berupua pajak penghasilan atas keuntungan yang di peroleh bank dan juga perusahaan-perusahaan)

#### J. Akad Murabahah

##### a. Pengertian pembiayaan murabahah

Bai' al- murabahah, yakni jual beli mabi' dengan ra's al-mal (harga pokok) ditambah sejumlah keuntungan tertentu yang desepakati dalam akad. Dalam kontrak murabahah, penjual harus memebritahuakan harga produk yang ia beli dan tentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahanya. Kontrak murabahah dapat dilakukan untuk pembelian secara pemesanan pembelian. Dalam istilah Imam Syafi'I dalam kitab Al-Um, Dikenal dengan AL-Amir bi asy-syira.

Menurut Ascarya adalah istilah fikih islam yang berarti suatu bentuk jual beli tertentu ketika penjual menyatakan biaya perolehan barang, meliputi harga

barang dan biaya-biaya lain yang dikeluarkan untuk memperoleh barang tersebut, dan tingkat keuntungan yang diinginkan.

Pembiayaan murabahah adalah salah satu produk perbankan syariah dalam bentuk pemberian fasilitas pembiayaan konsumtif fasilitas pembiayaan untuk keperluan konsumtif, yang diberikan kepada nasabah pembiayaan ini dapat digunakan untuk keperluan konsumtif yang diberikan kepada nasabah. Dan perkembangan pembiayaan murabahah pada bank syariah dari tahun ketahun. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan yang menunjukkan peningkatan jumlah realisasi pembiayaan dalam jutaan rupiah. Perkembangan pembiayaan murabahah pada tahun 2009 ke 2012 mengalami kenaikan tahun ketahun hal ini dapat dilihat dari perkembangan yang menunjukkan peningkatan jumlah realisasi pembiayaan dalam jutaan rupiah perkembangan pembiayaan murabahah pada tahun 2009-2010 yaitu saat bank syariah belum melakukan spin off mengalami kenaikan sebesar 3.21 % begitu pula pada tahun 2010-2011 yang juga mengalami peningkatan jumlah realisasinya pembiayaan murabaha yang signifikan sebesar 23,09% dan pada periode 2011-2012 mengalami peningkatan yang cukup drastis yaitu sebesar 43,72% sumber data tersebut penulis dapatkan pada *annual report* bank syariah yang bersangkutan berdasarkan data tahun 2010-2012 dari perkembangan tersebut dapat dikatakan pembiayaan murabahah termasuk salah satu produk bank syariah yang potensial untuk dikembangkan dan terus dipasarkan demi pendoatan nasabah yang lebih banyak lagi. Beberapa keunggulan pembiayaan murabahah.

Pembiayaan yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk kegiatan konsumtifnya yang besar pembiayaannya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan membayar kembali masing-masing calon nasabah. Beberapa keunggulan produk ini: Proses lebih cepat dengan persyaratan yang mudah sesuai dengan prinsip syariah. Minimal pembiayaan Rp.25.000.000 dan maksimum 5 miliar. Margin yang kompetitif. Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 15 tahun kecuali dengan pembelian kapling maksimum 10 tahun atau disesuaikan dengan kemampuan pembayaran. Walaupun kemampuan murabahah memiliki banyak kelebihan dan data di atas menunjukkan produk ini mengalami perkembangan yang saat ini pesat tetap saja perusahaan harus memasarkan produk ini dengan menggunakan strategi pemasaran yang tepat. Penulis mencoba menganalisis strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh produk pembiayaan murabahah dengan menggunakan matrik IFAS dan EFAS. Berdasarkan kuesioner yang disebarkan kepada responden penulis mencoba membuat satu contoh: Strategi pemasaran yang dapat diterapkan pada produk ini. Berdasarkan data yang diolah maka dari 13 item peluang ancaman diperoleh total weighted score di peroleh angka 3,21. Sedangkan 13 item kekuatan kelemahan di peroleh total weighted score sebesar 3,31. Score total tersebut di pindahkan ke matriks IFAS dan EFAS seperti terlihat.

b. Strategi produk dalam pembiayaan murabahah

Pembiayaan murabahah merupakan sesuatu produk yang banyak diminati oleh nasabah. Hal ini dikarenakan hal produk tersebut memiliki beberapa

kelebihan seperti asuransi yang bersipat tetap dan bisa melakukan take over bank lain. Untuk meningkatkan pertumbuhan produk ini, perusahaan secara agresif menekankan kelebihan-kelebihan dari produk ini kepada calon nasabah salah satunya pembiayaan murabahah. Adapun hal-hal yang di pertimbangkan oleh dewan komisaris dalam memperhitungkan margin adalah :<sup>12</sup>

*Directe kompetitor market rate*, (DCMR) yang dimaksud dengan DCMR adalah tingkat margin keuntungan rata-rata bank syariah yang ditetapkan dalam rapat dewan komisaris sebagai kelompok kompetitor langsung, atau tingkat margin keuntungan bank syariah tertentu yang ditetapkan dalam rapat dewan komisariat sebagai kompetitor langsung terdekat.

*Indeks kompetitors market rate* (BCMR) yang dimaksud dengan (TCMR) adalah tingkat suku bunga rata-rata perbankan konvensional atau tingkat rata-rata suku bunga beberapa bank konvensional yang dalam rapat dewan komisaris ditetapkan sebagai kelompok kompetitor tidak langsung, atau tingkat rata-rata suku bunga bank konvensional tertentu yang dalam rapat dewan komisariat di terapkan sebagai kompetitor tidak langsung yang terdekat. *Expected competitive return for investor* (ECRI) adalah target dari hasil kompetitif yang yang diharapkan dapat di berikan kepada dana pihak ketiga.

*Acquiring cost*, adalah biaya yang di keluarkan oleh bank yang langsung terkait dengan upaya memperoleh dana pihak ketiga. *Overhead cost*, adalah biaya di keluarkan oleh bank yang tidak langsung terkait dengan upaya untuk memperoleh dana pihak ketiga.<sup>13</sup>

- c. Landasan Hukum Pembiayaan Murabahah
- 1) Dasar Hukum positif
    - a) Pasal 1 Ayat (13) UU No.10 Tahun 1998 tentang perbankan
    - b) Pasal 19 ayat (1) huruf d dan ayat (2) huruf d UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah .
    - c) Pasal 21 huruf b angka 2 UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah
    - d) peraturan bank indonesia no 7/6/PBI/2007 tentang transparansi informasi produk bank dan penggunaan data pribadi nasabah beserta ketentuan perubahannya.
    - e) Peraturan Bank Indonesia No 9/19/PBI/2017 tentang pelaksanaan prinsip dalam kegiatan Syariah Penghimpun Dana dan Penyaluran Dana Serta pelayanan jasa bank syariah beritub perubahannya dengan peraruran bank indonesia No 10/16/PBI/2008.
    - f) Peraturan Bank Indonesia No.10/17/PBI/2008 tentang Produk Bank Syariah Dan Unit Usaha Syariah.
    - g) Dasar hukum positif Murabahah menurut Dewan Syariah Nasional
    - h) Fatwa Dewam Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah.
    - i) Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No 13/DSN-MUI/IX/2000 tentang uang muka dalam murabahah.
    - j) fatwa dewan syariah nasional majelis ulama indonesia No 23/DSN-MUI/III/2002 tentang potongan pelunasan dalam murabahah.

- k) Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No 47/DSN-MUI/II/2005 tentang penyelesaian piutang murabahah bagi nasabah tidak mampu membayar.
- l) Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No 48/DSN-MUI/II/2005 tentang penjadwalan kembali tagihan murabahah.
- m) Fatwa dewan syariah nasional majelis ulama Indonesia no. 49/DSN-MUI/II/2005 tentang konversi akad murabahah.

## 2) Dasar Hukum Syariah

Adapun alasan hukum syariah dari murabahah yang berdasarkan ayat-ayat Al-Quran adalah sebagai berikut:

QS. Al-Baqarah:280

تَعْلَمُونَ كُنْتُمْ إِن ۖ لَكُمْ خَيْرٌ تَصَدَّقُوا وَأَنَّ ۖ مَيْسِرَةً إِلَىٰ فَنظِرَةً عُسْرَةً ذُو كَانَ وَإِن

artinya: *Dan jika (orang yang berhutang itu) dalam kesukaran maka berilah tangguh sampao dia berkelapangan. Dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu, lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui.*(QS.Al-Baqarah [2]: 280)<sup>3</sup>

Dan yang menjadi landasan hukum syariah dari murabahah berdasarkan hadist Rasulullah SAW adalah sebagai berikut:

- a) Hadis Nabi riwayat Tirmidzi dari Amr bin Auf:

<sup>3</sup> Tafsir Web <https://tafsirweb.com/1046-surat-al-baqarah-ayat-280.html>Dan

Perdamaian dapat dilakukan diantara kaum mulimin, kecuali perdamaian yang mengaramkan yang halal atau menghalalkan yang haram; dan kaum mulimin terikat dengan syarat-syarat mereka kecuali syarat yang mengaramkan yang halal atau menghalalkan yang haram.

b) Hadis Nabi riwayat jama'ah

Menunda-nunda (pembayaran) yang dilakukan oleh orang mampu adalah suatu kezaliman.

c) Hadis Nabi riwayat Nasa'I Abu Dawud, Ibnu Majah dan Ahmad.

d) Hadis Nabi riwayat Abd al-Raziq dan zaid bin Aslam: Rasulullah SAW, ditanya tentang Urban (uang muka) dalam jual beli, maka beliau menghalalkannya.

e) Ijma' Mayoritas ulama tentang kebolehaan jual beli dengan cara murabahah.

### Rukun Dan Syarat Pembiayaan Murabahah

Menurut as-carya rukun dari akad murabahah yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa, yaitu:

Pelaku akad, yaitu ba'i (penjual) adalah pihak yang memiliki barang untuk dijual, dan musytari (pembeli) adalah pihak yang memerlukan dan akan membeli barang;

objek akad, yaitu mabi' barang dagangan dan tsaman (harga) shigahah, yaitu ijab dan qobul <sup>14</sup>

### 3. Usaha Kecil

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak dari perusahaan atau anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki dan dikuasai atau menjadi bagian baik langsung atau tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil. Sedangkan Menurut UU No.20 tahun usaha mikro atau usaha kecil dan menengah disebutkan bahwa usaha mikro sedangkan usaha kecil adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini

Pembiayaan murabahah adalah salah satu produk perbankan syariah dalam bentuk pemberian fasilitas pembiayaan konsumtif fasilitas pembiayaan untuk keperluan konsumtif, yang diberikan kepada nasabah pembiayaan ini dapat digunakan untuk keperluan konsumtif yang diberikan kepada nasabah. Selain itu usaha kecil adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama dukungan perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud kepribadian yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat,tanpa mengabaikan peranan usaha besar dan badan usaha milik negara.

#### 1. Faktor Internal Dalam Usaha kecil

a. Kurangnya permodalan permodalan merupakan faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha kurangnya permodalan oleh karena pada umumnya usaha kecil dan menengah merupakan usaha orang

perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup yang mengandalkan modal dari orang sipemilik jumlah yang jumlahnya sangat terbatas sedangkan modal pinjam dari bank atau lembaga keuangan lainnya sulit diperoleh karena persyaratan secara administrasi dan teknis yang diminta oleh bank tidak dapat dipenuhi.

b. Sumber daya manusia (SDM) yang terbatas sebagian besar usaha kecil tumbuh secara tradisional dan merupakan usaha keluarga yang turun temurun, keterbatasan SDM usaha kecil dari berbagai pendidikan formal maupun pengetahuan dan keterampilannya sangat berpengaruh terhadap manajemen pengelola usahanya diperoleh sehingga usaha tersebut sulit untuk berkembang dengan optimal disamping itu dengan keterbatasan SDM-nya unit usaha tersebut relatif sulit untuk mengadopsi perkembangan teknologi baru untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan

c. Lemahnya Jaringan Usaha Dan Kemampuan Penetrasi Pasar

Usaha kecil yang pada umumnya merupakan unit usaha keluarga, mempunyai jaringan usaha yang sangat terbatas dan kemampuan koneksi pasar yang rendah, oleh karena produk yang dihasilkan jumlahnya sangat terbatas dan mempunyai kualitas yang kurang kompetitif. Berbeda dengan usaha besar yang sangat mempunyai jaringan yang sudah solid serta didukung dengan teknologi yang dapat menjangkau internasional promosi yang lebih baik.

2. Faktor Eksternal Dalam usaha kecil

a. Iklim Usaha Belum Sepenuhnya Kondusif

Kebijakan pemerintah untuk menumbuhkan perkembangan usaha kecil dan

menengah ( UKM ) meskipun dari tahun ketahun di sempurnakan namun dirasakan sepenuhnya belum kondusif. Hal ini terlihat antara lain masih terjadi persaingan yang kurang sehat antara pengusaha kecil dan pengusaha besar.

b. Terbatasnya Sarana Dan Prasarana Usaha

Kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi menyebabkan sarana dan prasarana yang mereka miliki juga tidak cepat berkembang dan kurang, mendukung kemajuan usahanya sebagaimana yang diharapkan.

c. Implikasi Otonomi Daerah

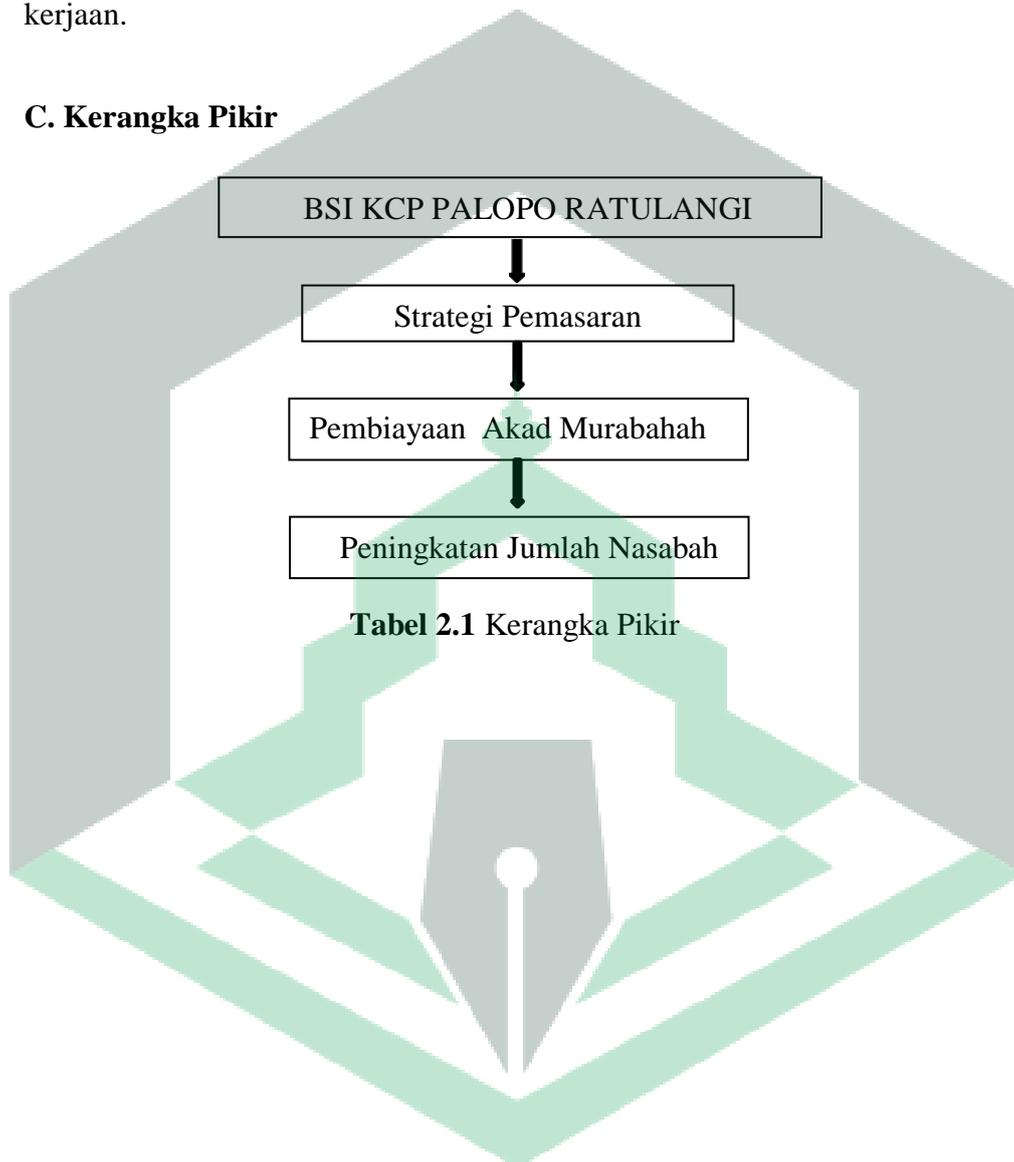
Dengan berlakunya undang-undang No.22 tahun 1999 tentang otonomi daerah, kewenangan daerah mempunyai otonomi untuk mengatur dan mengurus masyarakat setempat. Perubahan sistem ini akan mengalami implikasi terhadap pelaku bisnis kecil dan menengah dan berupa pungutan-pungutan baru yang dikenakan pada usaha kecil dan menengah (UKM). Jika kondisi ini tidak dibenahi maka akan menurunkan daya saing usaha kecil dan menengah ( UKM ). Disamping itu semangat kedaerahan yang berlebihan, kadang menciptakan kondisi yang kurang menarik baik penguasa luar daerah untuk mengembangkan usahanya di daerah tersebut.<sup>15</sup>

d. Implikasi Perdagangan Bebas

Sebagaimana diketahui bahwa AFTA yang mulai berlaku pada tahun 2003 dan APEC tahun 2020 yang berimplikasi luas terhadap usaha kecil dan menengah untuk bersaing dalam perdagangan bebas. Dalam hal ini mau tidak mau usaha kecil dan menengah (UKM ) ditentukan untuk melakukan proses produksi dan

produkti dan efesien, serta dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan prekuesi pasar global dengan standar kulitas seperti isu kualitas (ISO 9000) isu lingkungan (ISO 14.000) dan isu hak asasi manusia (HAM) serta isu ketenaga kerjaan.

### C. Kerangka Pikir



**Tabel 2.1** Kerangka Pikir

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **1. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian lapangan yaitu penelitian yang secara langsung mengambil data-data primer di lapangan yang bertujuan untuk memecahkan masalah penelitian.<sup>16</sup> Penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan penelitian yang menunjukkan keadaan sosial tertentu dalam menggambarkan fakta yang sebenarnya, disusun dengan kata-kata yang berdasarkan teknik pengumpulan data dan analisis data yang diperoleh dari sesuatu yang bersifat alamiah.

Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif karena penelitian ini harus memaparkan kondisi yang sebenarnya terjadi dari suatu situasi yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan proses analisis statistik yang terdapat pada penelitian kuantitatif.

#### **2. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian untuk memperoleh informasi dan sumber data yang diperlukan yaitu dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp Palopo Ratulangi, yang berlokasi di Jl. Ratulangi No. 62 A-B, Kota Palopo, Sulawesi Selatan.

#### **3. Definisi Istilah**

Strategi adalah langkah-langkah atau suatu cara yang dijalankan untuk meraih suatu tujuan berdasarkan sumber perusahaan serta lingkungan yang

dihadapi adapun untuk merancang strategi pentingnya kejelasan melihat situasi dan kondisi agar pencapaian tujuan dapat terus menerus berjalan dan selalu berinovasi sebagai indikator keberhasilan dari perencanaan strategi.

Pembiayaan adalah sumber pendapatan bagi bank syariah atau istilahnya teknisnya produktif menurut ketentuan bank indonesia adalah penanaman dana bank syariah baik syariah baik dalam rupiah maupun valuta asing dalam bentuk pembiayaan, piutang, qard, surat syariah, penempatan, penyertaan modal, penyertaan modal sementara, komitmen dan kontinjensi pada rekening administratif serta sertifikat wadiah bank syariah.

Murabahah adalah salah satu produk perbankan syariah dalam bentuk pemberian fasilitas pembiayaan konsumtif. Fasilitas pembiayaan untuk keperluan konsumtif, yang diberikan kepada nasabah pembiayaan ini dapat digunakan untuk keperluan konsumtif yang diberikan kepada nasabah.

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak dari perusahaan atau anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki dan dikuasai atau menjadi bagian baik langsung atau tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil.

#### **4. Subjek/Informan Penelitian**

Subjek/informan merupakan orang yang berperan untuk memberikan informasi mengenai sumber data yang diinginkan oleh seorang peneliti yang menyangkut dengan suatu penelitian yang telah dilakukan. Informan dalam

penelitian ini terdiri atas pimpinan dan karyawan BSI Kcp Palopo Ratulangi. Sedangkan objek penelitian dilakukan pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kcp Palopo Ratulangi.

## **5. Sumber Data**

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya:

### **1. Data Primer**

Data primer yaitu data yang dikumpulkan melalui pihak pertama, biasanya dapat melalui kegiatan wawancara. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber informasi, dalam bentuk wawancara atau pengamatan secara langsung (observasi) dari suatu objek di lokasi penelitian.<sup>17</sup> Sumber data primer dari penelitian ini berasal dari hasil wawancara secara langsung kepada pimpinan dan karyawan di BSI Kcp Palopo Ratulangi yang bersangkutan.

### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau sumber- sumber lain yang telah tersedia sebelum kegiatan penelitian dilakukan. Menurut Sugiyono data sekunder yaitu data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari serta memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku, dan dokumen lainnya.<sup>18</sup> Sumber data sekunder dalam penelitian ini berasal dari buku, jurnal, artikel, dan skripsi yang memiliki keterkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti.

## **6. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Metode Observasi**

Metode observasi yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan langsung di lokasi penelitian untuk memperoleh gambaran terkait permasalahan yang akan diuraikan dalam penelitian.<sup>19</sup> Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan observasi langsung di BSI Kcp Palopo Ratulangi.

## 2. Metode Wawancara

Metode wawancara yaitu percakapan antara dua pihak. Pihak pertama adalah pewawancara (*interviewer*) yang bertugas untuk mengajukan pertanyaan dan pihak mewawancarai (*interviewee*) yang bertugas untuk memberikan informasi yang akurat terkait penelitian.<sup>20</sup> Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada pimpinan dan karyawan BSI Kcp Palopo Ratulangi.

## 3. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu kegiatan pengumpulan data dengan melihat suatu laporan yang telah tersedia. Metode dokumentasi dilakukan dengan melihat dokumen penting seperti catatan dan buku-buku panduan terkait permasalahan dalam penelitian.<sup>21</sup> Dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu berupa catatan dan kamera yang disertai dengan alat perekam suara yang akan digunakan selama proses penelitian.

## 7. **Pemeriksaan Keabsahan Data**

Peneliti melakukan pemeriksaan keabsahan data dengan menggunakan teknik triangulasi. Norman K. Denkin berpendapat bahwa teknik triangulasi yaitu teknik penggabungan dari berbagai metode yang digunakan untuk mengamati fenomena atau kejadian yang saling berhubungan dari sudut pandang yang

berbeda. Adapun teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Triangulasi metode, adalah kegiatan yang bertujuan untuk membandingkan data dengan cara yang berbeda. Dengan demikian, peneliti menerapkan triangulasi metode dengan cara menggunakan subjek penelitian yang berbeda, yang terdiri dari pihak pimpinan dan karyawan BSI Kcp Palopo Ratulangi.

2. Triangulasi sumber data, adalah kegiatan menggali kebenaran terkait data yang dapat diperoleh dari berbagai sumber data yang berbeda dengan menggunakan metode yang sama. Dengan demikian, peneliti menggunakan beberapa dokumen dari buku-buku, dan browsing di internet. Tidak hanya itu, peneliti juga menggunakan metode wawancara mendalam kepada pihak yang bersangkutan seperti pimpinan dan karyawan BSI Kcp Palopo Ratulangi.

3. Triangulasi teori, adalah kegiatan yang dilakukan dengan cara membandingkan hasil penelitian yang diperoleh dengan teori yang relevan, untuk menghindari bias individual terhadap kesimpulan yang dihasilkan dari kegiatan penelitian.<sup>22</sup>

#### **8. Teknik Pengolahan Data**

Pada saat peneliti telah mendapatkan dan mengumpulkan data, maka kegiatan selanjutnya yang dilakukan yaitu mengolah data tersebut melalui beberapa tahapan, yaitu:

1. *Editing*, peneliti melakukan proses pemeriksaan yang dilakukan terhadap data yang diperoleh dengan tujuan untuk menyeleksi kesesuaian antara data yang satu dengan data yang lain, kejelasan data, dan keterkaitan data dengan pokok permasalahan dalam penelitian.

2 *Organizing*, peneliti melakukan proses pengelompokkan data yang diperoleh dari hasil penelitian sehingga mampu menggambarkan pokok permasalahan yang ada dalam penelitian.

3 *Analyzing*, peneliti melakukan kegiatan menganalisis data yang diperoleh dari proses *editing* dan proses *organizing*. Dalam hal ini, peneliti mengupayakan untuk menggunakan dalil-dalil dan teori pendukung yang terkait dengan pokok permasalahan dalam penelitian untuk menarik kesimpulan.

## 9. Teknik Analisis Data

Analisis data yaitu proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan observasi, dan dokumentasi dengan cara mengelompokkan data ke dalam kategori, memaparkan dan menarik kesimpulan yang dapat dipahami oleh peneliti maupun orang lain.<sup>23</sup> Peneliti menggunakan teknik analisis kualitatif yang dilakukan dengan cara menginterpretasikan data yang diperoleh dalam bentuk kalimat. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat sebelum memasuki lapangan, selama berada di lapangan, dan setelah selesai dilapangan (peneliti menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan).

Miles dan Huberman mengatakan bahwa analisis interaktif terdiri atas beberapa komponen, yaitu:

1. Pengumpulan data, artinya pengumpulan data di lokasi penelitian dengan melakukan kegiatan wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan cara menentukan strategi pengumpulan data yang akan dilakukan untuk menunjang

proses penelitian.

2. Reduksi data, artinya proses seleksi, pemilihan, pemfokusan, transformasi data kasar yang ada di lapangan (lokasi penelitian).
3. Penyajian data, artinya kumpulan informasi sistematis yang dapat memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dari hasil penelitian.
4. Penarikan kesimpulan, artinya usaha yang dilakukan oleh peneliti untuk mencari sekaligus menemukan makna, penjelasan, alur sebab akibat terkait permasalahan serta menarik sebuah kesimpulan.



## **BAB IV**

### **DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Deskripsi data**

##### **1 Sejarah BSI KCP Palopo Ratulangi**

Sejarah singkat BSI KCP Palopo Ratulangi diawali dengan krisis multi-dimensi yang terjadi di Indonesia tahun 1997-1998 serta membawa kebijakan tersendiri untuk lahirnya sejarah sistem perbankan syariah. Pada saat bank konvensional mengalami krisis ekonomi, di saat itulah lahir pemikiran tentang sebuah konsep yang bisa menyelamatkan masalah ekonomi dari ancaman krisis berkepanjangan. Pada tahun 1999 pemerintah mengambil inisiatif untuk membentuk bank syariah mandiri (BSM) selanjutnya melaksanakan usaha-usaha perbankan syariah serta pada tahun 2002 bank syariah mandiri mendapatkan status jadi bank Devisa pada tanggal 1 Februari 2021 yang bertepatan 19 Jumadil Akhir 1442 H sebagai penanda sejarah bersatunya BSM, BNIS, dan BRIS menjadi satu kesatuan, yakni bank syariah Indonesia.

Penyatuan ini akan menggabungkan keunggulan dari ketiga bank syariah tersebut kemudian menciptakan pelayanan yang makin memuaskan, jangkauannya makin meluas, dan mempunyai kapasitas permodalan yang lebih bermutu. BSI KCP Palopo adalah lembaga keuangan bank yang bergerak pada bidang layanan syariah dan lokasi perusahaan berada di JL. Dr. Ratulangi, No.62 A-B, kota Palopo, Sulawesi Selatan. Lokasi PT. Bank Syariah Indonesia KCP Palopo

Ratulangi sangat strategis serta mudah dijangkau karena lokasinya berada di tengah Kota Palopo.

BSI adalah salah satu bank yang menjalankan kegiatannya sesuai dengan prinsip syariah ajaran islam. Mergernya ketiga bank syariah tersebut merupakan upaya dalam mewujudkan bank syariah yang menjadi kebanggaan masyarakat, yang di inginkan sebagai kekuatan baru bagi pembangunan ekonomi pada tingkat nasional dan bekerja sama dengan kesejahteraan masyarakat luas dengan adanya BSI dapat menjadi cerminan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, umum, serta memberi kebaikan ( *Rahmatan lil alamin* ).

## **2 Visi dan Misi BSI KCP Palopo Ratulangi**

Setiap instansi tekhusus perbankan tentu mempunyai visi dan misi masing-masing dalam menjalankan kegiatan usahanya agar dapat berkembang, bersinegi serta mampu bersaing dengan instansi lainnya. Oleh karena itu, visi dan misi BSI KCP Palopo Ratulangi antara lain:

### **a. Visi**

Visi BSI KCP Palopo Ratulangi yaitu “ Top 10 Global Islamic bank”

### **b. Misi**

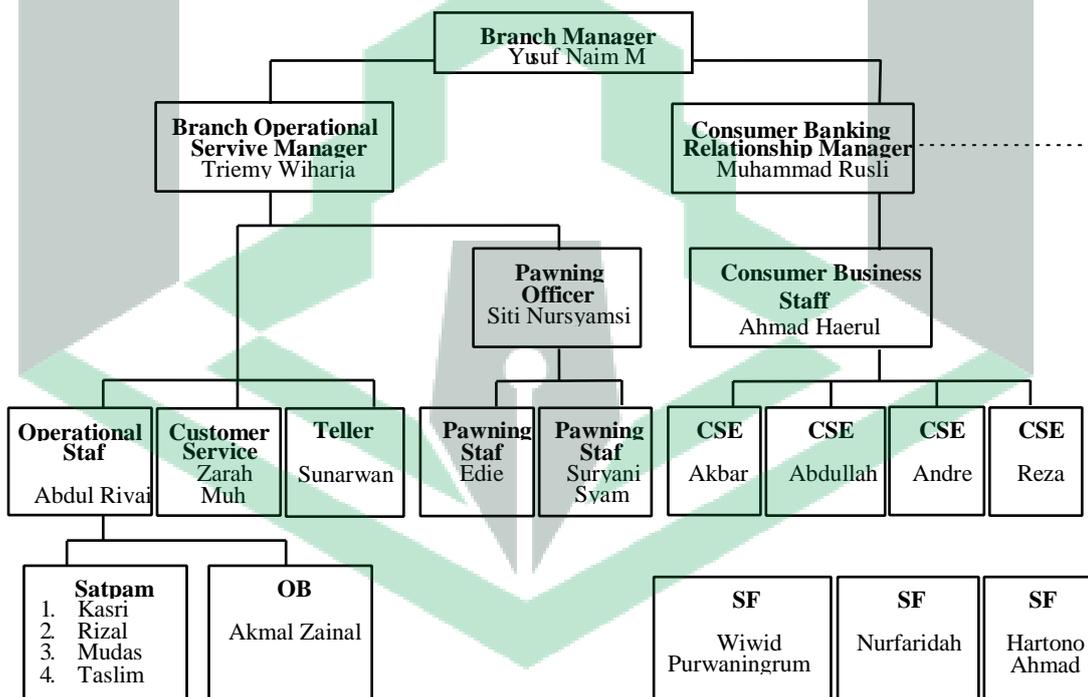
Misi merupakan upaya yang dilakukan untuk mewujudkan impian atau visi suatu organisasi. Demi meraih visi tersebut, BSI KCP Palopo Ratulangi menetapkan tiga visi, diantaranya:

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah, melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2005;

- 2) Menjadi bak besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham;
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia. Perusahaan yang kuat dan memperdayakan masyarakat serta komitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

### 3 Struktur Organisasi

Keselarasan antara kegiatan, pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab dalam suatu instansi tertentu digambarkan dalam stuktur organisasi. Struktur organisasi PT. Bank Syariah Indonesia KCP Palopo ratulangi, diuraikan berikut ini



**Gambar 4.1** Struktur Organisasi (Bank Syariah Indonesia KCP Palopo Ratulangi, 2022)

## B. Hasil penelitian

Berdasarkan beberapa rumusan masalah yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka hasil dari penelitian ini adalah memberikan jawaban terhadap rumusan masalah. Dalam mencapai hasil strategi pemasaran yang maksimal terlebih dahulu perlu menyiapkan konsep pemasaran yaitu menentukan segmentasi. Seperti yang dijelaskan bapak Hidayat Syahrul selaku staf mikro BSI KCP Palopo

“Untuk segmentasinya pihak BSI mengetahui terlebih dahulu peluang segmen yang ada untuk pembiayaan menengah kebawah dengan terjun langsung dilapangan melihat-lihat segmen yang ada dengan disertai dakwah atau face to face menawarkan produk yang ada di BSI sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang berbeda-beda.”

Ibu Nurfaridah selaku *sales force* BSI KCP Palopo Ratulangi, menambahkan

“Dalam hal melaksanakan strategi pemasaran segmentasi pihak BSI melihat keadaan segmen peluang yang ada, dengan cara mengamati secara langsung dilapangan disertai dakwah, setelah itu kita mengetahui apa yang akan dibutuhkan oleh konsumen/calon nasabah.”

Kemudian dari bapak Sulfikar selaku staff mikro BSI KCP Palopo Ratulangi menambahkan

“Disini banyak pembiayaan yang akan dilakukan, kemarin ada yang melakukan pembiayaan nelayan untuk membeli peralatan nelayan seperti jaring ikan. Jadi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dala melakukan pembiayaan yang dibutuhkan sesuai dengan keinginannya.

Dalam memasarkan produknya BSI KCP Palopo Ratulangi membidik pasar sasarannya yaitu para pelaku usaha-usaha kecil menengah kebawah yang disampaikan oleh bapak Syahrul Hidayat sebagai berikut

“Untuk target pasar BSI KCP Palopo Ratulangi menargetkan tempat dekat

dengan lokasi, yang pasti pasar tradisional karena jarak pasar dengan BSI terbilang dekat, terus usaha-usaha kecil menengah kebawah seperti perikanan, peternakan, nelayan dan petani.”

Kemudian dari Nurfaridah juga menambahkan

“Untuk target utamanya BSI KCP Palopo Ratulangi menargetkan masyarakat seperti perdagangan karena lokasinya dekat dengan BSI”

Strategi positioning adalah tindakan merancang produk dan citra perusahaan agar dapat menciptakan suatu kesan terhadap produk sesuai dengan keinginan pasar yang dituju. Hal tersebut dikarenakan tidak terlepas dari membangun citra produk kepada calon anggota. Seperti yang dijelaskan oleh ibu Nurfaridah selaku *Sales Force* BSI KCP Palopo Ratulangi

“Untuk menanamkan citra baik di anggota yang menggunakan produk pembiayaan BSI memberikan pelayanan yang prima terhadap anggota yang akan melakukan pengajuan pembiayaan. Dengan ini BSI mendapatkan citra baik di anggota yang biasanya berdampak baik pula bagi BSI seperti calon anggota secara tidak langsung jika ada kerabat atau teman yang membutuhkan pembiayaan terus merekomendasikan untuk pembiayaan di BSI KCP Palopo Ratulangi.”

Hal tersebut juga senada dengan penuturan anggota dari BSI Aan sebagai berikut:

“Pelayanan disini itu menurutku lumayan bagus ya, disediakan tempat duduk , kadang juga di sediakan air putih. Saya juga sering memberitahukan kerabat-kerabat lain kalau saya melakukan pembiayaan disini itu enak, jadi ada yang ingin melakukan pembiayaan.”

Dari penjelasan di atas mengenai strategi pemasaran positioning produk pembiayaan murabahah dapat diketahui bahwa untuk membangun citra produk pembiayaan murabahah kepada calon anggota BSI KCP Palopo Ratulangi dengan melakukan pelayanan yang baik dan ramah . Selain memberikan pelayanan yang baik BSI juga memberikan fasilitas yang nyaman, sehingga anggota yang sudah melakukan pembiayaan di BSI KCP Palopo Ratulangi merasakan nyaman serta

juga menambah anggota yang lain untuk pembiayaan.

### C. Pembahasan

Strategi pembiayaan akad murabahah BSI KCP Palopo Ratulangi telah diterapkan secara menyeluruh dan di laksanakan dengan baik sesuai dengan ketentuan syariah ajaran agama islam yang berpodoman pada AL-Qur'an (QS. AL-Baqarah 2:280) serta telah sesuai dengan ketentuan fatwa dewan syariah nasional no 04/DSN-MUI/2000 tentang murabahah yang menyatakan bahwa bank membeli barang yang diperlukan nasabah atas bank sendiri pembelian ini harus sah dan bebas riba. Bank Syariah Indonesia KCP Palopo Ratulangi melakukan strategi pemasaran dengan segmentasi, targeting, dan positioning dalam memasarkan pembiayaan akad murabahah. Dengan memasarkan pembiayaan murabahah dapat membantu masyarakat untuk melakukan kegiatan usaha-usaha yang diinginkan, sesuai dengan kebutuhannya dan dapat menambah calon nasabah yang akan melakukan pengajuan pembiayaan, terutama pada pembiayaan akad murabahah dan otomatis juga akan menambah omzet dari produk murabahah yang ditawarkan.

Dalam mencapai hasil strategi pemasaran yang maksimal terlebih dahulu perlu menyiapkan konsep pemasaran yaitu menentukan segmentasi. Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan keuangan/laba perusahaan. Dalam proses segmentasi langkah awal yang harus dilakukan melaukan segmen pasar. Segmentasi pasar merupakan konsep pokok

yang mendasari strategi pemasaran dan alokasi untuk sumber daya yang dilakukan dalam rangka mengimplementasikan proses pemasaran. Berdasarkan hasil wawancara di lapangan yang dilakukan oleh peneliti secara langsung tentang strategi pemasaran segmentasi. Untuk segmentasinya pihak Bank Syariah Indonesia KCP Palopo Ratulangi mengetahui terlebih dahulu peluang segmen yang ada untuk pembiayaan menengah kebawah dengan terjun langsung dilapangan melihat-lihat segmen yang ada dengan disertai dakwah atau face to face menawarkan produk yang ada di BSI KCP Palopo Ratulangi sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang berbeda-beda.

Dalam melakukan strategi segmennya, BSI KCP Palopo Ratulangi terlebih dahulu menemukan peluangnya yaitu untuk pembiayaan kelas menengah ke bawah antara lain pembiayaan untuk pertanian, peternakan, dan perdagangan. Dalam menentukan strategi pemasaran segmentasi dalam memasarkan pembiayaan murabahah, pihak BSI KCP Palopo Ratulangi terlebih dahulu mengetahui peluang segmen yang ada dengan mengamati secara langsung dilapangan disertai dakwah, dan membagi atas segmen tersebut berdasarkan segmen psikografis kelas sosial. Adapun kelas sosial yang di tuju oleh BSI KCP Palopo Ratulangi ada kelas sosial menengah ke bawah. Hal tersebut dilakukan karena rata-rata kelas menengah ke bawah antara lain pembiayaan pertanian, perdagangan, perikanan, dan peternakan. Pertimbangan dipilihnya kelas sosial menengah kebawah ini karena pembiayaan ini dapat dicapai dan dijangkau sehingga dapat dilayani secara efektif yang di inginkan BSI KCP Palopo

Ratulangi terkait produk pembiayaan murabahah.

Setelah perusahaan mengidentifikasi peluang segmen pasar dan pembagian segmentasi pasar konsumen, selanjutnya adalah mengevaluasi beragam segmen tersebut untuk memutuskan segmen mana yang akan menjadi target. Dalam memasarkan produknya BSI KCP Palopo Ratulangi membidik pasar sasarannya yaitu para pelaku usaha-usaha kecil menengah kebawah. Untuk target pasar BSI KCP Palopo Ratulangi menargetkan tempat dekat dengan lokasi, yang pasti pasar tradisional karena jarak pasar dengan BSI terbilang dekat, terus usaha-usaha kecil menengah kebawah seperti perikanan yaitu nelayan, peternakan, dan petani. Setelah mengevaluasi segmen pasar potensial dan memilih salah satu atau beberapa diantaranya untuk dijadikan pasar sasaran, maka pemasaran harus menentukan posisi yang ingin diwujudkan.

Strategi positionning adalah tindakan merancang produk dan citra perusahaan agar dapat menciptakan suatu kesan terhadap produk sesuai dengan keinginan pasar yang dituju. Hal tersebut dikarenakan tidak terlepas dari membangun citra produk kepada calon anggota untuk menanamkan citra baik di anggota yang menggunakan produk pembiayaan BSI memberikan pelayanan yang prima terhadap anggota yang akan melakukan pengajuan pembiayaan. Dengan ini BSI mendapatkan citra baik di anggota yang biasanya berdampak baik pula bagi BSI seperti calon anggota secara tidak langsung jika ada kerabat atau teman yang membutuhkan pembiayaan terus merekomendasikan untuk pembiayaan di BSI.

Dari penjelasan di atas mengenai strategi pemasaran positioning produk

pembiayaan murabahah dapat diketahui bahwa untuk membangun citra produk pembiayaan murabahah kepada calon anggota BSI KCP Palopo Ratulangi dengan melakukan pelayanan yang baik dan ramah . Selain memberikan pelayanan yang baik BSI juga memberikan fasilitas yang nyaman, sehingga anggota yang sudah melakukan pembiayaan di BSI KCP Palopo Ratulangi merasakan nyaman serta juga menambah anggota yang lain untuk pembiayaan. Dan startegi pembiayaan akad murabahah dalam meningkatkan usaha kecil yaitu dengan menawarkan pinjaman sesuai dengan kemampuan nasabah masing-masing dan memberikan margin yang sangat kecil sehingga tidak memberatkan kepada nasabah dan memberikan waktu yang fleksibel agar usaha yang nasabah jalani dapat memajukan usahanya.

Berdasarkan paparan diatas dapat dianalisis bahwa dampak strategi pemasaran segmentasi, targeting, dan positioning pada pembiayaan murabahah di Bank Syariah Indonesia KCP Palopo Ratulangi sudah sesuai dengan teori Strategi pemasaran di mana serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi 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 selalu berubah.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti lakukan ada beberapa kesimpulan dan saran penelitian mengenai strategi pembiayaan akad murabahah dalam meningkatkan usaha kecil sebagai berikut:

Penerapan strategi pemasaran segmentasi, targeting, dan positioning terhadap pembiayaan murabahah yang dilakukan di BSI KCP Palopo dilakukan dengan menerapkan tahap tahap penting yakni antara lain tahap pengumpulan gagasan untuk dijadikan kajian segmen-segmen apa saja yang akan dijadikan sasaran. Dalam penentuan segmen ini BSI mempertimbangkan dari segi segmen psikografis dimana membagi segmennya berdasarkan dengan kelas sosial begitu juga mempertimbangkan pada segmen geografis dimana letak lembaga nantinya berpengaruh juga terhadap segmen-segmen apa saja yang akan ditentukan. Selanjutnya yaitu menetapkan sasaran atau target pasar, di BSI sasaran utamanya yaitu untuk perdagangan, peternakan, dan nelayan. Adanya perbedaan sasaran atau target pasar tersebut dikarenakan jika dilihat lokasi BSI KCP Palopo Ratulangi lingkungan sekitarnya dekat dengan para pedagang pasar. Selanjutnya BSI KCP Palopo Ratulangi menerapkan citra baik terhadap produk sesuai dengan keinginan masyarakat sehingga menciptakan kesan dan image tersendiri dalam pikiran konsumen.

## B. SARAN

Setelah penulis melakukan observasi di BRI Syaiah KCP Ngawi, maka penulis memberikan beberapa saran yang berhubungan dengan strategi pemasaran pembiayaan murabahah yaitu:

1. Bagi BSI KCP Palopo Ratulangi diharapkan semakin aktif meningkatkan dan mempertahankan inovasi dalam pemasaran pembiayaan akad murabahah menggunakan strategi pemasaran yang lebih canggih guna dalam meningkatkan daya saing. Serta mengembangkan kualitas terbaik produk dimasa selanjutnya dan menjaga hubungan baik dengan nasabah dengan memberikan produk-produk dan pelayanan juga kinerja yang baik.
2. Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan untuk referensi untuk penelitian lanjutan dengan tema yang sama, tetapi dengan model dan teknis analisa yang lain. Sehingga dapat dilakukan proses verifikasi demi kemajuan ilmu pengetahuan

## DAFTAR PUSTAKA

- Fitri "pengaruh pembiayaan murabahah terhadap perkembangan usaha mikro kecil menengah (BMT Fauzan ashima pare-pare 2019)
- Tiara andini arifa *strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah pada usaha mikro dan kecil* (BPRS Khasna ummat kembaran bayumas 2017)
- Fitri wulandari (*strategi penyelesaian pembiayaan bermasalah pada akad murabahah di PT bank muamalat di Indoesia TBK kantor cabang padangsindimpuan*) pada tahun 2021
- Yunita sari (*strategi pengembangan produk pada bank syariah dalam meningkatkan kualitas pembiayaan murabahah*) pada tahun 2018
- Indri nadiyah (*analisis pembiayaan koperasi dengan akad murabahah terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil tahun 2016-2018 pada BMT BIMU SUKARAME DI BANDAR*) pada tahun 2020
- Tiara andini arifa *strategi pengembangan produk pembiayaan musyarakah pada usaha Umi cahayati (strategi pembiayaan akad murabahah dalam meningkatkan usaha kecil) pada tahun 2019*
- Ronal J.Ebert rickyw.griffin Strategi 2019
- Dinda kartika dan reuny oktavia "implementasi strategi dalam menggunakan pembiayaan murabahah bermasalah pada kspps al mubarak sidoarjo mei 2021"
- Muhammad *manajemen dana bank syariah* 2004
- Jaidan jauhari "upaya pengembangan usaha kecil dan menengah atau UKM dengan memanfaatkan E-commerce 2010"
- Husain Husman dan Purnomo Setiadi Akbar, "Metodologi Penelitian Sosial", (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), h. 41.
- Suharsimi Arikunto, "Manajemen Penelitian", (Yogyakarta: PT Rineka Cipta, 1998), h. 83.
- Cahyati strategi pembiayaan akad murabahah dalam meningkatkan usaha kecil fakultas ekonomi dan bisnis islam IAI bunga bangsa Cirebon tahun 2019*

Ria Ratna Ariawati, Soekrisno Agoes, Deddy Supardi, “*Riset Akuntansi*”, Jurnal Riset Akuntansi, Vol. VIII, No. 2, (Oktober 2016), <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/jira/articel/view/525/368#:~:text=%E2%80%9CData%20primer%20adalah%20data%20yang,j>

[ejak%20dan%20lain%20lain%E2%80%9D.&text=%E2%80%9CSumber%20Sekunder](#)

[%20adalah%20sumber%20data,%20Dbuku%2C%20serta%20dokumen%E2%80%9D.,](#)

(7 Agustus 2021).

BPP Depdagri, “*Metode Penelitian Sosial*”, (Litbang: BPP Depdagri, 2000), h. 54.  
Suharsimi Arikunto, “*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*”, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 229.

Ahmad Tanzeh, “*Metode Penelitian Praktis*”, (Yogyakarta: Teras, 2011), h. 92.

Mudjia Rahardjo, 2010, “*Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif*”, <https://www.uin->

[malang.ac.id/r/101001/triangulasi-dalam-penelitian-kualitatif.html](https://www.uin-malang.ac.id/r/101001/triangulasi-dalam-penelitian-kualitatif.html), (9 Juli 2021).

Sugiyono, “*Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 335.

**L**

**A**

**M**

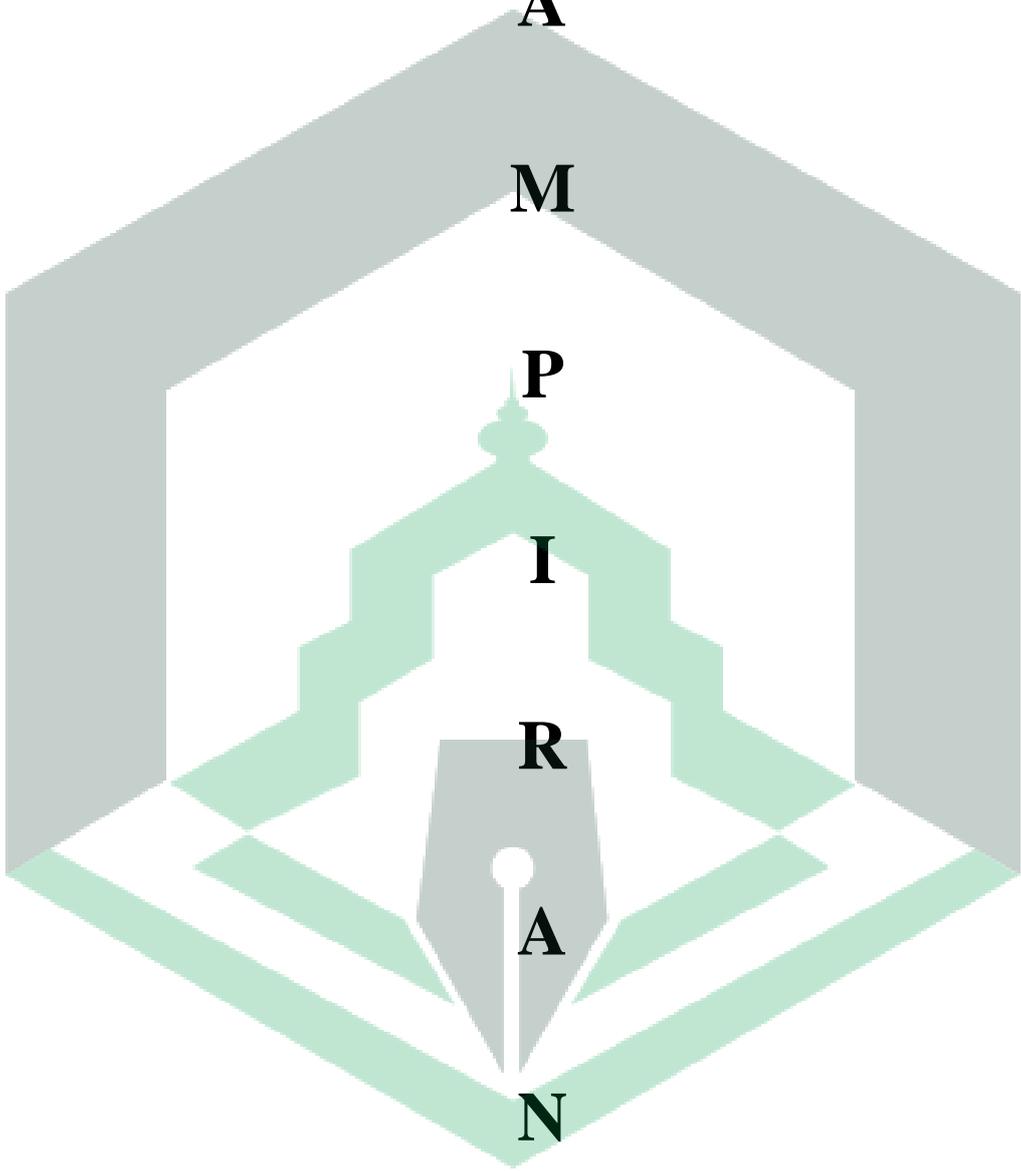
**P**

**I**

**R**

**A**

**N**



## DOKUMENTASI SELAMA KEGIATAN PENELITIAN

Wawancara dengan tim marketing produk usaha mikro

BSI KCP Palopo Ratulangi



**SURAT KETERANGAN WAWANCARA**

**Saya yang bertandatangan dibawah ini:**

Nama : Nur Faridah  
Alamat : Palopo  
Pekerjaan : sales force

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa :

Nama : Firda Sadikin  
Nim : 18 0402 0089  
Fakultas : Ekonomi Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Strategi Pembiayaan Akad Murabahah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP  
PALOPO Dalam Meningkatkan Usaha Kecil  
Alamat : Nyiur Jalan Sulawesi Nomor XI Blok 13

Benar melakukan wawancara pada tanggal 1 agustus 2022 dan menggali lebih mendalam informasi yang dibutuhkan untuk melengkapi data dalam menyusun skripsi.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan seagai mestinya.

Palopo 1 agustus

Yang membuat pernyataan

  
Nur Faridah  
KCP Palopo Katulangi

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Zulfikar  
Alamat : Palopo  
Pekerjaan : Staf mikro

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa :

Nama : Firda Sadikin  
Nim : 18 0402 0089  
Fakultas : Ekonomi Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Strategi Pembiayaan Akad Murabahah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP  
PALOPO Dalam Meningkatkan Usaha Kecil  
Alamat : Nyiur Jalan Sulawesi Nomor XI Blok 13

Benar melakukan wawancara pada tanggal 1 agustus 2022 dan menggali lebih mendalam informasi yang dibutuhkan untuk melengkapi data dalam menyusun skripsi.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan seagai mestinya.

Palopo 1 agustus

Yang membuat pernyataan

  
Zulfikar  
BANK SYARIAH  
INDONESIA  
KCP Palopo Ratulangi

