

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tumbuhnya Bank Syariah yang ada di Indonesia diawali dengan adanya Bank Muamalat Indonesia yang memporiori bank syariah, dengan menerapkan strategi perbankan syariah di tengah maraknya bank umum di Indonesia. Resesi yang terjadi pada tahun 1998 menyebabkan merosotnya bank umum dan buruknya kinerja bank umum. Masalah ini berarti bank masih menggunakan sistem syariah dan pertahanannya cukup kuat. Lembaga keuangan Islam memiliki banyak strategi. Secara khusus strategi pemasaran sangat penting dan diperlukan, artinya produk yang ditawarkan dijual dan diterima dipasar. Dalam praktiknya lembaga menerapkan strategi pemasaran produk pembiayaan kepada anggota, dengan menerapkan prinsip 5C yang realisasi prinsip tersebut merupakan acuan dasar dalam memutuskan kelayakan pemberian pembiayaan. Maka pihak lembaga perlu mengetahui karakter pembeli atau klien dalam berbisnis agar dapat mengefektifkan proses kegiatan strategi pemasaran yang berada di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah.¹

Husain Umar mendefinisikan strategi ini sebagai proses penetapan rencana eksekutif yang focus tujuannya untuk panjang suatu organisasi dan melibatkan penelitian tentang bagaimana mencapai tujuan tersebut.² Pemasaran diartikan sebagai keseluruhan sistem kegiatan dalam berbisnis yang mempunyai tujuan untuk mempromosikan barang, merencanakan strategi, menetapkan suatu harga serta mendistribusikan suatu produk dan layanan yang dapat memuaskan konsumen.

Strategi pemasaran memiliki arti sebagai sesuatu rencana yang utuh dan terpadu pada di bidang *marketing* serta

¹ Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah* (Jakarta: Gramedia, 2015), 5.

² Husain Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), 16.

memberikan suatu pedoman untuk mencapai tujuan pemasaran pada organisasi/perusahaan.³

Berdasarkan strategi pemasaran yang diterapkan dalam memasarkan produknya menggunakan segmentasi, penargetan dan positioning dalam kegiatan pemasaran. KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah juga telah menerapkan sistem periklanan yang terdiri dari periklanan, penjualan pribadi dan hubungan masyarakat diharapkan dapat menjadi dasar tingkat persaingan.

KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah memiliki banyak kantor cabang di beberapa wilayah Indonesia. Salah satu cabang KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah ini bertempat di wilayah Demak. KSPPS ini banyak menyediakan produk simpanan dan pembiayaan, terkhusus produk pembiayaan *murabahah*. Pembiayaan *murabahah* dapat berarti perjanjian antara kedua belah pihak (bank syariah dan anggota) yang dimana pihak bank menyediakan pembiayaan/pinjaman yang digunakan untuk membeli bahan mentah/modal kerja lainnya. Dan nantinya anggota akan mengembalikan pinjaman/pembiayaan tersebut sebesar harga pokok plus margin keuntungan yang disepakatinya.⁴

Melihat permasalahan di atas, dalam penyaluran dana atau pembiayaan harus benar teleti dan hati-hati dalam memberikan keputusan pemberian pembiayaan/pinjaman. Analisis pembiayaan ini dapat diberi arti sebagai sebuah proses penyaluran dana kepada pihak anggota. Dengan analisis ini, maka akan diketahui layak atau tidak layaknya pembiayaan yang telah diajukan anggota kepada bank. Kelayakan pembiayaan dapat diberi arti sebagai fokus dan hal yang paling penting bagi bank dalam mengambil keputusan pembiayaan. Hal ini dikarenakan layak atau tidaknya pembiayaan akan sangat menentukan kualitas/kelancaran pembiayaan KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Demak. Sebelum bank memutuskan untuk memberi pinjaman/pembiayaan kepada para calon anggota, bank akan melakukan sebuah preventif yaitu dengan dilakukannya analisis pembiayaan yang berpedoman

³ Kasmir, *Pemasaran Bank, Edisi 1* (Jakarta: PRENADA Media, 2004), 97.

⁴ Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah* (Yogyakarta: Kalimedia, 2015), 223-224.

pada sebuah prinsip 5C. Prinsip 5C ini terdiri dari *Character* (Karakter), *Capacity* (Kemampuan), *Capital* (Modal), *Collateral* (Jaminan), serta *Conditions of Economic* (Kondisi Ekonomi). Hal ini dilakukan karena bertujuan untuk memberi sebuah keputusan di acc/tidaknya suatu pembiayaan yang diajukannya. Pihak bank mengajak calon anggota pembiayaan *murabahah* untuk terus melakukan pinjaman/pembiayaan dengan baik, jujur, amanah, dan penuh dengan tanggung jawab. Analisis pembiayaan yang tidak tepat sasaran akan menimbulkan permasalahan seperti tidak macetnya pinjaman/pembiayaan. Dengan itu, sebelum memberi pinjaman, pihak bank akan menerapkan prinsip 5C yang berupaya untuk meminimalkan risiko yang terjadi.⁵

Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) yaitu kemampuan yang dimiliki perusahaan, seperti perusahaan memiliki kinerja yang lebih tinggi dan baik dibandingkan dengan perusahaan lain (*pesaing*) pada industri yang sama. Singkatnya, keunggulan kompetitif merupakan keunggulan yang dimiliki oleh suatu organisasi/perusahaan termasuk BMT dan KSPPS, yang dimana keunggulan ini akan dijadikan bahan bersaing dengan organisasi lainnya untuk memperoleh suatu profit.⁶

Menurut Peraturan Menteri Koperasi dan UMKM Nomor 16/Per./ M. KUKM/ IX/ 2015 tentang “Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah oleh Koperasi”, merupakan badan usaha yang memiliki anggota badan hukum koperasi yang kegiatannya berlandaskan prinsip koperasi (*gerakan ekonomi rakyat*) yang berlandas asas kekeluargaan seperti yang telah dijalskan perundangan koperasi.

Salah satu lembaga mikro syariah yang melakukan penghimpunan dan penyaluran dana ini adalah KSPPS Yaummi Maziyah Assa’adah Cabang Demak. Kspps Yaummi Maziyah Assa’adah Cabang Demak. Koperasi syariah ini adalah lembaga keuangan mikro yang berbasis syariah dan sudah memiliki *M-Banking* dengan nama aplikasi yaummi mobile. Aplikasi

⁵ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana. Prenanda Media Group, 2011), 120-126.

⁶ Crown Dirgantoro, *Manajemen Strateji* (Jakarta: PT Grasindo, 2001), 157-160.

tersebut berfungsi untuk mengetahui info tabungan, pembiayaan, transfer antar anggota, transfer online ke bank umum, pembayaran listrik, pulsa, cek saldo simpanan, info produk atau pengumuman, pembayaran QR core (haleeza, swalayan, merchant umkm) dan lain-lain. Produk yang di tawarkan lembaga yaitu produk simpanan (tabungan) dan pembiayaan. Pembiayaan simpanan diperuntukkan bagi anggota yang gemar menabung, seperti: Si Suka, Sidik Amal, Simwapres, Si Haji, Si Mapan, Si Qurban, Si Rela, serta Simpanan Arisan Wisata Ukhuwah. Sementara itu, produk pembiayaan diperuntukkan bagi anggota yang membutuhkan tambahan modal usaha atau kebutuhan lainnya, seperti: Mudharabah, Musyarakah, dan Murabahah.⁷

Oleh karena itu, KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah perlu memiliki strategi yang tepat untuk menarik anggota supaya tertarik dengan produk simpanan dan pembiayaan. Serta menerapkan salah satu kunci keberhasilan, yaitu keunggulan kompetitif yang optimis dalam melakukan pekerjaan, sehingga akan memudahkan atau meringankan pekerjaan yang akan dilakukan. Berdasarkan company profile di atas, peneliti berminat untuk menganalisis lebih lanjut dan tertarik untuk mengambil judul:

“Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Penerapan 5C Pada Proses Pelaksanaan Pembiayaan Murabahah Dalam Upaya Meraih Competitive Advantage (Studi Kasus Di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Demak)”.

B. Fokus Penelitian

Peneliti tertarik atas permasalahan tersebut dan mengangkat tema **“Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Penerapan 5c Pada Proses Pelaksanaan Pembiayaan Murabahah Dalam Upaya Meraih Competitive Advantage (Studi Kasus Di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Demak)”**. Pendekatan penelitian pada dasarnya adalah topik yang dihasilkan dari pengalaman penulis atau dari pengetahuan yang diperoleh dari literatur. Maka fokus penelitian ini adalah menganalisis strategi *marketing* dengan

⁷ Hasil Dokumentasi, *Brosur Pembiayaan Kspps Yaummi Maziyah Assa'adah*, Dikutip Pada 15 Oktober, 2021 WIB.

menerapkan 5c pada pemberian pembiayaan murabahah dalam upaya meraih competitive advantage/keunggulan bersaing.

C. Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang sebelumnya, maka muncul rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Demak?
2. Bagaimana penerapan 5C dalam proses pembiayaan murabahah dapat meningkatkan keunggulan bersaing?

D. Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk pembiayaan Murabahah pada KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah cabang Demak.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan 5C dalam Proses Pembiayaan murabahah untuk meningkatkan keunggulan bersaing.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan masalah dan tujuan penelitian, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait.

1. Bagi Peneliti

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis diharapkan hasil dan pembahasan pada penelitian ini bermanfaat bagi dunia pendidikan sebagai sebuah sumber insight/pemikiran dan pengembangan ilmu pengetahuan terkhusus bidang perbankan syariah untuk menganalisis strategi pemasaran terhadap penerapan 5C pada proses pelaksanaan pembiayaan murabahah dalam upaya meraih competitive advantage/keunggulan bersaing di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Demak.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pembanding antara teori dan kegiatan praktik dilapangan.

2. Manfaat Bagi Akademisi

Dalam penelitian ini semoga bisa menjadi refrensi atau menambah informasi tersebut kepada orang lain dan sebagai alat/bahan pembeda untuk penelitian lain, yang ingin meneliti tentang strategi pemasaran terhadap penerapan 5c pada proses pemberian pembiayaan murabahah, dalam upaya meraih competitive advantage di sebuah KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Demak.

3. Manfaat Bagi KSPPS

Hasil dan pembahasan penelitian ini diharap mampu memberimanfaat bagi lembaga KSPPS untuk bahan informasi dan masukan, terutama dalam menentukan strategi pemasaran terhadap penerapan 5c pada proses pelaksanaan pembiayaan murabahah dalam upaya meraih keunggulan persaingan (competitive advantage) terkhusus di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Demak.

F. Sistematika Penelitian

Sistematika penyusunan skripsi mempunyai maksud untuk menyajikan keterangan tentang urutan penulisan skripsi dalam menyusun laporan bab per bab. Dan sistematika penulisan skripsi ini diharap mampu memberi penjelasan kepada pembaca dan agar pembaca dapat memahaminya. Berikut adalah struktur penyusunan skripsi yang hendak ditulis oleh penulis:

1. Bagian Awal

Bagian ini berisi halaman judul, pengesahan majlis penguji monaqosyah, pernyataan keaslian skripsi, abstrak, motto, persembahan, pedoman transliterasi arab-latin, kata pengantar serta daftar isi.

2. Bagian Utama

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab satu menguraikan tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : KERANGKA TEORI

Pada bab dua memaparkan tentang landasan teori yang menjadi dasar acuan strategi

pemasaran, pembiayaan murabahah, dan competitive advantage, serta hasil penelitian dahulu dan kerangka pemikiran.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab tiga berisi mengenai jenis dan pendekatan penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data dan teknik analisa data.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Pada bab empat memaparkan penjelasan dari hasil *research* yaitu terkait dengan gambaran objek penelitian, deskripsi data dan analisis data penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab lima berisi terkait kesimpulan dan saran-saran yang berhubungan dengan penilaian.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir berisi daftar pustaka dan lampiran-lampiran yang mendukung dari *research* atau penelitian.