

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga Keuangan Syariah (LKS) saat ini telah ada dan berkembang dengan cukup pesat. Telah banyak varian dari LKS diseluruh Indonesia dan termasuk pula adalah Bank Syariah. LKS merupakan lembaga keuangan yang beroprasional dan berjalan dengan prinsip syariah Islam. Prinsip syariah Islam ini berbeda dari perbankan atau lembaga keuangan Konvensional.¹

Koperasi syariah adalah usaha ekonomi yang terorganisir secara mendalam, demokratis, otonom partisipatif, dan berwatak sosial yang menggunakan prinsip-prinsip dengan memperhatikan halal atau haramnya sebuah usaha yang berjalan seperti diajarkan dalam agama islam.² Koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah (KSPPS) adalah koperasi yang kegiatan usahanya meliputi simpanan, pinjaman dan pembiayaan sesuai prinsip syariah, termasuk mengelola zakat, infaq, sodakoh, dan wakaf sebagai bagian dari kegiatan koperasi yang bersangkutan.³

Pemasaran menjadi aspek penting bagi lembaga keuangan syariah agar dapat meningkatkan tingkat perolehan yang ada sekarang. Strategi pemasaran menjadi kebutuhan pada lembaga, baik yang bergerak dibidang laba ataupun riba, mengingat perkembangan pasar dan persaingan yang semakin ketat. Pemasaran merupakan suatu proses dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan keinginan mereka dengan menciptakan , menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.⁴

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang mencakup aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan

¹ Arief Budiono, “Penerapan Prinsip Syariah Pada Lembaga Keuangan Syariah,” *Law and Justice* 2, no. 1 (2017): 54–65, <https://doi.org/10.23917/laj.v2i1.4337>.

² Bukhori Nur S, *Koperasi Syariah* (Sidoarjo: Mashun, 2009). 12.

³ Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, “*Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia*”, No 16/per/M.KUKM/IX/2015, tentang pelaksanaan kegiatan usaha sipman pinjam dan pembiayaan syariah oleh koperasi, Pasal 1 Ayat 1, www.depkop.go.id, diakses pada Kamis, (18 maret 2021)

⁴ Rizki Hidayat Nasution, “Strategi Promosi Pembiayaan Murabahah Pada PT.Bank Muamalat Indonesia TBK.Cabang Padangsidimpuan,” *Skripsi*, (2017): 2.

loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.⁵ Kebutuhan dana tunai sekarang menjadi sasaran besar bagi masyarakat. Demi mencapai gaya hidup dan mengikuti perkembangan zaman, masyarakat dapat menggunakan berbagai macam cara agar dapat mendapatkan keinginannya. Mulai dari melakukan pembiayaan sampai dengan melakukan pelunasan. Jika dilihat banyak lembaga menawarkan persyaratan dan uang muka yang mudah dan terjangkau agar konsumen mampu untuk melakukan pembiayaan di lembaga tersebut.

Produk pembiayaan ditujukan untuk mendapatkan manfaat baik bagi para deposen, bank syariah maupun bagi para nasabah peminjam dan dunia usaha. Manajemen pembiayaan adalah sebuah prosen perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian dan pengontrolan.⁶ Pembiayaan atau *financing* ialah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.⁷

KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah adalah lembaga yang mengedepankan nilai-nilai syari'ah, menjunjung tinggi akhlaqul karimah, serta mengutamakan kepuasan anggota. BMT Yaummi Maziyah Assa'adah merupakan koperasi syariah yang mengeluarkan produk pembiayaan murabahah, pembiayaan murabahah adalah salah satu bentuk jual beli dimana penjual menawarkan barang dagangannya dengan menyebutkan harga yang merupakan jumlah dari harga perolehan dengan menambahkan nominal tertentu sebagai keuntungan.⁸

Dalam menarik minat masyarakat untuk menggunakan pembiayaan murabahah ini salah satunya dilakukan dengan cara promosi, dimana promosi adalah kegiatan penting bagi setiap perusahaan begitu pula dengan koperasi syariah karena sebaik apapun produk yang dihasilkan jika tidak dikenal oleh masyarakat maka produk tersebut tidak akan berhasil dipasarkan. Tujuan pemasaran yang

⁵ Alfiyandi and La Ode Syarfan, "Analisis Bauran Promosi (Promotion Mix) Produk Multilinked Syariah Pada Asuransi Panin Dai-Ichi Life Cabang Pekanbaru," *Jurnal Valuta* 2, no. 1 (2016): 54–65, <https://journal.uir.ac.id/index.php/valuta/article/view/1141>.

⁶ Fetria Eka Yuldiana, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, ed. STAIN Salatiga Press (Salatiga, 2014).

⁷ Rahmat Ilyas, "Konsep Pembiayaan Dalam Perbankan Syari'Ah," *Jurnal Penelitian* 9, no. 1 (2015): 183–204, <https://doi.org/10.21043/jupe.v9i1.859>.

⁸ Asyraf Thaha Abu Dahab, *Al-Mu'jam Al-Islamy, Al-Jawuib Ad-Diniyyah Wa as-Siyasiyyah Wa Al-Ijtima'iyah Wa Al-Iqtishadiyyah* (Kairo: Dar asy-Syuruq, 2002):549.

terakhir adalah promosi, tujuan kegiatan promosi adalah memberitahukan kepada masyarakat tentang adanya produk yang dikeluarkan oleh perusahaan, tentang manfaatnya, tentang keunggulannya, tentang harga dan bagaimana cara memperolehnya. Bauran promosi merupakan kombinasi empat komponen promosi yang mencakup iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan hubungan masyarakat. Sebuah promosi yang efektif membutuhkan diferensiasi produk, segmentasi pasar, melakukan jual beli, dan memberi merk. Oleh karena itu, pembuatan bauran promosi yang efektif menyangkut pengambilan putusan-putusan yang strategis.⁹

Perusahaan pasti akan menggunakan bauran promosi yang tepat menurut perusahaannya, dan dalam mengalokasikan segala sesuatu tentang produk, merek, harga dan informasi kepada sasaran untuk dicapainya tujuan dari pemasaran tersebut. Bauran promosi harus dikombinasikan sedemikian rupa sehingga merupakan serangkaian kegiatan untuk yang saling bertautan untuk memperkuat hasil.

Dari keempat komponen utama bauran promosi masing-masing mempunyai keunggulan dan kelemahan yang berbeda-beda sehingga perusahaan harus mempelajari lebih dalam dari segi biaya dan manfaat bagi perusahaan dengan membandingkan berbagai pilihan. Dalam kegiatan promosi perusahaan akan mengeluarkan biaya-biaya yang mungkin cukup besar untuk memperoleh penjualan yang besar pula.

Pada saat ini perkembangan jumlah lembaga keuangan syariah semakin meningkat, hal ini menyebabkan persaingan untuk memperebutkan pangsa pasar semakin tajam. Bagi KSPPS Yaummi Maziyah Assaadah, kondisi persaingan sangat memicu dalam meningkatkan nasabah agar pertumbuhan KSPPS Yaummi Maziyah Assaadah semakin kompleks dan perfect di kalangan lembaga keuangan syariah pada khususnya maupun dikalangan masyarakat pada umumnya. KSPPS Yaummi Maziyah benar-benar melayani masyarakat agar mengubah pemasaran lebih tepat, karena adanya perubahan dan ciri-ciri pasar yang cenderung berkembang perubahan tersebut terjadi antara lain karena bertambah jumlah penduduk, bertambah daya pembeli, meningkatnya hubungan atau komunikasi, perkembangan teknologi dan perubahan lingkungan pasar lainnya.

⁹ Jusuf Udaya, Ari Setyaningrum, *Prinsip-prinsip Pemasaran, Pengenalan, Plus Tren Terkini Tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing dan E-marketing* (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2015): 232.

KSPPS Yaummi Maziyah menjadi salah satu alternatif pinjaman atau pembiayaan dengan prinsip-prinsip syariah. KSPPS Yaummi Maziyah Assaadah merupakan lembaga keuangan yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Tujuan didirikannya KSPPS Yaummi Maziyah salah satunya adalah meningkatkan kesejahteraan anggota dan mengelola dengan mengedepankan nilai-nilai syariah, menjunjung tinggi akhlakul karimah serta mengutamakan kepuasan anggota. Terutama masyarakat golongan ekonomi rendah yang pada umumnya. Salah satu produk penyaluran dana yang diberikan oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assaadah adalah pembiayaan murabahah.

Pada dasarnya akad pembiayaan murabahah adalah bentuk jual beli yaitu suatu hal yang baru dalam perbankan oleh karena itu tidak dikenal dalam perbankan konvensional. Bai al-Murabahah adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati dalam Bai al-Murabahah, penjual harus memberi tahu harga produk yang ia beli dan menentukan suatu keuntungan sebagai tambahannya.¹⁰

Nurjannah dalam jurnalnya yang berjudul “Peran Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Volume Pembiayaan Pada PT.BPRS Rahmania Dana Sejahtera Bireuen di Kabupaten Bireuen”. Mengungkapkan bahwa jenis bauran promosi yang sangat dominan dalam mempengaruhi pembiayaan adalah pemasaran dari mulut kemulut dan penjualan personal karena sesuai dengan pasar sasaran yang dimiliki oleh PT.BPRS Rahmania Dana Sejahtera.¹¹

Berbeda dengan penelitian Alfiyandi dan La Ode Syarfan dalam jurnalnya yang berjudul “Analisis Bauran Promosi (Promotion Mix) Produk Multitalinked Syariah Pada Asuransi Panin Dai-Ichi Life Cabang Pekanbaru”. Mengungkapkan bahwa pada promosi periklanan dan promosi dinilai kurang baik. Hal ini disebabkan karena masih kurangnya iklan yang dilakukan sehingga tidak dapat menjangkau masyarakat secara luas, sedangkan promosi melalui penjualan perseorangan dinilai baik karena lancarnya komunikasi antara nasabah dengan agen, promosi melalui hubungan masyarakat dan pemasaran langsung memiliki nilai cukup baik dilihat dari kemampuan

¹⁰ Muhammad Syafi Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001).

¹¹ Nurjannah, “Peranan Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Volume Pembiayaan Pada Pt Bprs Rahmania Dana Sejahtera Bireuen Di Kabupaten Bireuen,” *Jurnal Sosial Humaniora* 3 (2020): 109.

menyelesaikan masalah dan mudahnya nasabah memperoleh informasi.¹²

Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana pengaruh promosi tentang keputusan nasabah. Sedangkan perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini terletak pada lokasi dan ruang lingkungannya. Dalam penelitian ini, lokasi penelitiannya di KSPPS Yaummi Maziyah Assaadah sedangkan ruang lingkungannya lebih fokus pada bauran promosi yang dilakukan untuk meningkatkan nasabah. Sehingga penelitian ini belum pernah dilakukan sebelumnya dan bisa dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

Berdasarkan hasil observasi, nasabah yang ada pada KSPPS Yaummi Maziyah Assaadah banyak dari mereka yang kurang berminat untuk melakukan pembiayaan murabahah dan juga banyak dari mereka yang belum mengetahui adanya pembiayaan murabahah pada KSPPS Yaummi Maziyah Assaadah, sehingga terjadi minimnya minat nasabah terhadap produk pembiayaan murabahah. Selain itu pembiayaan murabahah ini masih kalah saing dengan pembiayaan yang lainnya sehingga butuh strategi khusus untuk mengimplementasikan bauran promosi tersebut kedalam pembiayaan murabahah. Oleh sebab itu, karena pembiayaan murabahah ini relatif baru maka perlu adanya tinjauan yang lebih spesifik untuk mengetahui penyebab mengapa pihak KSPPS Yaummi Maziyah Assaadah baru berinovasi menjalankan pembiayaan murabahah dan mengetahui penyebab problematika itu terjadi.

Penulis tertarik meneliti di KSPPS Yaummi Maziyah Assaadah karena lembaga keuangan serta usaha dan simpan pinjam sangat membantu usaha masyarakat menengah kebawah dan KSPPS Yaummi Maziyah Assaadah mempunyai keunggulan senantiasa mengutamakan pelayanan terhadap semua lapisan masyarakat lebih-lebih bagi masyarakat yang bergerak di bidang usaha mikro dengan menjunjung tinggi akhlaql karimah.

Berdasarkan permasalahan yang ada di KSPPS Yaummi Maziyah Assaadah, maka peneliti tertarik untuk menelusuri dan mengkaji lebih mendalam yang dituangkan dalam bentuk penelitian dengan judul **“Implementasi Bauran Promosi dalam Meningkatkan Nasabah Pembiayaan Murabahah Pada KSPPS Yaummi Maziyah Assaadah Cabang Kudus”**.

¹² Alfiyandi and Syarfan, “Analisis Bauran Promosi (Promotion Mix) Produk Multilinked Syariah Pada Asuransi Panin Dai-Ichi Life Cabang Pekanbaru.”64.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian adalah suatu batasan masalah yang akan dibahas, sehingga untuk menghindari batasan yang terlalu luas maka dari itu peneliti akan memfokuskan pada bauran promosi dalam meningkatkan nasabah, kemudian membahas tentang bagaimana dampak bauran promosi serta mencari solusi mengingat masih minimnya nasabah pada pembiayaan murabahah di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana Implementasi bauran promosi dalam meningkatkan nasabah pembiayaan murabahah di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus ?
2. Bagaimana kendala yang dihadapi dalam implementasi bauran promosi dalam meningkatkan nasabah pembiayaan murabahah pada KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus ?
3. Bagaimana solusi yang dilakukan oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus dalam mengatasi kendala implementasi bauran promosi untuk meningkatkan pembiayaan murabahah ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka dapat disimpulkan tujuan dari dilakukannya penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui Implementasi bauran promosi dalam meningkatkan nasabah pembiayaan murabahah di KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus.
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam implementasi bauran promosi dalam meningkatkan nasabah pembiayaan murabahah pada KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus.
3. Untuk mengetahui solusi yang dilakukan oleh KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus dalam mengatasi kendala dalam implementasi bauran promosi untuk meningkatkan pembiayaan murabahah.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah narasi yang objektif yang menggambarkan hal-hal yang diperoleh setelah suatu tujuan penelitian telah terpenuhi. Manfaat penelitian bisa saja bersifat teori atau bersifat praktis.¹³ Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat baik secara teoritis maupun praktis diantaranya sebagai berikut :

1. Manfaat teoretis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah pengembangan keilmuan tentang perbankan syariah khususnya yang berkenaan tentang bauran promosi pembiayaan murabahah.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk penelitian di masa depan khususnya dalam materi yang sama seperti yang diteliti sekarang.

2. Manfaat praktis

a. Masyarakat

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat pengetahuan tentang bauran promosi pembiayaan murabahah dan nantinya masyarakat akan mendapat informasi dan bahan pertimbangan untuk lebih memilih melakukan pembiayaan murabahah.

b. Peneliti

- 1) Dapat menambah wawasan dan pengetahuan di bidang perbankan syariah.
- 2) Melatih peneliti dalam rangka melaksanakan tridarma perguruan tinggi untuk menerapkan ilmu-ilmu yang telah di pelajari oleh peneliti selama melaksanakan perkuliahan di Institut Agama Islam Negeri Kudus.
- 3) Sebagai syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang perbankan Syariah.

c. Lembaga Keuangan Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Lembaga Keuangan Syariah kedepannya, selain itu penelitian ini juga dapat menjadi bahan evaluasi bagi anggota KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah untuk meningkatkan kinerja operasional di Kspss Yaummi Maziyah Assa'adah.

¹³

Syafnidawaty,

“Manfaat

Penelitian”,

<https://raharja.ac.id/2020/10/23/manfaat-penelitian/> di akses pada kamis, 18 maret 2021

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam memahami penelitian ini, maka peneliti melakukan pemisahan skripsi ini menjadi beberapa bab dan subbab agar nantinya pembaca mudah mendapatkan arah serta gambaran yang jelas. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi secara lengkap :

1. Bagian Awal

Dalam bagian ini terdiri dari beberapa bagian yaitu halaman judul, pengesahan majelis penguji ujian munaqosah, pernyataan keaslian skripsi, abstrak, motto, persembahan, pedoman tranliterasi Arab-Latin, kata pengantar, daftar isi, dan daftar gambar atau grafik.

2. Bagian Utama

Bagian utama terdiri dari beberapa bab yaitu :

Bab I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II : KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi tentang definisi promosi, strategi promosi, Buran promosi, manajemen pembiayaan, koperasi simpan pinjam pembiayaan syariah, pembiayaan murabahah, penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir.

Bab III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan, setting penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan teknik analisis data.

Bab IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum KSPPS Yaummi Mazyah Assa'adah Cabang Kudus, deskripsi data penelitian dan analisis data penelitian.

Bab V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang simpulan dan saran-saran

3. Bagian Akhir

Terdapat beberapa bagian dalam bagian ini yaitu :

- a. Daftar pustaka
- b. Lampiran-lampiran
 - 1) Transkrip wawancara
 - 2) Catatan observasi
 - 3) Foto
 - 4) Daftar riwayat hidup, dsb