

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembicaraan dalam kehidupan sehari-hari terkait bank yang dikenal lembaga keuangan mempunyai kegiatan seperti menerima simpanan giro, tabungan dan deposito. Selanjutnya bank mulai dikenal dengan peminjaman uang (kredit) untuk masyarakat yang membutuhkannya, tempat untuk menukar uang, memindahkan uang atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran seperti pembayaran dan setoran pembayaran seperti listrik, telepon, air, pajak, uang perkuliahan dan sebagainya.¹

Selain tugas bank adapun di dalam Undang-Undang RI nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, yang dimaksud dengan Bank adalah *“badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk Simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat”*. Kita ketahui dari pengertian diatas bank merupakan perusahaan yang melakukan gerakan di sektor keuangan. Adapun macam-macam perusahaan keuangan adalah Bank Indonesia, Bank Umum Konvensional, Bank Perkreditan Rakyat, Bank Umum Syariah, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah, Unit Usaha Syariah.

¹ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2002), 23.

Tabel 1.1
Pertumbuhan Jumlah dan Kantor Bank Umum Konvensional dan Syariah

Indikator	Tahun				
	2016	2017	2018	2019	2020 Mei
Jumlah Bank Umum Konvensional	116	115	115	110	110
Jumlah Kantor Bank Umum Syariah	32.720	32.276	31.609	31.127	30.995
Jumlah Bank Umum Syariah	13	13	14	14	14
Jumlah Kantor Bank Umum Syariah	1.869	1.825	1.875	1.919	1.946

Sumber: Statistik Perbankan di Indonesia² dan Statistik Perbankan Syariah Mei 2020³

Jumlah dan kantor Bank Umum Konvensional dari tabel 1.1 diatas dari tahun 2016 hingga Mei 2020 mengalami penurunan sedangkan jumlah dan kantor Bank Umum Syariah dari tahun 2016 hingga Mei 2020 mengalami kenaikan. Seiring peningkatan dan penurunan yang terjadi maka persaingan pangsa pasar semakin tajam antar lembaga keuangan.

Seiring perkembangan zaman, banyaknya lembaga-lembaga keuangan yang tercatat di Otoritas Jasa Keuangan, salahsatunya bank swasta nasional syariah yang menggunakan sistem bagi hasil yakni BTPN Syariah, yang memperkenalkan dan memberikan produk atau layanan yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Bank Syariah tersendiri mempunyai pengertian dalam UU No 21 tahun 2008 “*bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya*

² Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik Perbankan di Indonesia* (Mei 2020): 2, diakses pada 24 Agustus 2020, <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/statistik-perbankan-indonesia/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Indonesia---Mei-2020/SPI%20Mei%202020.pdf>

³ Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik Perbankan Syariah* (Mei 2020): 4, diakses pada 24 Agustus 2020, <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Mei-2020/SPS%20Mei%202020.pdf>

terdari dari bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah”.

Di Indonesia mempunyai bank syariah ke 12 yang menjadi anak perusahaan bagian dari BTPN dengan kepemilikan saham 70 %, yakni BTPN Syariah. Perusahaan ini memiliki produk dan layanan seperti Pendanaan yang meliputi tabungan, deposito, tabungan jamaah haji, giro dan sebagainya. sedangkan Pembiayaan yang meliputi pembiayaan kelompok dan modal kerja.⁴ Produk pendanaan ini bertujuan untuk memobilisasi dan investasi tabungan untuk pembangunan perekonomian dilakukan dengan cara adil dan dapat dijamin bagi sesama pihak. Dalam hal ini, bank syariah tidak menggunakan prinsip bunga namun dengan syariat Islam terutama *wadi'ah* (titipan), *qardh* (peminjaman), *mudharabah* (bagi hasil) dan ijarah. Sedangkan pembiayaan ditujukan untuk menyalurkan investasi dan simpanan masyarakat ke sektor riil dengan tujuan produktif dengan akad *mudharabah*, *musyarakah*, *murabahah*, *istishna'*, *salam*, *ijarah* atau *ijarah muntahiyah bittamlik* sesuai yang disepakati.⁵

Pembiayaan yang dilakukan oleh Bank Syariah memiliki tujuan Maqaasid Al-Syariah sebagai berikut:

- 1) Terlaksananya keadilan dalam memenuhi kebutuhan ekonomi, karena Allah menyediakan bumi seisinya untuk kesejahteraan semua manusia.
- 2) Terbangunnya struktur masyarakat yang saling ta'awun dan bergotong-royong.
- 3) Menyatunya antara pemilik modal dengan pengusaha.
- 4) Supaya harta itu berputar dan tidak terhenti di kalangan menengah atas
- 5) Boleh mengambil keuntungan yang wajar, keuntungan dan kerugian yang ditanggung bank syariah sebanding keuntungan dan kerugian yang ditanggung nasabah, tidak boleh ada menghegemoni satu sama lainnya.⁶

⁴ Bank BTPN, “Tentang Kami/BTPN Syariah’, <https://www.btpn.com/id/tentang-kami/btpn-syariah> dadapun iakses pada tanggal 24 Agustus 2020.

⁵ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Depok: Rajawali Pers, 2017), 112 dan 123.

⁶ Ahmad Supriyadi, “Rekontruksi Hukum tentang Penerapan Berbagi Keuntungan dan Kerugian dalam Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah

Murabahah yaitu akad yang digunakan dalam jual beli, dimana seorang penjual memberitahu pengeluaran dalam mendapatkan barang dengan meliputi harga barang tersebut dan pengeluaran tambahan yang dikeluarkan sebagai tingkat keuntungan yang telah disepakati.⁷ Dalam memasarkan produk pembiayaan *murabahah* di masa normal sudah mengalami kesulitan dan harus dengan strategi pemasaran yang lebih kompetitif. Berdasarkan hasil penelitian Ririn Widiati bahwa strategi yang digunakan dalam pemasaran produk pembiayaan *murabahah* antara lain *door to door*, jemput bola, dan iklan baik secara langsung ataupun media.⁸ Hal ini akan lebih sulit lagi di masa pandemi covid-19 untuk memperoleh nasabah pembiayaan *murabahah* karena itu diperlukan penelitian lagi yang relevan di masa pandemi covid-19 dan melakukan inovasi terhadap produk dengan strategi yang dimiliki dalam menghadapi persaingan. Strategi yang biasa yang dilakukan yakni menggunakan bauran pemasaran (*Marketing Mix*).

Inti sistem perusahaan yang menjadi empat variabel dalam bauran pemasaran, yakni: produk (*product*), struktur harga (*price*), kegiatan promosi (*promotion*), dan sistem distribusi (*place*) yang sangat menentukan keberhasilan dalam merebut pasar.⁹ Strategi pemasaran ini memberikan peluang untuk Bank dalam lebih mengembangkan dengan cara antara lain brosur, iklan, sosialisasi atau media informasi lainnya yang dapat mendukung ditengah pandemi saat ini. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa, “*marketing mix*” merupakan satu perangkat yang akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pangsa pasar atau konsumen yang dipilih.¹⁰

Melihat dari latar belakang diatas, penulis resah dan merasa perlu untuk mengkaji lebih dalam pembiayaan *murabahah* yang merupakan penyaluran dana yang ada di Bank

Indonesia Berdasarkan Nilai Keadilan Perpektif Hukum Islam” Disertasi, UIN Sultan Agung, 2017, dalam Jafril Khalil, *Jihad Ekonomi* (Jakarta: Gramata Publishing), 94-99.

⁷ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, 81-82.

⁸ Ririn Widiawati, “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada Bank Mega Syariah Cabang Ungaran” Skripsi, UIN Walisongo, 2015.

⁹ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2005), 136.

¹⁰ Murti Sumarno, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002), 167.

Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Syariah Pakis Aji Kabupaten Jepara. Oleh karena itu, penulis mengangkat judul untuk tugas akhir yang berjudul “**STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN MURABAHAH DI MASA PANDEMI DALAM PERSPEKTIF MANAJEMEN SYARIAH (STUDI KASUS DI BTPN SYARIAH PAKIS AJI KABUPATEN JEPARA)**”.

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran pembiayaan *murabahah* dimasa pandemi pada BTPN Syariah Pakis Aji Kabupaten Jepara. Maka lebih jelasnya sebagai berikut:

1. Subyek dalam penelitian ini yaitu BTPN Syariah yang berlokasi di Kecamatan Pakis Aji Kabupaten Jepara
2. Obyek dalam penelitian ini yaitu strategi pemasaran pembiayaan *murabahah* yang diterapkan dalam BTPN Syariah dan kendala-kendala selama masa pandemi dalam menarik nasabah

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis merumuskan masalah ini sebagai berikut:

1. Bagaimana praktek pembiayaan *murabahah* di BTPN Syariah Pakis Aji Kabupaten Jepara?
2. Bagaimana strategi pemasaran pembiayaan *murabahah* yang dilakukan BTPN Syariah Pakis Aji Kabupaten Jepara selama pandemi covid-19 dalam perspektif manajemen syariah?
3. Bagaimana hambatan yang terjadi terkait strategi pemasaran pembiayaan *murabahah* di BTPN Syariah Pakis Aji Kabupaten Jepara selama pandemi covid-19?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penggambaran dalam penelitian tugas akhir ini, maka penulis menjabarkan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana praktek pembiayaan *murabahah* di BTPN Syariah Pakis Aji Kabupaten Jepara.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran pembiayaan *murabahah* yang dilakukan BTPN Syariah Pakis Aji Kabupaten Jepara selama pandemi covid-19 dalam perspektif manajemen syariah.

3. Untuk mengetahui hambatan yang terjadi terkait strategi pemasaran pembiayaan *murabahah* di BTPN Syariah Pakis Aji Kabupaten Jepara selama pandemi covid-19.

E. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini adapun manfaat yang dapat diambil antara lain:

1. Bagi penulis
 - a. Secara teoritis, penelitian ini dapat menambah wawasan dan kontribusi akademis terkait pembiayaan *murabahah* atas penelitian penulis yakni strategi pemasaran pembiayaan *murabahah* selama pandemi di dunia perbankan khususnya BTPN Syariah Pakis Aji Kabupaten Jepara.
 - b. Secara praktis, diharapkan penelitian ini menjadi pembandingan antara teori dan praktek pengaplikasian di lapangan.
2. Bagi Bank
 - a. Dapat memperkenalkan produk dan layanan yang dimiliki pihak Bank
 - b. Dijadikan koreksi atau acuan sehingga kebijakan yang akan diambil bermanfaat untuk kepentingan *stakeholder* dan lainnya
3. Bagi Akademik
 - a. Penelitian ini menjadi sarana sosialisasi atau pengenalan produk pembiayaan *murabahah* yang ada di BTPN Syariah Pakis Aji Kabupaten Jepara
 - b. Penelitian ini dapat dijadikan referensi atau informasi tambahan terkait produk pembiayaan *murabahah* di BTPN Syariah Pakis Aji Kabupaten Jepara

F. Sistematika Penulisan

Guna memberikan uraian yang jelas dalam pembuatan proposal penelitian ini, maka penulis memberikan gambaran terkait sistematika penulisan yaitu sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Bagian awal ini berisi halaman judul, pengesahan majelis penguji munaqosah, pernyataan keaslian skripsi, abstrak, motto, persembahan, pedoman transliterasi Arab-Latin, kata pengantar, daftar isi.

2. Bagian Utama

a. BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

b. BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang kajian teori terkait strategi pemasaran pembiayaan *murabahah*, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan pernyataan penelitian.

c. BAB III : METODE PENELITIAN

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

d. BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, deskripsi penelitian, dan analisis data penelitian.

e. BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

3. Bagian Akhir

Dalam bagian ini berisi daftar pustaka, lampiran-lampiran (transkrip wawancara, catatan observasi penelitian, foto dokumentasi, daftar riwayat hidup) dan sebagainya.