

**ANALISIS STRATEGI PEMBIAYAAN KUR MIKRO
DALAM MENARIK MINAT NASABAH BSI
SITUBONDO KCP BASUKI RAHMAT**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh :

Mita Harumiati
NIM : E20191249

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
DESEMBER 2023**

**ANALISIS STRATEGI PEMBIAYAAN KUR MIKRO
DALAM MENARIK MINAT NASABAH BSI
SITUBONDO KCP BASUKI RAHMAT**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

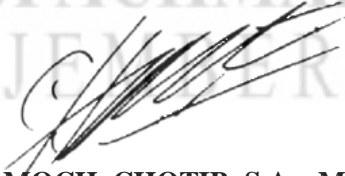
Oleh :

Mita Harumiati
NIM : E20191249

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Disetujui Pembimbing



Prof. Dr. MOCH. CHOTIB, S.Ag. M.M., CPE
NIP. 197107272002121003

**ANALISIS STRATEGI PEMBIAYAAN KUR MIKRO
DALAM MENARIK MINAT NASABAH BSI
SITUBONDO KCP BASUKI RAHMAT**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi perbankan Syariah

Hari :
Tanggal :

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Sofiah, M.E
NIP. 199105152019032005

Dr. Ahmad Afif, M.E.I.
NIP.198705202019031009

Anggota :

1. Dr. H. Abdul Wadud Nafis, Lc., M.E.I
2. Prof. Dr. Moch Chotib, S.Ag., MM. CPE

Menyetujui,
Dean Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.
NIP. 196812261996031001

MOTTO

مَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَلْتَمِسُ فِيهِ عِلْمًا، سَهَّلَ اللَّهُ لَهُ بِهِ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ

"Barang siapa menelusuri jalan untuk mencari ilmu padanya, Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga." (HR. Muslim).



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Allah SWT dan atas dukungan do'a dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya sampaikan rasa terimakasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Kedua orang tua yang sangat saya cintai Bapak Wardo dan Ibu Rumiati, saya persembahkan karya kecil ini sebagai tanda bukti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada tara hingga atas dukungan dan kasih sayang yang sangat tulus. Untuk ayah, terimakasih selalu memberi dukungan dan nasihat sampai detik ini semoga ayah bangga atas pencapaian saya. Untuk Ibu, terimakasih atas kesabaran yang diberikan kepada saya sejak dalam kandungan. Semoga Allah mengasihanimu sebagaimana engkau mengasihiniku.
2. Untuk kakak saya tercinta Dedi Hartono, terimakasih sudah menjadi panutan dan membuka jalan bagi adik-adiknya. Terimakasih atas semangat dan telah berjuang, berkorban, dari segi materi bimbingan dan dukungan. hingga saya bisa sampai di titik ini. Untuk adikku tercinta Vivin Harumiati dan Dina Devita Harumiati teruslah melangkah dan raih semua bintang yang mampu kau gapai. Saya percaya pundakmu kuat.
3. Sahabat terbaikku, Ulfanianatul Hasanah, Amaelia Nur Islamiyah dan Farah Amalia Dini Alifah yang telah menemaniku di masa-masa sulit dan sampai menemaniku dalam segala hal sampai akhir serta menjadi salah satu semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Untuk ibu Marita Fitriana, S.E. yang telah memberikan semangat dan nasihat

di akhir masa kuliah ini.

5. Teman-teman perbankan syariah angkatan 2019 khususnya kelas PS5 dan teman-teman KKN Kelompok 10 yang memberikan semangat, canda, tawa yang kalian berikan serta terimakasih atas segala dukungannya.
6. Almamaterku Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember (UIN KHAS) Jember, terimakasih atas wadah selama menuntut ilmu.

Terimakasih yang sebesar-besarnya saya ucapkan, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin segenap puji syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana, dapat diselesaikan dengan lancar.

Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hepni, S.Ag., MM., CPEM. selaku Rektor UIN KHAS Jember.
2. Bapak Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
3. Bapak Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I selaku ketua jurusan Ekonomi Islam.
4. Ibu Ana Pratiwi, M.S.A selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah.
5. Bapak Prof. Dr. Moch Chotib, S.Ag., M.M., CPE selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan sabar meluangkan waktu dan pemikirannya untuk memberikan ilmu dan pengarahan selama penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Hj. Khairunnisa' Musari, ST., MMT. selaku dosen penasehat akademik yang telah memberikan saran, bimbingan dan pengarahan selama masa perkuliahan.

7. Segenap Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember yang telah memberikan bekal ilmu dan jasa.
8. Seluruh civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
9. Semua pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin disebut satu persatu.

Akhirnya, semoga segala amal baik yang telah Bapak/Ibu berikan kepada penulis mendapat balasan yang baik dari Allah SWT.



ABSTRAK

Mita Harumiati, Prof. Dr. Moch Chotib, S.Ag., MM., CPE 2023: Analisis Strategi Pembiayaan KUR Mikro Dalam Menarik Minat Nasabah BSI Situbondo Kcp Basuki Rahmat

Kata Kunci: Strategi Pembiayaan KUR Mikro, Minat Nasabah

.Bank BSI Situbondo Kcp Basuki Rahmat merupakan margeran dari 3 Bank besar yakni BRI Syariah, BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri. Lokasi yang strategis dan berada di dekat jalan raya menjadikan BSI Situbondo Kcp Basuki Rahmat mudah diakses oleh masyarakat. BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat menawarkan berbagai produk untuk kebutuhan modal kerja ataupun investasi. Salah satu produk tersebut adalah KUR Mikro. KUR Mikro merupakan produk pembiayaan yang dikeluarkan oleh pemerintah untuk tujuan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Seperti yang kita ketahui, bahwasanya UMKM dapat menciptakan lapangan pekerjaan sehingga dapat menanggulangi kemiskinan. Jadi, dengan adanya modal yang diberikan BSI Situbondo Kcp Basuki Rahmat melalui pembiayaan KUR Mikro, maka produktifitas UMKM akan semakin meningkat dan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

Strategi merupakan bagian penting dalam menjalankan sebuah usaha untuk mengembangkan produk ataupun jasa. Dalam dunia perbankan strategi adalah hal yang harus dilakukan untuk menarik minat nasabah ataupun memancing ketertarikan produk yang di promosikan ke masyarakat atau nasabah. Seperti halnya strategi yang digunakan oleh pegawai Bank BSI Situbondo Kcp Basuki Rahmat dalam mengembangkan produk pembiayaan KUR Mikro. Strategi yang digunakan dalam prduk pembiayaan KUR Mikro untuk menarik minat nasabah sangatlah penting dilakukan mengingat strategi merupakan hal yang utama dilakukan dalam mengenlkan produk-produk yang akan di tawarkan bahkan menurut pegawai BSI situbondo kcp basuki rahmat strategi awal mula untuk berkomunikasi dengan nasabah dan untuk mengetahui karakter nasabah dengan cara bertemu dalam menawarkan produk tersebut.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah 1) Bagaimana Strategi pembiayaan KUR Mikro dalam menarik minat nasabah BSI Situbondo Kcp Basuki Rahmat? 2) Apa hambatan dalam melaksanakan strategi pembiayaan KUR Mikro dalam menarik minat nasabah BSI Situbondo Kcp Basuki Rahmat?

Tujuan penelitian dalam skripsi ini adalah 1) Untuk mengetahui Strategi pembiayaan KUR Mirko dalam menarik minat nasabah BSI Situbondo Kcp Basuki Rahmat 2) Untuk mengetahui hambatan dalam melaksanakan strategi pembiayaan KUR Mikro dalam menarik minat nasabah BSI Situbondo Kcp Basuki Rahmat

Penelitian ini dilakukan di bank BSI Situbondo Kcp Basuki Rahmat dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Subjek penelitian diambil dengan teknik purposive, teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi untuk menganalisis data yaitu redukasi data, menyajikan dan menarik kesimpulan dari data, serta memvalidasi data melalui triangulasi sumber. Menariknya dalam penelitian ini adalah peneliti membahas terkait KUR Mikro yang mana pembiayaan KUR Mikro ini adalah program pembiayaan yang didesain untuk memberikan stimulasi kepada UMKM, yaitu melalui penyediaan pembiayaan dengan biaya lebih murah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis strategi Pembiayaan KUR Mikro di BSI Situbondo Kcp

Basuki Rahmat berperan penting dalam meningkatkan minat nasabah dengan cara memberikan bantuan modal usaha, dan masukan kepada para nasabah, serta memberikan pengawasan agar pembiayaan dapat berjalan sesuai dengan yang diinginkan dan meningkatkan pendapatan nasabah serta perubahan terhadap status ekonomi para nasabah.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR ISI

| | Hal. |
|---|-------------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| MOTTO | iv |
| PERSEMBAHAN | v |
| KATA PENGANTAR | vii |
| ABSTRAK | ix |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Konteks Penelitian | 1 |
| B. Focus Penelitian | 4 |
| C. Tujuan Penelitian | 4 |
| D. Manfaat Penelitian | 4 |
| E. Definisi Istilah..... | 5 |
| F. Sistematika Pembahasan..... | 15 |
| BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN | 17 |
| A. Penelitian Terdahulu | 17 |
| B. Kajian Teori | 26 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 57 |

| | |
|---|-----------|
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian | 57 |
| B. Lokasi Penelitian..... | 58 |
| C. Subyek Penelitian | 58 |
| D. Teknik Pengumpulan Data..... | 59 |
| E. Analisis Data..... | 61 |
| F. Keabsahan Data | 61 |
| G. Tahap-Tahap Penilitan..... | 62 |
| BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS | 65 |
| A. Gambaran Objek Penelitian | 65 |
| B. Penyajian Data dan Analisis | 74 |
| C. Pembahasan Temuan | 81 |
| BAB V PENUTUP | 86 |
| A. Kesimpulan | 86 |
| B. Saran | 87 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 81 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |
| 1. Matrik penelitian | |
| 2. Pernyataan keaslian tulisan | |
| 3. Pedoman Wawancara | |
| 4. Jurnal Kegiatan Penelitian | |
| 5. Surat Ijin Penelitian | |
| 6. Surat Keterangan Selesai Penelitian | |
| 7. Surat Keterangan Plagiasi | |
| 8. Dokumentasi | |
| 9. Biodata Penulis | |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Tabulasi Penelitian Terdahulu | 22 |
| Tabel 4.1 Bagan Pimpinan PT Bank Syariah Indonesia (BSI) Situbondo KCP Basuki Rahmat | 66 |
| Tabel 4.2 Struktur Organisasi BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat | 67 |



BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Seiring dengan pertumbuhan Bank Syariah di Indonesia, maka kompetisi diantara pelaku Bank Syariah dalam upaya memasarkan produknya semakin tinggi, harus ada beberapa macam strategi yang dilakukan untuk menarik simpati masyarakat sehingga masyarakat mau untuk menggunakan produk tersebut. Strategi pemasaran menjadi alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan tujuan bersaing.

Perbankan Syariah sebagaimana halnya Perbankan konvensional lainnya di Indonesia adalah lembaga intermediary yang berfungsi mengumpulkan dana dari dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pemberian fasilitas pembiayaan. Oleh karena itu lembaga perbankan mempunyai kedudukan yang sangat strategi untuk turut menggerakkan sektor riil dalam rangka meningkatkan laju perekonomian dan pembangunan di Indonesia.¹

Salah satu pembiayaan bank syariah adalah pembiayaan Kredit Usaha Rakyat Mikro Syariah. Kredit Usaha Rakyat Syariah adalah pembiayaan modal kerja atau investasi kepada debitur individu/perorangan khususnya masyarakat ekonomi menengah ke bawah maupun kelompok usaha produktif dan layak namun belum memiliki agunan tambahan atau agunan tambahannya belum

¹ Faturrahman Djamil, *Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah Di Bank Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), 40.

cukup.²

Antonio memaparkan pengertian bank syariah sebagai suatu sistem perbankan yang operasional dan produk-produknya sesuai dengan garis-garis syariah. Dalam operasionalnya, prinsip bagi hasil dalam bank syariah bertujuan untuk menciptakan keadilan dan tidak menerapkan sistem bunga yang secara eksplisit sudah jelas larangannya di dalam Al-Qur'an. Haramnya bunga bank dinilai hanya memberikan keuntungan kepada pihak tertentu dalam hal ini yaitu bank, sedangkan pihak nasabah akan dirugikan. Hal ini menyimpang dari ajaran Islam yang mengharamkan mengambil harta orang lain dengan cara yang batil ('akl amwāl al-nās bi al-bātil). Sebagaimana dalam Firman Allah SWT dalam Q.S. AlBaqarah ayat 188³, sebagai berikut :

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَآ إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ
 أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui”.

Sebagai lembaga perantara (intermediary) keuangan, bank syariah menjalankan tiga jenis usaha pokok, yaitu dalam penghimpunan dana (funding) dan pembiayaan/penyaluran dana (financing atau lending), serta jasa (service). Dalam hal penghimpunan dana dapat berupa simpanan dalam bentuk giro, tabungan, dan deposito yang menggunakad akad wadi'ah yad dhamanah

² Kementerian Koordinator, *Kumpulan Peraturan Kredit Usaha Rakyat* (Jakarta: E-Book, 2016), 73.

³ 5 Al-Qur'an dan terjemahannya. 2008. Departemen Agama RI. Bandung: Diponegoro

(titipan) dan mudharabah (sistem bagi hasil). Kemudian dalam pembiayaan/penyaluran dana kepada masyarakat dengan menggunakan skema akad jual beli (murabahah, salam, dan istishna), sewa (ijrah), dan bagi hasil (musyarakah dan mudharabah), serta produk jasa, seperti pengambilalihan utang-piutang (hiwalah), gadai (rahn), utang-piutang (qardh), perwakilan (wakalah) dan garansi bank (kafalah).

Dalam penelitian ini peneliti membahas terkait KUR Mikro yang mana pembiayaan KUR Mikro ini adalah program pembiayaan yang didesain untuk memberikan stimulasi kepada UMKM, yaitu melalui penyediaan pembiayaan dengan biaya lebih murah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis strategi Pembiayaan KUR Mikro di BSI Situbondo Kcp Basuki Rahmat berperan penting dalam meningkatkan minat nasabah dengan cara memberikan bantuan modal usaha, dan masukan kepada para nasabah, serta memberikan pengawasan agar pembiayaan dapat berjalan sesuai dengan yang diinginkan dan meningkatkan pendapatan nasabah serta perubahan terhadap status ekonomi para nasabah.

Sehubungan dengan konteks penelitian diatas, penulis melakukan penelitian dengan topik **“ANALISIS STRATEGI PEMBIAYAAN KUR MIKRO DALAM MENARIK MINAT NASABAH BSI SITUBONDO KCP BASUKI RAHMAT”** dimana peneliti ingin mengetahui seberapa efektif strategi yang digunakan BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat untuk menarik minat nasabah.

B. Fokus Penelitian

Dari uraian latar belakang yang peneliti paparkan, maka terdapat fokus yang menjadi titik peneliti yaitu :

1. Bagaimana Strategi pembiayaan KUR Mikro dalam menarik minat nasabah BSI Situbondo Kcp Basuki Rahmat?
2. Apa hambatan dalam melaksanakan strategi pembiayaan KUR Mikro dalam menarik minat nasabah BSI Situbondo Kcp Basuki Rahmat?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah ditetapkan maka tujuan dari penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui Strategi pembiayaan KUR Mirko dalam menarik minat nasabah BSI Situbondo Kcp Basuki Rahmat
2. Untuk mengetahui hambatan dalam melaksanakan startegi pembiayaan KUR Mikro dalam menarik minat nasabah BSI Situbondo Kcp Basuki Rahmat

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini ada yang berbentuk Teoritis dan Praktis, diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan edukasi pemikiran dan pengetahuan bagi pembaca dan dapat dijadikan sumber informasi dan acuan bagi peneliti lain.

2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan dari berbagai macam sumber bacaan ilmiah, juga bisa menambah pengalaman, dan wawasan bagi penulis bagaimana penelitian yang baik kedepannya.

b. Bagi BSI Situbondo Kcp Basuki Rahmat

Penulisan penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan bagi BSI Situbondo Kcp Basuki Rahmat dalam mengembangkan pembiayaan KUR Mikro

c. Bagi UIN KHAS Jember

Dapat digunakan salah satu informasi atau dapat dipakai sebagai data sekunder dan bahan sumbangan pemikiran tentang Pembiayaan KUR Mikro.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berarti tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti di dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalah fahaman terhadap makna istilah dan kesalahan dalam terkait definisi istilah dalam judul berikut :

1. Analisis

Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya, dan sekaligus dapat dibentuk strategi yang tertealisasi muncul dalam tanggapan terhadap strategi yang dapat berkembang melalui sebuah proses

perumusan (formulation) yang diikuti oleh pelaksanaan (implementation).⁴

Michael Porter dalam artikelnya yang berjudul *Competitive Strategy* dalam *Harvard Business Review*, menyatakan bahwa strategi adalah sekumpulan tindakan atau aktivitas yang berbeda untuk mengantarkan nilai yang unik. Adapun ahli yang menegaskan strategi terdiri atas aktivitas-aktivitas yang penuh daya saing serta pendekatan-pendekatan bisnis untuk mencapai kinerja yang memuaskan (sesuai target).⁵

2. Strategi

Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya, dan sekaligus dapat dibentuk strategi yang tertealisasi muncul dalam tanggapan terhadap strategi yang dapat berkembang melalui sebuah proses perumusan (formulation) yang diikuti oleh pelaksanaan (implementation).⁶

Menurut Ali Hasan dalam bukunya, strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis berskala besar, menggerakkan semua sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara actual dalam bisnis. Menurut Jhon A. Byrne dalam buku Ali Hasan, mendefinisikan strategi sebagai sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan yang direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan. Menurut Jack Trout di dalam buku Ali Hasan, merumuskan bahwa inti dari strategi

⁴ Juneda Nurdin, "Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan PT. BNI Syariah KC. Parepare" dalam *Jurnal Balance*, Volume 1., No.2., (2019), h.21

⁵ Rachmat, *Manajemen Strategik*, Bandung : CV Pustaka Setia, 2014, hlm. 2

⁶ Juneda Nurdin, "Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan PT. BNI Syariah KC. Parepare" dalam *Jurnal Balance*, Volume 1., No.2., (2019), h.21

adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik dibenak konsumen menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai suatu kata yang sederhana di kepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realistik pasar.⁷

3. Pembiayaan

Pembiayaan atau financing adalah pemberian dana kepada satu pihak ke pihak lain untuk mendukung investasi yang dilakukan individu maupun perusahaan, menurut UU No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan menyatakan pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.⁸

Menurut Kasmir, “pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara BMT dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil”. “Pembiayaan adalah suatu jenis pinjaman yang harus dibayar kembali bersama bagi hasil oleh peminjam sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati”. Pembiayaan juga dapat diartikan sebagai penyediaan uang atau tagihan yang nilainya diukur dengan uang dan

⁷ Ali Hasan, *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan* (Jakarta:Media Presindo,2013)

⁸ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta:UPP AMP YKPN,2005),h. 304

adanya kesepakatan antara pemberi dana dan penerima dana, bahwa mereka sepakat sesuai dengan perjanjian yang dibuatnya. Perjanjian pembiayaan mencakup hak dan kewajiban masing-masing pihak, termasuk jangka waktu serta bagi hasil yang ditetapkan bersama. Demikian pula dengan masalah sanksi apabila si debitur ingkar janji terhadap perjanjian yang telah dibuat.

4. KUR Mikro

Kredit adalah penyediaan uang atau tagihan berdasarkan persetujuan ataupun kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi kewajibannya setelah jangka waktu yang telah ditentukan. Kewajiban itu dapat berupa pokok pinjaman, imbalan atau pembagian hasil keuntungan.⁹

Kredit juga bermakna kemampuan untuk melaksanakan suatu pembelian atau mengadakan suatu pembelian atau mengadakan suatu peminjaman dengan janji pembayaran akan dilakukan/ditanggungkan pada suatu jangka waktu yang disepakati.¹⁰

Kredit dalam islam sama dengan al-qardh yaitu pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan. Adapun sumber dana KUR Syariah yaitu bersumber dari dana Lembaga Keuangan Syariah penyalur KUR Syariah.¹¹

⁹ Elman Johari, “Pelaksanaan Dana Kredit Usaha Rakyat (KUR) Perspektif Hukum Islam”, Jurnal Aghinya Stiesnu. 2019. h 166

¹⁰ Hamdani, Mengenal Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Lebih Dekat, (Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), h 3

¹¹ Elman Johari, “Pelaksanaan Dana Kredit Usaha Rakyat (KUR) Perspektif Hukum Islam”, Jurnal Aghinya Stiesnu. 2019.

Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah pembiayaan modal kerja atau investasi kepada orang perorangan atau kelompok, khususnya masyarakat ekonomi menengah ke bawah maupun kelompok usaha produktif dan layak namun belum memiliki agunan tambahan atau agunan tambahannya belum cukup.¹²

Kredit kepada usaha mikro adalah pemberian kredit kepada debitur usaha mikro yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU No. 20 tahun 2008 tentang UMKM. Kredit mikro merupakan kredit dengan plafon Rp. 0 sampai dengan maksimum Rp. 50.000.000,00.

Usaha produktif persektor ekonomi, beberapa sektor yang dibiayai KUR yaitu :¹³

- a. Sektor Pertanian Seluruh usaha di sektor pertanian, termasuk tanaman pangan, tanaman holtikultura, pekebunan dan peternakan.
- b. Sektor Perikanan Seluruh usaha di sektor perikanan, termasuk penangkapan dan pembudidayaan ikan.
- c. Sektor Industri Pengolahan Seluruh usaha di sektor industri pengolahan, termasuk industri kreatif di bidang periklanan, fashion, film, animasi, video dan alat mesin pendukung kegiatan ketahanan pangan.
- d. Sektor perdagangan Seluruh usaha di sektor perdagangan, termasuk kuliner dan pedagang eceran.
- e. Sektor Jasa Seluruh usaha di sektor penyediaan akomodasi dan

¹² Abdul Wahid Mongkito,Dkk., *Implementasi Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Mikro Syariah Dalam Pengembangan Usaha Mikro*, (Robust, 2021), h 95

¹³ Abdul Wahid Mongkito,Dkk., *Implementasi Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Mikro Syariah Dalam Pengembangan Usaha Mikro*, (Robust, 2021), h 96

penyediaan makanan; sektor transportasi, pergudangan dan komunikasi, sektor real estate, usaha persewaan, jasa perusahaan; jasa pendidikan; sektor jasa kemasyarakatan, sosial budaya, hiburan, dan lainnya.

Bank dunia mendefinisikan usaha mikro sebagai usaha gabungan atau usaha keluarga dengan tenaga kerja kurang dari 10 orang, termasuk didalamnya usaha yang hanya dikerjakani oleh satu orang yang sekaligus bertindak sebagai pemilik. Usaha mikro juga sering disebut usaha tingkat survival ,yakni usaha untuk mempertahankan hidup, yaitu kebutuhan keuangannya dipenuhi oleh tabungan dan pinjaman berskala kecil.¹⁴

Usaha Mikro isebagaimana dimaksud menurut Keputusan Menteri Keuangan No.40/KMK.06/2003 itanggal 29 Januari 2003, yaitu usaha produktif milik keluarga atau perorangan Warga Negara Indonesia dan memiliki hasil penjualan paling banyak Rp.300.000.000. (tiga ratus juta rupiah) per tahun. Usaha Mikro idapat mengajukan kredit kepada bank paling banyak Rp.50.000.000.¹⁵

Berdasarkan Undang-Undang No.20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro, yaitu:¹⁶

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;atau

¹⁴ Djoko Poernomo, *Usaha Mikro Batik Madura*, (Yogyakarta : Griya Pandiva, 2015), h 21

¹⁵ Dede Harjadasastra, “Analisis Verifikasi Kredit Usaha Mikro Di Pt Bank Mandiri KCP Way Jepara Lampung Timur”, Jurnal Dinamika Volome 2. 2016. h 2

¹⁶ Dede Harjadasastra, “Analisis Verifikasi Kredit Usaha Mikro di PT Bank Mandiri KCP Way Jepara Lampung Timur,” Jurnal Dinamika Volume 2. 2016. h 6

- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Ciri-ciri usaha mikro antara lain sebagai berikut:¹⁷

- a. Jenis barang/komoditi usahanya tidak selalu tetap, sewaktu-waktu dapat berganti.
- b. Tempat usahanya tidak selalu menetap, sewaktu-waktu dapat pindah tempat.
- c. Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun dan tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha.
- d. Sumber daya manusianya (pengusahanya) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai.
- e. Tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah.
- f. Umumnya belum akses kepada perbankan, namun sebagian dari mereka sudah akses ke lembaga keuangan non bank.
- g. Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.

5. Minat Nasabah

Minat ialah suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda dan orang.¹⁸ Secara sederhana minat itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat itu

¹⁷ Abdul Wahid Mongkito, Dkk., *Implementasi Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Mikro Syariah Dalam Pengembangan Usaha Mikro*, (Robust, 2021), h 96

¹⁸ Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Kencana, 2011), 63

tersebut dengan disertai dengan perasaan senang.¹⁹ Jadi dapat disimpulkan bahwa minat merupakan rasa tertarik pada suatu hal, dan ingin melakukan aktivitas tersebut sesuai keinginan individu tanpa adanya rasa terpaksa. Sedangkan nasabah merupakan konsumen- konsumen sebagai penyedia dana dalam proses transaksi barang ataupun jasa. Dengan demikian pengertian minat nasabah yaitu pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. Ada beberapa tahapan minat yaitu:

- a. Informasi yang jelas sebelum memilih.
- b. Pertimbangan yang matang sebelumnya.
- c. Keputusan memilih terpenuhi.
- d. Proses terbentuknya minat

Terdapat proses terbentuknya suatu minat konsumen atau yang mendasari munculnya minat konsumen antara lain:

- a. Attention atau Perhatian. Sebelum konsumen menggunakan produk maupun jasa, maka langkah awal yang dilakukan yaitu mencari informasi mengenai produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan konsumen.
- b. Interest atau Tertarik. Setelah calon konsumen mulai memiliki ketertarikan terhadap suatu produk maupun jasa, maka calon konsumen mulai mempertimbangkan dan diikuti oleh keinginan untuk

¹⁹ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* (Jakarta:2004, Prenada Media), hlm. 263.

mendapatkan produk maupun jasa yang ditawarkan. Sehingga pada tahap ini sudah mulai terlihat minat dari calon konsumen untuk memperoleh produk dan jasa yang ditawarkan.

- c. Desire atau Hasrat. Setelah calon konsumen mulai tertarik terhadap produk maupun jasa, maka calon konsumen mulai mempertimbangkan dan diikuti oleh suatu keinginan untuk mendapatkannya. Oleh karena itu pada tahap ini sudah terlihat minat pada suatu hasrat atau keinginan dalam melakukan sebuah pembelian.
- d. Action atau Tindakan. Proses yang terakhir yaitu pembelian atau penggunaan pada produk maupun jasa tersebut, karena calon konsumen sudah memiliki suatu keyakinan yang tinggi untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut²⁰

Proses timbulnya suatu minat juga berlaku di dalam dunia perbankan konvensional. Sehingga sebelum nasabah melakukan sebuah pilihannya, maka yang pertama yang dilakukan nasabah yaitu proses pencarian atau pengenalan perbankan mana yang akan dipilih untuk melakukan suatu transaksi. Setelah itu nasabah akan mencari beberapa informasi mengenai perbankan tersebut yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah. Sehingga dari informasi yang telah di dapatkan maka selanjutnya nasabah akan mempertimbangkan bank yang akan dipilih, sehingga akan menghasilkan sebuah tindakan serta keputusan yang akan dilakukan nasabah dalam memilih bank untuk melakukan sebuah transaksi

²⁰ Doni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2017), 164

7. BSI

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industry keuangan syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungan stakeholder yang kuat merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk didalamnya adalah Bank Syariah. Bank Syariah memerankan peran penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal.

Keberadaan industri perbankan syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Pada tanggal 1 Februari 2021 merupakan hari dimana bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI

dan BRI), serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

Bank Syariah Indonesia mendapat izin dari OJK dengan Nomor SR-3/PB.1/2021 tanggal 27 Januari 2021 perihal pemberian izin penggabungan PT Bank Syariah mandiri dan PT Bank BNI Syariah ke dalam PT BRI syariah Tbk serta izin perubahan nama dengan menggunakan izin usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk sebagai bank hasil penggabungan.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika Pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup.²¹ Untuk mempermudah dalam pemahaman materi yang hendak dibahas, maka peneliti menguraikan setiap babnya. Adapun sistematikanya adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN yang meliputi; latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN yang meliputi; penelitian terdahulu dan kajian teori. Penelitian terdahulu adalah bagian mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya. Kajian teori berisi tentang pembahasan teori yang akan dijadikan sebagai dasar pijakan dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN yang meliputi; pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data,

²¹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (UIN KHAS, Jember, 2021), 48

analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN merupakan bagian penyajian data dan analisis. Bagian ini berisi tentang gambaran objek penelitian , penyajian dan analisis data, dan pembahasan temuan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN Bagian ini berisi tentang kesimpulan dan sara-saran dari hasil penelitian dan diakhiri dengan penutup, daftar pustaka, serta lampiran-lampiran.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Melalui kajian pustaka ini, penulis bertujuan untuk mencari data intisari data penelitian sebelumnya berkaitan dengan masalah yang dibahas oleh peneliti pada penelitian jurnal dan skripsi. Kajian pustaka merupakan bagian terpenting dalam sebuah penelitian, karena dengan daftar pustaka kita dapat mengetahui hasil penelitian yang telah dikaji sebelumnya guna untuk membantu mendapatkan gambaran dalam menyusun penelitian di atas. Kajian pustaka yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah sepuluh jurnal, dan tidak semua berupa jurnal dengan metode kualitatif. Adapun penulisan terdahulu yang telah membahas sekitar topic ini adalah sebagai berikut :

1. Imran Tahalua dan M. Dakhri 2022 “Strategi Pemasaran Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada Bank Rakyat Indonesia Unit Rappocini Makassar di masa Pandemi Covid-19” hasil penelitian ini, diperoleh bahwa strategi pemasaran kredit usaha rakyat yang dilakukan di Bank Rakyat Indonesia Unit Rappocini Makassar di masa pandemi covid 19 yaitu melakukan pembauran terhadap strategi pemasaran yang disesuaikan dengan kondisi wabah Covid 19. Setelah mengetahui masalah yang dihadapi yaitu adanya wabah Covid 19 maka langkah selanjutnya adalah dengan melakukan strategi pemasaran menggunakan komponen marketing mix 7P yaitu: 1) product (produk), 2) price (harga), 3) place (tempat), 4) promotion (promosi), 5) people (orang),

- 6) process (proses), dan 7) physical evidence (tampilan fisik).²²
2. Erni Nasution, Darwis Harahap, dan Muhammad Wandisyah R. Hutagalung 2022 “Strategi Bank Syariah Indonesia Dalam Menarik Masyarakat Untuk Membayar Zakat”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dalam menarik masyarakat untuk membayar zakat di Bank Syariah Indonesia Gunung Tua dengan menjelaskan apa saja keunggulan yang terdapat di dalam Bank Syariah Indonesia Gunung Tua, dan memberikan layanan yang layan bagi nasabah untuk transaksi dalam membayar zakat. Strategi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia dalam menarik masyarakat untuk membayar zakat adalah dengan menggunakan strategi marketing mix yakni product, promotion, people, place.²³
 3. Jumari dan Mashuri Toha 2022 “Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Menarik Minat Nasabah di Masa Pandemi Covid-19 (Pegadaian Syariah Cabang Prenduan Sumenep Madura)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peneliti menemukan beberapa strategi yang diterapkan di perum pegadain syariah kantor cabang pranduan diantaranya, 1.) pemasaran media social di sini pihak gadai memanfaatkan internet, sebab fitur-fitur yang disediakan oleh jejaring sosial ini sangat membantu dalam memasarkan produk dan jasa kepada masyarakat. 2) Door to Door, ini juga dilakukan pihak pegadaian untuk mengunjungi rumah warga untuk memperkenalkan

²² Imran Tahalua dan M. Dakhri, “*Strategi Pemasaran Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada Bank Rakyat Indonesia Unit Rappocini Makasar di masa Pandemi Covid-19*” Journal of Research and Development on Public Policy (Jarvic) Vol.1, No.2 Juni 2022

²³ Erni Nasution, Dkk “*Strategi Bank Syariah Indonesia Dalam Menarik Masyarakat Untuk Membayar Zakat*” JISFIM: Journal of Islamic Social Finance Management Volume 3 Nomor 1 Ed. Jan – Juni 2022

produk dan jasa mereka. 3) Membuat Spanduk atau Brosur, untuk membagikan ini juga dilakukan pihak gadai dalam memasarkan produknya, dilihat saat dijalan kita akan menemukan spanduk besar yang terlihat dengan jelas tentang pegadaian syariah, atau pihak karyawan juga turun ke lapangan untuk menyebarkan brosur dengan promosi yang murah dengan adanya diskon besar-besaran di akhir tahun. 4) Memperluas Jaringan Relasi dengan Media Massa, ini juga penting dalam membangun relasi kepada media massa. Sehingga dapat membantu dalam menjangkau pasar nasional.²⁴

4. Siti Nur Fadilah 2022 “Strategi Promosi pada Produk BRITAMA dalam Meningkatkan Minat Nasabah Membuka Tabungan di PT. BRI (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Jember”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Jember didalam menerapkan starategi promosi dalam meningkatkan minat nasabah membuka tabungan menerapkan seluruh komponen Marketing Mix 7P. Marketing Mix merupakan peralatan atau alat bagi marketer yang terdiri dari berbagai elemen suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran yang ditetapkan dapat berjalan sukses. 2) Cara meningkatkan minat nasabah membuka tabungan Britama di PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Jember hal ini dibuktikan dengan faktor yang mendasari nasabah faktor lokasi Bank, pelayanan yang baik, serta memberikan iming-iming hadiah yang bisa

²⁴ Jumari dan Mashuri Toha “Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Menarik Minat Nasabah di Masa Pandemi Covid-19 (Pegadaian Syariah Cabang Preduan Sumenep Madura)” BanqueSyar’i Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah Vol. 8. No. 2 Juli – Desember 2022

menjadi daya tarik tersendiri bagi para nasabah²⁵.

5. Muhammad Rifqi Fadhilah 2022 “Analisis Strategi BPRS Formes Yogyakarta dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah dan Profitabilitas di-Masa Pandemi Covid-19” Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi yang diterapkan untuk meningkatkan jumlah nasabah dan profitabilitas yaitu dengan menerapkan promosi dengan via media sosial, penawaran menggunakan mobil kas keliling, penerapan restrukturisasi kepada nasabah terdampak Covid-19, personal selling, dan berkomunikasi dengan baik.²⁶
6. Agus Arjuni dan Sri Mulasih 2021 “Strategi Pemasaran Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Bank Wakaf Mikro Buntet Pesantren Cirebon Tahun 2020”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran Syariah dalam upaya menarik minat nasabah yang diterapkan bank wakaf mikro buntet pesantren Cirebon dengan menggunakan pendekatan strategi teori marketing mix yang meliputi (product, price, place, promotion, process, physical evidence). Tetapi Bank Wakaf Mikro lebih menggunakan strategi pemasaran langsung dengan cara bersosialisasi pada masyarakat sekitar. Adapun kendala yang dihadapi dalam memasarkan produknya yakni belum tersedianya alat bantu pemasaran seperti brosur dan spanduk. Dan solusi mengatasi masalah tersebut dengan membuat brosur dan spanduk, sehingga dalam memasarkan produknya dapat

²⁵ Siti Nur Fadilah, *Strategi Promosi pada Produk BRITAMA dalam Meningkatkan Minat Nasabah Membuka Tabungan di PT. BRI (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Jember*” (Skripsi, UIN KHAS Jember, 2022)

²⁶ Muhammad Rifqi Fadhilah “*Analisis Strategi BPRS Formes Yogyakarta dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah dan Profitabilitas di-Masa Pandemi Covid-19*”(Skripsi, UIN Yogyakarta, 2022)

efektif dan efisien.²⁷

7. Yulfi Tyastutik 2021 “Strategi Marketing Mix dalam Menarik Minat Nasabah Pembiayaan Musyarakah Mikro di Bank Syariah Indonesia Kcp Magetan” hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Hasil dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi marketing mix yang sudah diterapkan Bank Syariah Indonesia Kcp Magetan dalam menarik minat nasabah pembiayaan musyarakah mikro dengan menggunakan marketing mix 7p diantaranya product, price, promotion, place, people, process, dan physical evidence. dari penerapan ke-7 strategi ini ada beberapa strategi yang tidak optimal diterapkan diantaranya strategi promotion, place dan strategi physical evidence. Selain itu, strategi marketing mix yang sudah diterapkan Bank Syariah Indonesia Kcp Magetan dalam menarik minat nasabah pembiayaan musyarakah mikro memiliki dampak positif untuk pihak bank. Karena dengan penerapan strategi marketing mix ini pihak bank dapat dengan mudah mengidentifikasi masalah mengenai penjualan lebih dini. Selain itu, pihak bank dapat dengan segera mengambil keputusan dan penyelesaian masalah dengan lebih cepat dan tepat.²⁸
8. Ilvia Lanniza1 dan Tuti Anggraini 2021 “Analisis Strategi Pemasaran Kredit Pembiayaan Mitraguna Dalam Menarik Minat Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Ex Bank Syariah Mandiri Kcp Stabat”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penelitian bertujuan untuk untuk mengetahui dan

²⁷ Agus Arjuni dan Sri Mulasih “Strategi Pemasaran Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Bank Wakaf Mikro Buntet Pesantren Cirebon Tahun 2020”. *Ecobankers : Journal of Economy Banking*. Vol 2 Nomor 1 (2021) Pages 49 – 58

²⁸ Yulfi Tyastutik “Strategi Marketing Mix dalam Menarik Minat Nasabah Pembiayaan Musyarakah Mikro di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan”. (Skripsi, IAIN Ponorogo, 2021)

menganalisis pengaruh strategi marketing mix dalam menarik minat nasabah terhadap pembiayaan kredit Mitra Guna Berkah. Dimensi marketing mix yang digunakan ada empat yaitu: Produk (Product), Tempat (Place), Harga (Price) dan Promosi (Promotion). Dengan menggunakan analisis deskriptif didapatkan hasil bahwa dari keempat dimensi marketing mix Promosi adalah yang paling dominan berpengaruh dalam menarik minat nasabah terhadap pembiayaan Mitra Guna Berkah.²⁹

Tabel 2.1
Tabulasi Penelitian Terdahulu

| No | Penulis | Judul | Persamaan | Perbedaan |
|----|--|---|--|---|
| 1. | Imran Tahalua dan M. Dakhri (2022) | Strategi Pemasaran Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada Bank Rakyat Indonesia Unit Rappocini Makasar di masa Pandemi Covid-19 | Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian terdahulu yakni Sama-sama membahas strategi yang digunakan | Objek penelitian |
| 2. | Erni Nasution, Darwis Harahap, dan Muhammad Wandisyah R. Hutagalung (2022) | Strategi Bank Syariah Indonesia Dalam Menarik Masyarakat Untuk Membayar Zakat | Penelitian terdahulu dengan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif | Obejek penelitian penelitian terdahulu menggunakan 4P |
| 3. | Jumari dan Mashuri Toha (2022) | Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Menarik Minat | Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yakni Sama-sama | Objek penelitian |

²⁹ Ilvia Lannizal dan Tuti Anggraini “Analisis Strategi Pemasaran Kredit Pembiayaan Mitraguna Dalam Menarik Minat Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Ex Bank Syariah Mandiri KCP Stabat” Journal Economy And Currency Study (JECS) Volume 3, Issue 2, July 2021

| | | | | |
|----|------------------------------------|---|--|---|
| | | Nasabah di Masa Pandemi Covid-19 (Pegadaian Syariah Cabang Prenduan Sumenep Madura) | menggunakan teknik pengambilan data melalui: wawancara, observasi, dokumentasi | |
| 4. | Siti Nur Fadilah (2022) | Strategi Promosi pada Produk BRITAMA dalam Meningkatkan Minat Nasabah Membuka Tabungan di PT. BRI (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Jember | Sama-sama membahas terkait strategi yang digunakan | Penelitian terdahulu focus pada evektifitas penerapan Bauran Promosi. |
| 5. | Muhammad Rifqi Fadhilah (2022) | Analisis Strategi BPRS Formes Yogyakarta dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah dan Profitabilitas di-Masa Pandemi Covid-19 | Penelitian terdahulu dengan penelitian ini metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif | penelitian terdahulu menggunakan 4P. Peneliti ini menggunakan 7P |
| 6. | Agus Arjuni dan Sri Mulasih (2021) | Strategi Pemasaran Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Bank Wakaf Mikro Buntet Pesantren Cirebon Tahun 2020 | Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yakni Sama-sama menguunakan metode marketing 7P | Objek penelitian |
| 7. | Yulfi Tyastutik (2021) | Strategi Marketing Mix dalam Menarik | Persamaan penilitian ini dengan penelitian | Penelitian terdahulu membahas |

| | | | | |
|----|---|--|---|--|
| | | Minat Nasabah Pembiayaan Musyarakah Mikro di Bank Syariah Indonesia Kcp Magetan | terdahulu yakni penelitian ini sama-sama menggunakan metode marketing 7P | terkait pembiayaan Musyarakah Mikro peneliti ini membahas terkait pembiayaan KUR Mikro |
| 8. | Ilvia Lannizal dan Tuti Angraini (2021) | Analisis Strategi Pemasaran Kredit Pembiayaan Mitraguna Dalam Menarik Minat Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Ex Bank Syariah Mandiri Kcp Stabat | Persamaan pada penilitan ini dengan Penelitian terdahulu sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sama-sama menggunakan teknik pengambilan data melalui: wawancara, observasi, dokumentasi | Objek penelitian penelitian terdahulu menggunakan 4P. Peneliti ini menggunakan 7P |

B. Kajian Teori

Kajian teori adalah bagian yang berisi tentang pembahasan-pembahasan teori yang dijadikan sebagai sudut pandang atau perspektif dalam melakukan suatu penelitian. Pembahasan yang terkandung dalam kajian teori merupakan pembahasan yang lebih luas dan lebih mendalam untuk memperdalam wawasan peneliti dalam meninjau atau mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan penulis sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.³⁰ Adapun teori yang digunakan adalah:

³⁰ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2019), 46

1. Strategi

Berdasarkan hasil studi bahwa perusahaan yang berhasil menerapkan strategi tidak lebih dari 30 persen. Kelemahan utamanya adalah strategi tidak diimplementasikan dengan baik karena proses penyusunan yang tidak melibatkan semua unsur dan didapatnya kebijakan yang tidak sesuai dengan strategi yang disusun. Mengingat keberadaan strategi adakalanya masih bersifat formal. Unsur-Unsur dan Fungsi dari Strategi Bila suatu organisasi mempunyai suatu “strategi”, maka strategi itu harus mempunyai bagian-bagian yang mencakup unsur-unsur strategi. Suatu “strategi” mempunyai 5 unsur, yaitu :

- a. Gelanggang aktivitas atau Arena merupakan area (produk, jasa, saluran distribusi, pasar geografis, dan lainnya) di mana organisasi beroperasi. Unsur Arena tersebut seharusnya tidaklah bersifat luas cakupannya atau terlalu umum, akan tetapi perlu lebih spesifik, seperti kategori produk yang ditekuni, segmen pasar, area geografis dan teknologi utama yang dikembangkan, yang merupakan tahap penambahan nilai atau value dari skema rantai nilai, meliputi perancangan produk, manufaktur, jasa pelayanan, distribusi dan penjualan.
- b. Sarana kendaraan atau Vehicles yang digunakan untuk dapat mencapai arena sasaran. Dalam penggunaan sarana ini, perlu dipertimbangkan besarnya risiko kegagalan dari penggunaan sarana. Risiko tersebut dapat berupa terlambatnya masuk pasar atau besarnya biaya yang sebenarnya tidak dibutuhkan atau tidak penting, serta kemungkinan risiko gagal

secara total.

- c. Pembeda yang dibuat atau differentiators, adalah unsur yang bersifat spesifik dari strategi yang ditetapkan, seperti bagaimana organisasi akan dapat menang atau unggul di pasar, yaitu bagaimana organisasi akan mendapat pelanggan secara luas. Dalam dunia persaingan, kemenangan adalah hasil dari pembedaan, yang diperoleh dari fitur atau atribut dari suatu produk atau jasa suatu organisasi, yang berupa citra, kustomisasi, unggul secara teknis, harga, mutu atau kualitas dan reabilitas, yang semuanya dapat membantu dalam persaingan.
- d. Tahapan rencana yang dilalui atau staging, merupakan penetapan waktu dan langkah dari pergerakan stratejik. Walaupun substansi dari suatu strategi mencakup arena, sarana/vehicles, dan pembeda, tetapi keputusan yang menjadi unsur yang keempat, yaitu penetapan tahapan rencana atau staging, belum dicakup. Keputusan pentahapan atau staging didorong oleh beberapa faktor, yaitu sumber daya (resourc), tingkat kepentingan atau urgensinya, kredibilitas pencapaian dan faktor mengejar kemenangan awal.
- e. Pemikiran yang ekonomis atau economic logic, merupakan gagasan yang jelas tentang bagaimana manfaat atau keuntungan yang akan dihasilkan.strategi yang berhasil, tentunya mempunyai dasar pemikiran yang ekonomis, sebagai tumpuan untuk penciptaan keuntungan yang akan dihasilkan.

2. Fungsi dari Strategi

Fungsi dari strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara 20 efektif. Terdapat enam fungsi yang harus dilakukan secara simultan, yaitu :

- a. Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain. Strategi dirumuskan sebagai tujuan yang diinginkan, dan mengkomunikasikan, tentang apa yang akan dikerjakan, oleh siapa, bagaimana pelaksanaan pengerjaannya, untuk siapa hal tersebut dikerjakan, dan mengapa hasil kerjanya dapat bernilai. Untuk mengetahui, mengembangkan dan menilai alternatif-alternatif strategi, maka perlu dilihat sandingan yang cocok atau sesuai antara kapabilitas organisasi dengan faktor lingkungan, di mana kapabilitas tersebut akan digunakan.
- b. Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya.
- c. Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang, sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
- d. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang. Khususnya sumber dana dan sumber-sumber daya lain yang diolah atau digunakan, yang penting dihasilkannya sumber-sumber daya nyata, tidak hanya pendapatan, tetapi juga reputasi, komitmen karyawan, identitas merek dan sumber daya yang tidak berwujud lainnya.

- e. Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi ke depan. Strategi harus menyiapkan keputusan yang sesuai dan sangat penting bagi upaya untuk pencapaian maksud dan tujuan organisasi.
- f. Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu. Proses yang terus-menerus berjalan bagi penemuan maksud dan tujuan untuk menciptakan dan menggunakan sumber sumber daya, serta mengarahkan aktivitas pendukungnya.³¹

Tingkatan Strategi Perusahaan Perusahaan perlu menyusun strategi untuk tiga level yang berbeda dalam organisasi. Level strategi internasional ini ada 3 jenis yaitu :

a. Strategi Korporat

Strategi korporat menjelaskan wilayah bisnis yang ingin dimasuki perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan salah satu bentuk strategi korporat :

- 1) Strategi bisnis tunggal Perusahaan dapat mengkonsentrasikan seluruh sumber daya dan keahliannya pada produk atau jasa. Akan tetapi strategi ini meningkatkan kerentanan perusahaan terhadap persaingan dan perubahan lingkungan eksternal.
- 2) Strategi diversifikasi berhubungan Membuat perusahaan mampu meningkatkan kompetensi disatu pasar agar dapat memperkuat daya saingnya dipasar lain. Diversifikasi yang berhubungan memiliki beberapa keuntungan. Pertama, perusahaan tidak terlalu tergantung

³¹ Sofjan Assauri, *Strategic Management : Sustainable Competitive Advantages*, Jakarta : Rajawali Pers, 2013, hlm. 5-8. 22

pada satu produk atau jasa, sehingga perusahaan tidak terlalu rentan terhadap ancaman persaingan atau ekonomi.

- 3) Strategi diversifikasi yang tidak berhubungan Perusahaan beroperasi di beberapa industri dan pasar yang saling berhubungan.³²

b. Strategi bisnis

Strategi bisnis berfokus pada bisnis khusus, anak perusahaan atau unit operasi khusus dalam perusahaan. Tiga bentuk dasar strategi bisnis adalah :

- (1) Diferensial Berusaha membangun dan mempertahankan citra (baik nyata maupun hanya anggapan) bahwa barang atau jasa SBU (strategic business units) pada dasarnya unik dibandingkan dengan barang atau jasa lain di segmen pasar yang sama.
- (2) Kepemimpinan biaya penuh Perusahaan berfokus pada pencapaian prosedur operasi yang sangat efisien sehingga biayanya lebih rendah dibandingkan dengan biaya para pesaingnya.
- (3) Fokus Perusahaan membuat target atas tipe produk tertentu untuk kelompok pelanggan atau wilayah tertentu. Kelompok pelanggan ini dapat dibagi berdasarkan wilayah geografis, etnis, daya beli, selera, atau faktor lain yang mempengaruhi pola pembelian. Strategi tingkat bisnis diterapkan oleh masing-masing unit bisnis strategi. Strategi bisnis biasanya diformulasikan oleh manajer tingkat bisnis

³² Muchamad Fauzi, *Manajemen Strategik*, Semarang : CV. Karya Abadi Jaya, 2015, hlm. 44-45.

melalui negoisasi dengan manajer korporasi dan memusatkan pada cara bersaing dalam dunia bisnis. Strategi bisnis harus melalui dan diperoleh serta didukung oleh strategi korporasi.³³

Strategi-strategi yang dikembangkan pada level unit bisnis berfokus pada produk, jasa, dan bagaimana produk atau jasa yang dimiliki masing-masing unit bisnis bersaing dalam suatu industri. Strategi bisnis memiliki arti yang sangat penting bagi perusahaan korporasi karena strategi ini membantu unit bisnis memperoleh keunggulan kompetitif dan profitabilitas di dalam industri tertentu. Pencapaian keunggulan kompetitif dan profitabilitas oleh unit bisnis akan memberikan kontribusi bagi pencapaian tujuan korporasi secara keseluruhan.³⁴

c. Strategi fungsional

Strategi fungsional memiliki pengertian sebagai aktivitas jangka pendek bahwa tiap unit fungsional di perusahaan berpartisipasi dalam implementasi strategi besar perusahaan. Pada tingkat fungsional, perusahaan mengoptimalkan produktivitas sumber daya untuk memperbaiki kinerja perusahaan. Usaha dilakukan dengan memadukan kegiatan fungsional perusahaan dengan kemampuan yang dimiliki tiap-tiap kegiatan. Kegiatan fungsional dapat dihubungkan dengan kerangka rantai nilai (*value chain*). *Value chain* merupakan suatu kerangka kerja yang digunakan untuk menciptakan nilai perusahaan kepada pelanggan.

³³ Djoko Mudjono, *Buku Pintar Koperasi Simpan Pinjam*, Yogyakarta :2012, hlm 17

³⁴ Djoko Mudjono, *Buku Pintar Koperasi Simpan Pinjam*, Yogyakarta :2012, hlm 210

Strategi fungsional ini memfokuskan pada kegiatan fungsional perusahaan yang mengacu pada isu-isu seperti struktur modal yang diinginkan perusahaan, kebijakan investasi, kebijakan utang, dan manajemen modal kerja. Dalam strategi ini perusahaan menekankan rumusan strategi internasional yang berorientasi pada besar dan arah investasi perusahaan dalam menciptakan produk baru dan mengembangkan teknologi baru. Strategi tersebut terdiri atas enam jenis, yaitu :

- 1) Strategi produksi, menetapkan hal-hal yang menjadi produk unggulan, produk kompetitif, produk baru, sesuai dengan kompetensi pokok yang dimiliki.
- 2) Strategi pemasaran, menetapkan pasar yang akan digarap, kondisi pasar yang diinginkan, dan sebagainya.
- 3) Strategi promosi, merupakan kelanjutan dari pemasaran dan produksi, yaitu promosi yang hendak diluncurkan, media yang akan digunakan untuk promosi, dan sebagainya.
- 4) Strategi keuangan, berkaitan dengan pendanaan serta ketersediaan dana, baik untuk produksi, pemasaran maupun bagian fungsional lainnya. Dari mana dana tersebut didapat dan cara penggunaannya.
- 5) Strategi sumber daya manusia (SDM), merupakan strategi yang paling penting dan mencakup seluruh fungsi manajemen. Pemilihan SDM yang tepat dan berkompeten pada bidang yang tepat sangat diperlukan.

- 6) Strategi fungsional lainnya berkaitan dengan pihak luar seperti supplier, konsultan, agen dan sebagainya dengan memerhatikan transparansi, kejujuran, dan keterbukaan.³⁵

Tipe Strategi David, Strategic Management mendefinisikan tipe strategi sebagai strategi alternatif yang dapat dikejar perusahaan. Jika perusahaan menjalankan beberapa strategi risiko sekaligus, hal tersebut dapat menjadi sangat berisiko. Maka, perusahaan harus mengutamakan prioritas dan sumber daya terbatas yang dimiliki perusahaan.

1) Strategi Integrasi

Strategi integrasi ke depan, integrasi ke belakang, dan integrasi horizontal secara kolektif disebut sebagai integrasi vertikal (vertical integration). Integrasi vertikal memungkinkan sebuah perusahaan memperoleh kendali atas distributor, pemasok (supplier), dan pesaing.

- a) Strategi integrasi ke depan Berkaitan dengan usaha untuk memperoleh kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas distributor.
- b) Strategi integrasi ke belakang Strategi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pemasok perusahaan. Strategi tersebut sangat tepat ketika pemasok perusahaan yang ada saat ini tidak bisa diandalkan, terlampau mahal, atau tidak mampu memenuhi kebutuhan perusahaan.

³⁵ Rachmat, *Manajemen Strategik*, Bandung : CV Pustaka Setia, 2014, hlm. 54

c) Strategi integrasi horizontal Strategi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pesaing perusahaan. Merger, akuisisi, dan pengambilan di antara pesaing memungkinkan peningkatan skala ekonomi serta mendorong transfer sumber daya dan kompetensi.

2) Strategi Intensif

Terbagi menjadi analisis strategi ke dalam pasar dan produk. Dapat digunakan pada saat menentukan strategi atas produk baru atau penawaran produk baru di pasar yang ada ataupun pasar yang baru. Penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk disebut sebagai strategi intensif untuk meningkatkan posisi kompetitif suatu perusahaan dengan produk yang ada saat ini.

a) Strategi penetrasi pasar Penetrasi pasar adalah strategi yang mengusahakan peningkatan pangsa pasar untuk produk atau jasa yang ada di pasar saat ini melalui upaya pemasaran yang lebih besar.

b) Strategi pengembangan pasar Pengembangan pasar meliputi pengenalan produk atau jasa yang ada saat ini ke wilayah-wilayah geografis yang baru.

c) Strategi pengembangan produk Strategi yang mengupayakan peningkatan penjualan dengan cara memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa yang ada saat ini.

3) Strategi diversifikasi

Ada dua tipe umum strategi diversifikasi, yaitu terkait dan tidak terkait. Dikatakan terkait apabila rantai nilai bisnis memiliki kesesuaian strategik lintas bisnis yang bernilai secara kompetitif. Bisnis dikatakan tidak terkait apabila rantai nilai bisnis yang bernilai secara kompetitif yang terbagi menjadi dua yaitu horizontal ditujukan kepada customer yang sudah ada dan conglomerate ditujukan bagi customer baru.

4) Strategi Defensif

Perusahaan dapat melakukan penciutan, divestasi, dan likuidasi. Penciutan terjadi apabila perusahaan melakukan pengelompokan ulang melalui pengurangan biaya dan aset untuk membalik penjualan dan laba yang menurun. Divestasi adalah menjual satu divisi atau bagian dari suatu perusahaan. Divestasi dapat menjadi bagian dari keseluruhan strategi penciutan untuk membebaskan organisasi dari bisnis yang tidak lebih menguntungkan, yang membutuhkan terlalu banyak modal atau yang tidak begitu sesuai dengan aktivitas perusahaan yang lain. Likuidasi adalah menjual seluruh aset perusahaan secara terpisah-pisah untuk kekayaan berwujudnya.

5) Mengimplementasikan Strategi

Implementasi strategi (strategy implementation), yaitu proses manajemen mewujudkan strategi dan kebijakan dalam

tindakan melalui pengembangan program, anggaran, dan prosedur.

- a) Program, yaitu pernyataan aktivitas atau langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan perencanaan sekali pakai. Program melibatkan restrukturisasi perusahaan, perubahan budaya internal perusahaan atau awal dari usaha penelitian baru.
- b) Anggaran, yaitu program yang dinyatakan dalam bentuk satuan uang, setiap program akan dinyatakan secara terperinci dalam biaya yang dapat digunakan oleh manajemen untuk merencanakan dan mengendalikan. Sekaligus menentukan laporan keuangan proforma yang menunjukkan pengaruh yang diharapkan dari kondisi keuangan perusahaan.
- c) Prosedur atau standard operating procedures (SOP), yaitu sistem langkah-langkah atau teknik-teknik yang berurutan menggambarkan secara terperinci cara suatu tugas atau pekerjaan diselesaikan bagian dari program-program perusahaan.
- d) Evaluasi dan kontrol, yaitu membandingkan antara kinerja perusahaan dengan hasil yang diharapkan perusahaan. Kinerja adalah hasil akhir dari suatu aktivitas.
- e) Proses Implementasi Strategi Model proses manajemen strategik meliputi tiga tahap :
 - 1) Tahap formulasi strategi, yaitu pembuatan pernyataan visi, misi, dan tujuan,
 - 2) Tahap implementasi strategi, yaitu proses penerjemahan

strategi dalam tindakan-tindakan;

- 3) Tahap evaluasi strategi, yaitu proses evaluasi bahwa implementasi strategi dapat mencapai tujuan atau tidak.

3. Visi, Misi, dan Tujuan

Pernyataan visi yang baik mengungkapkan pelanggan, produk atau jasa, teknologi, pasar, pemikiran untuk karyawan, pemikiran untuk citra publik/masyarakat, dan perusahaan. Empat proses perumusan visi, yaitu : tentukan rentang waktu dan lingkup analisis secara tepat; identifikasi tren sosial, ekonomi, politik, dan teknologi yang akan memengaruhi masa depan; identifikasi kondisi persaingan; evaluasi sumber daya dan kapabilitas internal. Misi yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan mencakup : publik atau pengguna jasa yang hendak dilayani; jasa utama yang ditawarkan; wilayah geografis yang dilayani; komitmen organisasi terhadap pilihan teknologi; komitmen organisasi terhadap alternatif tujuan; elemen dalam filosofi organisasi; konsep keadilan dan citra organisasi.

4. Analisis Lingkungan Makro

Analisis lingkungan eksternal merupakan aktivitas memonitor dan mengevaluasi lingkungan eksternal dan internal organisasi kepada orang-orang penting yang ada diperusahaan. Lingkungan tersebut digunakan metode SWOT (Strength and weaknesses lingkungan internal, Opportunities and Threats untuk analisis lingkungan eksternal).

- a. Analisis Lingkungan Internal Dalam proses perumusan strategi, perusahaan perlu melakukan identifikasi dan evaluasi atas lingkungan

bisnis perusahaan. Hasil identifikasi dan evaluasi diharapkan dapat mengetahui profil keunggulan strategi perusahaan yang dimiliki, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi peluang bisnis dan menyikapi ancaman bisnis yang ada dengan cepat.

- b. Analisis SWOT Tujuan dalam menentukan strategi yang digunakan dari hasil SWOT hanya menghasilkan strategi alternatif yang layak, bukan untuk menetapkan strategi yang terbaik. Tidak semua strategi dalam SWOT dapat dipilih untuk dikembangkan. Strategi tersebut antara lain :

1) Strategi Integrasi Vertikal Strategi integrasi vertikal merupakan strategi yang menghendaki perusahaan melakukan penguasaan yang lebih atas distributor, pemasok dan/atau para pesaing melalui merger, akuisisi, atau membuat perusahaan sendiri.

2) Strategi Diversifikasi Strategi diversifikasi merupakan pendekatan utama strategi pada level korporasi. Perusahaan mengimplementasikan strategi diversifikasi, dilandasi alasan dan motif untuk mempertahankan keunggulan strategik, insentif dan sumber daya, serta motif manajerial. Di samping itu, didorong oleh lingkungan internal (kinerja yang rendah, ketidakpastian aliran kas mendatang, dan semua pengurangan risiko) dan lingkungan eksternal (peraturan pemerintah, ketentuan pajak, atau aturan-aturan yang baru).

3) Strategi Level Bisnis Perusahaan harus melakukan evaluasi lingkungan eksternal guna mengidentifikasikan peluang, ancaman,

dan kemampuan sumber daya internal untuk menentukan kompetensi inti dan strategi yang akan diimplementasikannya. Penjabaran strategi pada level fungsional sangat menentukan dalam keberhasilan sasaran strategi bisnis yang telah ditetapkan. Tingkat strategi fungsional yang cukup strategik adalah :

- a) Fungsi produksi dan operasi yang meliputi : fasilitas dan peralatan; sumber bahan baku, perencanaan dan pengendalian produksi.
- b) Fungsi pemasaran yang meliputi : produk, harga, distribusi, promosi.
- c) Fungsi keuangan meliputi : kebutuhan modal, alokasi modal, manajemen deviden dan modal.
- d) Fungsi sumber daya manusia meliputi : proses rekrutmen dan orientasi, pengembangan karier dan pelatihan, kompensasi evaluasi, disiplin, dan pengendalian. Namun, ada empat strategi yang bisa dikembangkan, yaitu :

Strategi SO : strategi yang memanfaatkan kekuatan agar peluang yang ada bisa dimanfaatkan.

Strategi WO: strategi yang mencoba meminimalkan kelemahan atau memperbaiki kelemahan dalam rangka mencoba meraih peluang yang ada.

Strategi ST : Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mencoba mengatasi atau memperkecil ancaman yang dihadapi.

Strategi WT : strategi yang mencoba meminimalkan atau mengurangi kelemahan dalam rangka mencegah ancaman yang dihadapi.³⁶

Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya, dan sekaligus dapat dibentuk strategi yang terealisasi muncul dalam tanggapan terhadap strategi yang dapat berkembang melalui sebuah proses perumusan (formulation) yang diikuti oleh pelaksanaan (implementation).³⁷

5. Pembiayaan

a. Pengertian Pembiayaan

Menurut Kasmir “pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara BSI dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil”. “Pembiayaan adalah suatu jenis pinjaman yang harus dibayar kembali bersama bagi hasil oleh peminjam sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati”, (Pembiayaan juga dapat diartikan sebagai penyediaan uang atau tagihan yang nilainya diukur dengan uang dan adanya kesepakatan antara pemberi dana dan penerima dana, bahwa mereka sepakat sesuai dengan perjanjian yang dibuatnya. Perjanjian pembiayaan mencakup hak dan

³⁶ Taufik Amir, Manajemen Strategi : Konsep dan Aplikasi, Jakarta : Rajawali Pers, 2011, hlm. 192.

³⁷ Juneda Nurdin, “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan PT. BNI Syariah KC. Parepare” dalam Jurnal Balance, Volume 1., No.2., (2019), h.21

kewajiban masing-masing pihak, termasuk jangka waktu serta bagi hasil yang ditetapkan bersama. Demikian pula dengan masalah sanksi apabila si debitur ingkar janji terhadap perjanjian yang telah dibuat.

Berdasarkan definisi diatas mengenai pembiayaan dapat disimpulkan bahwa pembiayaan adalah penyediaan uang berdasarkan kesepakatan antara pihak Baitul Maal dengan anggota peminjam yang mempunyai kewajiban untuk membayar hutangnya setelah jangka waktu tertentu .

b. Unsur-Unsur Pembiayaan Menurut Kasmir, unsur-unsur pembiayaan yaitu:

- 1) Unsur kepercayaan, yaitu mempercayai sejumlah uang untuk dikelola peminjam.
- 2) Unsur waktu, yaitu adanya jangka waktu pengembalian pembiayaan.
- 3) Unsur resiko, yaitu akibat yang dapat timbul karena adanya jangka waktu antara pemberian pembiayaan dan pelunasannya tidak tertagih atau macet.
- 4) Kesepakatan, yaitu kesepakatan antara si pemberi pembiayaan dengan si penerima pembiayaan. Kesepakatan ini dituangkan dalam suatu perjanjian dimana masing-masing pihak menandatangani hak dan kewajibannya masing-masing
- 5) Balas jasa, yaitu keuntungan atas pemberian suatu pembiayaan atau jasa tersebut yang dikenal dengan bagi hasil.

Menurut Muhammad, unsur-unsur pembiayaan yaitu:

- 1) Ijab dan Qabul.
- 2) Adanya dua pihak.
- 3) Adanya modal.
- 4) Adanya usaha.
- 5) Adanya keuntungan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa, unsur-unsur pembiayaan pada BSI terdiri dari:

- 1) Unsur kepercayaan, yaitu kepercayaan antara dua belah pihak (peminjam dan yang menerima pinjaman).
- 2) Unsur waktu, yaitu jangka waktu pengembalian pembiayaan/dana yang dipinjam sebagai tambahan modal.
- 3) Unsur usaha, yaitu usaha yang dijalankan oleh peminjam.
- 4) Unsur balas jasa, yaitu keuntungan atas pemberian pembiayaan tersebut yang dikenal dengan bagi hasil yang telah disepakati pada saat terjadinya ijab qabul.

c. Jenis-jenis Akad Pembiayaan

1) Akad Mudharabah

- a) Pengertian Akad Mudharabah Akad mudharabah adalah transaksi penanaman dana dari pemilik dana (sahibul mal) kepada pengelola dana (mudharib) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu yang sesuai dengan syariah, dengan pembagian hasil antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah

disepakati bersama.³⁸

b) Macam-macam Akad Mudharabah

- (1) Mudharabah mutlaqah adalah bentuk kerjasama antara pemilik dana dan pengelola dana tanpa adanya pembatasan oleh pemilik dana dalam hal tempat, cara, maupun objek investasi. Dalam hal ini, pemilik dana memberi kewenangan yang sangat luas kepada mudharib untuk menggunakan dana yang diinvestasikan
- (2) Mudharabah Muqayyadah bentuk kerja sama antara pemilik dana dan pengelola, dengan kondisi pengelola dikenakan pembatasan oleh pemilik dana dalam hal tempat, cara, dan/atau objek investasi.

2) Akad Musyarakah

Musyarakah berasal dari kata syirkah yang artinya percampuran atau interaksi. Secara terminology, syirkah adalah persekutuan / usaha untuk mengambil hak atau untuk beroperasi. Akad musyarakah adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dengan kondisi masing-masing pihak memberikan kontribusi dana, dengan ketentuan bahwa keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan, sedangkan kerugian berdasarkan porsi kontribusi dana.

³⁸ Wangsawidjaja, Pembiayaan Bank Syariah, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2012, h. 192

3) Akad Murabahah

Pengertian Akad Murabahah Akad Murabahah adalah akad jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati, sehingga penjual harus memberi tahu harga pokok dan berapa keuntungan sebagai tambahannya. Pada prinsipnya murabahah itu jual beli, ketika ada permintaan dari nasabah, bank terlebih dahulu membeli pesanan sesuai permintaan nasabah, lalu bank menjual kepada nasabah dengan harga asli lalu ditambah dengan margin keuntungan yang telah disepakati bersama.³⁹

4) Akad Salam

Dalam pengertian yang sederhana, ba'ii salam berarti pembelian barang yang diserahkan dikemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan dimuka. Akad salam ini digunakan untuk memfasilitasi pembelian suatu barang (biasanya barang hasil pertanian) yang memerlukan waktu untuk memproduksinya. Adapun salam paralel merupakan jual beli barang yang melibatkan dua transaksi salam, dalam hal ini transaksi salam pertama dilakukan antara nasabah dengan bank, sedangkan transaksi salam yang kedua dilakukan antara bank dengan petani atau pemasok.⁴⁰

5) Akad Istisna'

Akad istishna' merupakan kontrak jual beli dalam bentuk pemesanan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu

³⁹ Darsonno, dkk, Perbankan Syariah di Indonesia :Kelembagaan dan Kebijakan Serta Tantangan ke Depan, Depok : PT. Rajagrafindo Persada, 2017, h. 221-222

⁴⁰ Rizal Yaya, dkk, Akuntansi Perbankan Syariah..., h. 206

yang disepakati antara pemesan (mustashni“) dan penjual (shani“). Transaksi istishna memiliki kemiripan dengan transaksi salam, dalam hal barang yang dibeli belum ada pada saat transaksi melainkan harus dilunasi terlebih dahulu. Berbeda dengan transaksi salam yang biasanya adalah hasil pertanian, pada transaksi istishna’, barang yang diperjualbelikan biasanya adalah barang manufaktur. Adapun dalam hal pembayaran, transaksi istishna’ dapat dilakukan dimuka, melalui cicilan, atau ditangguhkan sampai waktu pada masa yang akan datang.

6) Akad Qardh

Akad qardh adalah akad pinjaman dari pihak perbankan (muqridh) kepada pihak tertentu (muqtaridh) yang wajib dikembalikan dengan jumlah yang sama sesuai pinjaman. Dalam perbankan, biasanya dana qardh berasal dari zakat, infaq, dan shadaqah dari karyawan perbankan

d. Jenis-jenis Pembiayaan

Jenis-jenis pembiayaan di Bank Syariah adalah :

1) Pembiayaan modal kerja

Pembiayaan modal kerja adalah pembiayaan jangka pendek yang diberikan kepada perusahaan untuk membiayai kebutuhan modal kerja usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Berdasarkan akad yang digunakan dalam pembiayaan syariah, jenis pembiayaan modal kerja syariah dibagi menjadi 5 macam, yaitu :

- a) Pembiayaan modal kerja Mudharabah
 - b) Pembiayaan modal kerja Istish`na
 - c) Pembiayaan modal kerja Salam
 - d) Pembiayaan modal kerja Murabahah
 - e) Pembiayaan modal kerja Ijarah
- 2) Pembiayaan investasi syariah

Investasi adalah penanaman dana dengan maksud untuk memperoleh imbalan/manfaat/keuntungan di kemudian hari.

- 3) Pembiayaan konsumtif syariah

Pembiayaan konsumtif yang diberikan untuk tujuan diluar usaha dan umumnya bersifat perorangan. Pembiayaan ini biasanya dipakai untuk membiayai pembelian mobil, motor, rumah, dan untuk biaya sekolah. Pembiayaan konsumtif sangat mendominasi di berbagai bank syariah di Indonesia, hal ini terjadi karena berkaitan dengan kebiasaan masyarakat Indonesia yang gemar dalam mengkonsumsi. Menurut jenis akadnya dalam bentuk pembiayaan syariah, pembiayaan konsumtif dapat dibagi menjadi 5 bagian, yaitu :

- a) Pembiayaan konsumen akad Murabahah
- b) Pembiayaan konsumen akad Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik (IMBT)
- c) Pembiayaan konsumen akad Ijarah
- d) Pembiayaan konsumen akad Ishtish`na

e) Pembiayaan konsumen akad Qard + Ijarah.

4) Pembiayaan sindikasi

Pembiayaan sindikasi adalah pembiayaan yang diberikan oleh lebih dari satu lembaga keuangan bank untuk suatu objek pembiayaan tertentu. Pembiayaan sindikasi diperlukan kepada nasabah korporasi karena nilai transaksinya sangat besar.

5) Pembiayaan berdasarkan take over

Pembiayaan take over adalah pembiayaan yang timbul sebagai akibat dari take over terhadap transaksi non syariah yang telah berjalan yang dilakukan oleh bank syariah atas permintaan nasabah

6) Pembiayaan Letter of Credit

Pembiayaan Letter of Credit adalah pembiayaan yang diberikan dalam rangka memfasilitasi transaksi import dan ekspor nasabah.⁴¹

e. Tujuan Pembiayaan

Menurut Muhammad tujuan pembiayaan dibedakan menjadi dua kelompok yaitu:

1) Secara makro, pembiayaan bertujuan untuk:

- a) Meningkatkan ekonomi umat.
- b) Tersedianya dana untuk peningkatan usaha.
- c) Meningkatkan produktivitas.

⁴¹Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, 13-24

- d) Membuka lapangan kerja baru.
 - e) Terjadi distribusi pendapatan;
- 2) Secara mikro, pembiayaan bertujuan untuk:
- a) Upaya memaksimalkan laba.
 - b) Upaya meminimalkan resiko.
 - c) Pendayagunaan sumber ekonomi.
 - d) Menyalurkan kelebihan dana.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa, tujuan pembiayaan pada BSI adalah untuk meningkatkan ekonomi masyarakat dengan memberikan pembiayaan terhadap usaha kecil agar dapat meningkatkan produktivitas sehingga terjadi distribusi pendapatan dan membuka lapangan kerja baru.

f. Fungsi Pembiayaan

Fungsi Pembiayaan bagi masyarakat menurut Hasibuan, antara lain:

- 1) Menjadi motivator dan dinamisator peningkatan kegiatan perdagangan dan perekonomian.
- 2) Memperluas lapangan kerja bagi masyarakat.
- 3) Memperlancar arus barang dan arus uang.
- 4) Meningkatkan hubungan internasional.
- 5) Meningkatkan produktivitas dana yang ada.
- 6) Meningkatkan daya guna (*utility*) barang.
- 7) Meningkatkan kegairahan berusaha masyarakat.

- 8) Memperbesar modal kerja perusahaan.
- 9) Meningkatkan income perkapita masyarakat.
- 10) Mengubah cara berfikir dan bertindak masyarakat untuk lebih ekonomis.

Menurut Sinungan pembiayaan secara umum memiliki fungsi untuk:

- 1) Meningkatkan daya guna uang.
- 2) Meningkatkan daya guna barang.
- 3) Meningkatkan peredaran uang.
- 4) Menimbulkan kegairahan berusaha.
- 5) Stabilitas ekonomi.
- 6) Sebagai jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa fungsi pembiayaan adalah meningkatkan daya guna uang dan barang dengan cara meningkatkan produktivitas yang ada, serta meningkatkan kegairahan berusaha masyarakat dengan memperbesar modal kerja usaha.

Pembiayaan atau financing adalah pemberian dana kepada satu pihak ke pihak lain untuk pendukung investasi yang dilakukan individu maupun perusahaan, menurut UU No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan menyatakan pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu

dengan imbalan atau bagi hasil.⁴²

Menurut Veith Rivai dan Andrea Permata Veitzhal, istilah pembiayaan pada intinya berarti I Believe, I Trust, “Saya percaya” atau “Saya menaruh kepercayaan”, perkataan pembiayaan yang artinya Kepercayaan (Trust) berarti lembaga pembiayaan selaku shohibul mal menaruh kepercayaan kepada seseorang untuk melaksanakan amanah yang di berikan. Dana tersebut harus di gunakan dengan benar, adil dan harus di sertai dengan ikatan syarat-syarat yang jelas, dan saling menguntungkan kedua belah pihak.⁴³

Adapun produk pembiayaan di BSI Situbondo Kcp Basuki Rahmat antara lain yaitu:

a. **BSI Cash Colleteral**

Jenis pembiayaan yang memiliki jaminan agunan likuid untk nilai murabahahnya senilai 0,5% dan nilai ijarah dari 0,5% sampai 1%

b. **BSI Griya Hasanah**

Fasilitas likuiditas pembiayaan perumahan (FLPP) dari BSI yang di peruntukan untuk nasabah BSI dengan mengajukan program Griya Hasanah, dengan pembayaran cicilan menggunakan dana pinjaman yang di dasari dengan prinsip syariah.

⁴² Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta:UPP AMP YKPN,2005),h. 304

⁴³ Veitzhal Rivai, Andria Permata Veitzhal, *Islamic Financial Management Teori, Konsep and Application*. (Jakarta:Raja Grafindo Persada,2008)

c. BSI Griya Simuda

Jenis pembiayaan yang cocok untuk umur 21 sampai 40 tahun jika ingin punya rumah. Pembiayaan ini di peruntukan bagi nasabah yang berusia muda.

d. BSI KPR Sejahtera

Jenis pembiayaan yang memiliki angsuran tetap yang sesuai dengan prinsip syariah dan harga jualnya terbilang ringan.

e. BSI KUR Kecil

Fasilitas pembiayaan yang di peruntukan bagi usaha mikro, kecil dan menengah untuk memenuhi kebutuhan modal kerja dan investasi dengan plafond di atas Rp.50.000.000 sd Rp.500.000.000

f. BSI KUR Mikro

Pembiayaan modal kerja dan investasi dengan limit lebih kecil dengan nominal plafond Rp.10.000.000 sd Rp.50.000.000.

g. Pembiayaan Mitraguna

Adalah sebuah produk layanan pembiayaan untuk PNS atau karyawan swasta yang berpenghasilan tetap dengan memakai akad murabahah (Jual Beli) yang mana dari dana yang di pinjamkan akan digunakan untuk membeli barang yang di perlukan oleh nasabah.

h. BSI Pensiunan Berkah

Pembiayaan pensiunan berkah merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan consumer (Termasuk untuk kebutuhan multiguna) kepada para pensiunan, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui

pemotongan manfaat pensiunan yang di terima oleh pensiunan setiap bulan melalui bank.

i. BSI Umrah

Produk yang di berikan untuk pembiayaan konsumtif selama memenuhi kebutuhan ibadah umrah.

6. Kredit Usaha Rakyat

a. Pengertian Kredit Usaha Rakyat (KUR)

Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah kredit/pembiayaan modal kerja dan/atau investasi kepada debitur individu/perseorangan, badan usaha dan/atau kelompok usaha yang produktif dan layak namun belum memiliki agunan tambahan atau agunan tambahan belum cukup.⁴⁴ Dalam rangka pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Koperasi (UMKMK), penciptaan lapangan kerja, dan penanggulangan kemiskinan, Pemerintah menerbitkan Paket Kebijakan yang bertujuan meningkatkan Sektor Riil dan memberdayakan UMKMK. Kebijakan pengembangan dan pemberdayaan UMKMK mencakup :

- 1) Peningkatan akses pada sumber pembiayaan
- 2) Pengembangan kewirausahaan
- 3) Peningkatan pasar produk UMKMK
- 4) Reformasi regulasi UMKMK

Upaya peningkatan akses pada sumber pembiayaan antara lain dilakukan dengan memberikan penjaminan kredit bagi UMKMK melalui

⁴⁴ kur.ekon.go.id/maksud-dan-tujuan, diakses tanggal 19 desember pukul 10.28

Kredit Usaha Rakyat (KUR). Pada tanggal 5 November 2007, Presiden meluncurkan Kredit Usaha Rakyat (KUR), dengan fasilitas penjaminan kredit dari Pemerintah.⁴⁵ Akhir tahun 2017, Menteri Koordinator Bidang Perekonomian menetapkan Peraturan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Nomor 11 Tahun 2017 tentang Pedoman Pelaksanaan Kredit Usaha Rakyat yang mulai berlaku efektif sejak 1 Januari 2018. Penyaluran KUR dapat dilakukan langsung, maksudnya UMKM dan Koperasi dapat langsung mengakses KUR di Kantor Cabang atau Kantor Cabang Pembantu Bank Pelaksana. Untuk lebih mendekatkan pelayanan kepada usaha mikro, maka penyaluran KUR dapat juga dilakukan secara tidak langsung, maksudnya usaha mikro dapat mengakses KUR melalui Lembaga Keuangan Mikro dan KSP/USP Koperasi, atau melalui kegiatan linkage program lainnya yang bekerjasama dengan Bank Pelaksana. Manfaat Program KUR adalah untuk meningkatkan dan memperluas akses wirausaha seluruh sektor usaha produktif kepada pembiayaan perbankan, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan meningkatkan daya saing UMKM. KUR ini diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan juga Badan Pemeriksa Keuangan dan Pembangunan (BPKP) secara langsung.

b. Penerima KUR

Penerima KUR terdiri dari :

- 1) usaha mikro, kecil, dan menengah

⁴⁵ kur.ekon.go.id/maksud-dan-tujuan, diakses tanggal 19 desember pukul 11.43

- 2) calon tenaga kerja indonesia yang akan bekerja di luar negeri
- 3) calon pekerja magang di luar negeri
- 4) anggota keluarga dari karyawan/karyawati yang berpenghasilan tetap atau bekerja sebagai tenaga kerja Indonesia
- 5) tenaga kerja indonesia yang purna bekerja di luar negeri
- 6) pekerja yang terkena pemutusan hubungan kerja
- 7) usaha mikro, kecil, dan menengah di wilayah perbatasan dengan negara lain
- 8) Kelompok Usaha seperti Kelompok Usaha Bersama (KUBE), Gabungan Kelompok Tani dan Nelayan (Gapoktan), dan kelompok usaha lainnya.⁴⁶

c. Sektor Pembiayaan KUR

Berdasarkan Peraturan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Selaku Ketua Komite Kebijakan Pembiayaan Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Nomor 11 Tahun 2017 Tentang Pedoman Pelaksanaan Kredit Usaha Rakyat, sector yang dibiayai KUR adalah :

- 1) Sektor Pertanian, Perburuan, dan Kehutanan

Seluruh usaha di sektor pertanian, perburuan, dan kehutanan (sector 1), termasuk tanaman pangan, tanaman hortikultura, perkebunan, dan peternakan).

- 2) Sektor Kelautan dan Perikanan

Seluruh usaha di sector kelautan dan perikanan (sector 2),

⁴⁶ Kementerian Koordinator Bidang Ekonomi, *Kumpulan Peraturan Kredit Usaha Rakyat*, diakses pada 19 desember 2023 dari kur.ekon.go.id

termasuk penangkapan dan pembudidayaan ikan.

3) Sektor Industri Pengolahan

Seluruh usaha di sector industry Pengolahan (sector 4), termasuk industry kreatif di bidang periklanan, fesyen, film, animasi, video, dan alat mesin pendukung kegiatan ketahanan pangan

4) Sektor Konstruksi

Seluruh usaha di sektor konstruksi (sektor 6), termasuk konstruksi perumahan, konstruksi gedung, bangunan perairan, dll.

5) Sektor Perdagangan Seluruh usaha di sektor perdagangan besar dan eceran (sektor 7), termasuk kuliner dan pedagang eceran.

6) Jasa Produksi Seluruh usaha sektor penyedia akomodasi dan penyediaan makanan (sektor 8), sektor transportasi – pergudangan - dan komunikasi (sektor 9), sektor real estate-usaha persewaan - jasa perusahaan (sektor 11), sektor jasa pendidikan (sektor 13), sektor jasa kesehatan dan kegiatan sosial (sektor 14), sektor jasa kemasyarakatan - sosial budaya – hiburan - peranagn lainnya (sektor 15).

7. Minat Nasabah

Minat ialah suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda dan orang.⁴⁷ Secara sederhana minat itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat itu tersebut dengan

⁴⁷ Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Kencana, 2011), 63

disertai dengan perasaan senang.⁴⁸ Jadi dapat disimpulkan bahwa minat merupakan rasa tertarik pada suatu hal, dan ingin melakukan aktivitas tersebut sesuai keinginan individu tanpa adanya rasa terpaksa. Sedangkan nasabah merupakan konsumen- konsumen sebagai penyedia dana dalam proses transaksi barang ataupun jasa. Dengan demikian pengertian minat nasabah yaitu pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. Ada beberapa tahapan minat yaitu:

- a. Informasi yang jelas sebelum memilih.
- b. Pertimbangan yang matang sebelumnya.
- c. Keputusan memilih terpenuhi.
- d. Proses terbentuknya minat

Terdapat proses terbentuknya suatu minat konsumen atau yang mendasari munculnya minat konsumen antara lain:

- a. Attention atau Perhatian. Sebelum konsumen menggunakan produk maupun jasa, maka langkah awal yang dilakukan yaitu mencari informasi mengenai produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan konsumen.
- b. Interest atau Tertarik. Setelah calon konsumen mulai memiliki ketertarikan terhadap suatu produk maupun jasa, maka calon konsumen mulai mempertimbangkan dan diikuti oleh keinginan untuk mendapatkan produk maupun jasa yang ditawarkan. Sehingga pada tahap ini sudah

⁴⁸ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* (Jakarta:2004, Prenada Media), hlm. 263.

mulai terlihat minat dari calon konsumen untuk memperoleh produk dan jasa yang ditawarkan.

- c. Desire atau Hasrat. Setelah calon konsumen mulai tertarik terhadap produk maupun jasa, maka calon konsumen mulai mempertimbangkan dan diikuti oleh suatu keinginan untuk mendapatkannya. Oleh karena itu pada tahap ini sudah terlihat minat pada suatu hasrat atau keinginan dalam melakukan sebuah pembelian.
- d. Action atau Tindakan. Proses yang terakhir yaitu pembelian atau penggunaan pada produk maupun jasa tersebut, karena calon konsumen sudah memiliki suatu keyakinan yang tinggi untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut⁴⁹

Proses timbulnya suatu minat juga berlaku di dalam dunia perbankan konvensional. Sehingga sebelum nasabah melakukan sebuah pilihannya, maka yang pertama yang dilakukan nasabah yaitu proses pencarian atau pengenalan perbankan mana yang akan dipilih untuk melakukan suatu transaksi. Setelah itu nasabah akan mencari beberapa informasi mengenai perbankan tersebut yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah. Sehingga dari informasi yang telah di dapatkan maka selanjutnya nasabah akan mempertimbangkan bank yang akan dipilih, sehingga akan menghasilkan sebuah tindakan serta keputusan yang akan dilakukan nasabah dalam memilih bank untuk melakukan sebuah transaksi

⁴⁹ Doni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2017), 164

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian ini pada dasarnya menggunakan suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data, tujuan, dan kegunaan tertentu, Berdasarkan cara ilmiah, data ilmiah ,tujuan dan kegunaan.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yakni penelitian kualitatif. Maksud dari penelitian kualitatif adalah suatu kegiatan ilmiah yang di lakukan untuk menemukan dan mengembangkan serta menguji kebenaran dari suatu masalah atau pengetahuan guna untuk mencari solusi atau pemecahan masalah tersebut.⁵⁰

Adapun penelitian ini merujuk pada pendekatan deskriptif, dimana pendekatan tersebut menafsirkan dan menuturkan data yang bersangkutan dengan situasi yang terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi di dalam masyarakat, hubungan antar variabel, perbedaan antara fakta, pengaruh terhadap suatu kondisi, dan lain-lain.

Sedangkan jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan (field research yakni memaparkan dan menggambarkan keadaan serta fenomena yang lebih jelas mengenai situasi yang terjadi di BSI Situbondo Kcp Basuki Rahmat.

⁵⁰ Rukin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Takalar: Yayasan Ahmar Cendikia, Indonesia, 2019), 5

B. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dijadikan objek penelitian adalah Bank Syariah Indonesia Situbondo Kcp Basuki Rahmat, Jl. Basuki Rahmat NO.160 A, Mimbaan Barat, Kec. Panji, Kab. Situbondo, Jawa Timur 68232.

Alasan peneliti memilih lokasi ini tentunya dengan berbagai pertimbangan dan sesuai dengan hasil observasi yang di lakukan peneliti di lembaga keuangan tersebut adalah salah satu lembaga keuangan syariah yang yang memiliki salah satu produk yang banyak di minati nasabah yakni pembiayaan KUR Mikro.

C. Subyek Penelitian

Pada bagian ini di laporkan jenis data dan sumber data. Uraian tersebut meliputi data apa saja yang ingin diperoleh, siapa yang hendak jadikan informan atau subjek penelitian, bagaimana data akan dicari dan dijaring sehingga validitasnya dapat dijamin.⁵¹

Subyek penelitian ini menggunakan teknik purposive yaitu pengambilan sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan sampel yang diperlukan. Dalam bahasa sederhana purposive itu dapat dikatakan sebagai secara sengaja mengambil sampel jika orang maka berarti mengambil sampel tertentu sesuai persyaratan. Purposive digunakan apabila sasaran sampel yang diteliti telah memiliki karakteristik sampel yang diambil sudah ditetapkan oleh peneliti.⁵² Teknik penentuan informan yang dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Adapun informan yang nantinya akan dijadikan sebagai narasumber

⁵¹ Sekretariat, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* (Jember, UIN KHAS, Jember, 2021), 47.

⁵² Ending Mulyatiningsing, *Riset Terapan Bidang Pendidikan dan teknik* (Yogyakarta: UNY Pres, 2011)

yaitu:

1. Microstaff (Djumairi Andi Purwanto)
2. Customer Business Staff (Randhu Brilliant Alferezi)
3. Consumer Banking Relation Manager (Dani Kurniawan)
4. Sales Force (Ahmad Hidayatullah)

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan tehnik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti untuk terjun langsung kelapangan untuk mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, waktu, peristiwa, dan tujuan.⁵³

Penelitian ini melakukan observasi dengan mengamati secara langsung tentang bagaimana proses akad pembiayaan mudharabah mulai dari prosedur, permohonan pembiayaan dan bagi hasil.

2. Wawancara

Wawancara yaitu kegiatan percakapan dengan maksud tertentu yang di laksanakan oleh kedua belah pihak yaitu wawancara dan yang di wawancarai. Wawancara untuk penelitian ini beda dengan berbeda dengan percakapan sehari-hari di lakukan. Wawancara ini biasanya bermaksud untuk memperoleh keterangan, pendapat secara lisan, dari seseorang yang biasa di sebut responden denngan berbicara langsung dengan orang tersebut. Dengan

⁵³ Mamik, *Metode Kualitatif* (Sidoarjo: Zifatma Publicher, 2015), 104.

begitu wawancara ini berbeda dengan ngobrol.⁵⁴

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur yaitu suatu bentuk wawancara dalam hal ini peneliti menyusun secara terperinci dan sistematis rencana atau pedoman pertanyaan dengan menggunakan format yang baku. Dalam hal ini pewawancara cukup membacakan pertanyaan yang telah di susun kemudian mencatat jawaban dari sumber informan secara tepat.⁵⁵

Adapun data yang akan diperoleh dengan menggunakan teknik wawancara seperti, Struktur Organisasi, Proses pembiayaan KUR Mikro, Pengakuan, pengukuran, penyajian dan pengungkapan pembiayaan KUR Mikro yang ada di BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang juga penting dalam penelitian kualitatif. Data yang di peroleh dengan teknik observasi dan wawancara terkadang belum mampu untuk menjelaskan makna fenomena yang terjadi dalam situasi sosial tertentu, sehingga dokumentasi ini sangat diperlukan untuk memperkuat data. Studi dokumentasi merupakan sebagai pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih terpecah.⁵⁶

⁵⁴ Mamik, *Metode*, 108-109

⁵⁵ Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif & Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2014), 376

⁵⁶ Mawardani, *Praktis Penelitian Kualitatif* (Sleman: Deepublish, 2020), 52.

E. Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah mengidentifikasi dari Strategi Pembiayaan KUR Mikro dalam menarik minat nasabah BSI Situbondo Kcp Basuki Rahmat kemudian di analisis kesesuaiannya yaitu dengan cara membandingkan data yang diperoleh dari BSI Situbondo Kcp Basuki Rahmat melalui :

1. Reduksi Data

Reduksi data yaitu data yang diperoleh dari lapangan harus dirangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, sehingga data hasil reduksi bisa mudh dipahami dan memperoleh gambaran dilapangan.

2. Penyajian Data

Dalam hal ini penyajian data biasanya dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan dan lain sebagainya. Dalam penyajian data ini peneliti melakukan penyajian data setelah data direduksi, seperti halnya dibuat narasi yang mudah dipahami.

3. Menarik Kesimpulan

Kesimpulan dalam hal iniyaitu temuan baru yang didapat seperti berupa deskripsi atau gambara dari objek sebelumnya sehingga dapat lebih jelas.

F. Keabsahan Data

Penelitian Ini menggunakan metode triangulasi sumber yang di gunakan untuk menguji kredibilitas data yang di lakukan dengan cara mengecek data yang

di peroleh melalui sumber untuk memperoleh data yang valid dan dapat di pertanggungjawabkan serta dapat di percaya oleh semua pihak.⁵⁷ Dengan membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informan yang di peroleh melalui waktu dan alat yang berbeda.⁵⁸ Penelitian ini menggunakan keabsahan data triangulasi dengan sumber untuk menyesuaikan dan menguji data yang sudah di dapatkan oleh peneliti untuk penelitiannya di BSI Situbodo Kcp Basuki Rahmat mengenai strategi pembiayaan KUR Mikro dalam menarik minat nasabah.

G. Tahap-Tahap Penelitian

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik peneliti membutuhkan tahapan-tahapan yang terstruktur diantaranya.⁵⁹

1. Tahap Pralayanan

a. Menyusun rancangan penelitian

Peneliti menyandang sebagian dari rancangan penelitian pertama, mencari objek penelitian yang menarik untuk diteliti kedua, menyusun judul penelitian yang akan diajukan kepada Ketua Program Studi Akuntansi Syariah ketiga, melanjutkan menyusun proposal sampai tahap diseminarkan.

b. Memilih Lapangan Penelitian

Sebelum melaksanakan penelitian, peneliti terlebih dahulu memilih lokasi penelitian. Lokasi penelitian yang dipilihnya yaitu BSI

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta CV, 2020). 115

⁵⁸ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA). 331.

⁵⁹ Djamel, *Paradigma Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: MITRA PUSTAKA, 2017), 49-61.

Situbondo Kcp Basuki Rahmat.

c. Mengurus perijinan

Penelitian merupakan kegiatan yang bersifat formal, maka peneliti perlu mendapat ijin dari pihak lembaga yang akan diteliti. Peneliti terlebih dahulu meminta surat permohonan penelitian kepada pihak kampus, setelah itu diserahkan kepada kepala lembaga yang akan diteliti.

d. Melakukan survey keadaan lapangan

Pada tahap ini peneliti belum mengumpulkan data yang sebenarnya, tetapi baru taraf orientasi lapangan, meskipun dalam hal-hal tertentu telah menilai keadaan lapangan. Peneliti terlebih dahulu membaca kepustakaan atau mengetahui dari orang dalam tentang situasi dan kondisi daerah tempat penelitian dilakukan guna mengefektifkan jajaklan dan penilaian lapangan.

e. Memilih Informan

Informan adalah seseorang yang bisa memberi fakta terkait situasi dan kondisi suatu objek penelitian. Dalam memilih informan, peneliti harus memilih orang yang berpengetahuan luas terhadap objek penelitian maupun anggota suatu objek.

f. Menyiapkan Perlengkapan

Penelitian Sebelum terjun kelapangan, peneliti perlu menyiapkan perlengkapan-perlengkapan yang diperlukan diantaranya; ijin penelitian, alat tulis, dan alat perekam.

g. Etika Dalam Melakukan Penelitian

Dalam tahap ini peneliti disarankan mengembangkan sikap-sikap diantaranya; pertama, jujur dan terbuka maksud dan tujuan kedatangannya kedua, menghormati subjek penelitian ketiga, mematuhi semua peraturan, norma, adat dan kebiasaan masyarakat setempat.

h. Tahap Pelaksanaan Penelitian

1) Memahami latar penelitian

Untuk melancarkan penelitian, peneliti diharuskan membatasi latar dan peneliti, menyesuaikan penampilan, dan pengenalan hubungan peneliti di lapangan.

2) Memasuki lapangan

Pada saat dilapangan dianjurkan menjalin hubungan yang akrab dan mempelajari bahasa setempat guna memudahkan peneliti menggali pengetahuan yang mereka punya.

3) Tahap analisis data

Pada tahap terakhir ini, peneliti mengumpulkan data data yang diperoleh lalu ditarik kesimpulan untuk dijadikan laporan hasil penelitian

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran objek Penelitian

1. Profil BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat

PT. Bank Syariah Indonesia atau yang disingkat dengan BSI adalah Bank (Perbankan) Syariah yang didirikan pada 01 Februari 2021 pukul 13.00 WIB dan diresmikan oleh Presiden Jokowi. Pendirian Bank Syariah Indonesia ini adalah bagian dari upaya dan komitmen Pemerintah dalam memajukan ekonomi syariah sebagai pilar baru kekuatan ekonomi nasional yang juga secara jangka panjang akan mendorong Indonesia sebagai salah satu pusat keuangan syariah dunia.

Bank Syariah Indonesia merupakan penggabungan (merger) dari 3 Bank BUMN yaitu PT Bank BRI syariah Tbk, PT Bank BNI Syariah dan PT Bank Syariah Mandiri. Dengan merger ini maka perbankan syariah di Indonesia akan menjadi lebih inovatif, lebih bermanfaat, dan lebih kuat sehingga bisa menjadi bagian dari motor pembangunan Indonesia.

Bank Syariah Indonesia Situbondo Kcp Basuki Rahmat di merger menjadi BSI sejak tanggal 1 Februari 2021 yang dulunya masih menjadi Bank Syariah Mandiri, serta terletak dijalan Basuki Rahmat No. 160A, Mimbaan Barat, Kec. Panji, Kab. Situbondo, Jawa Timur 68323. Selama berdirinya Bank Syariah Indonesia (BSI) Situbondo KCP Basuki Rahmat mengalami perubahan kepala cabang sebanyak 2 kali seperti pada table berikut ini :

Tabel 4.1
Bagan Pimpinan PT Bank Syariah Indonesia (BSI) Situbondo
KCP Basuki Rahmat

| No | Periode | Nama Pimpinan |
|----|----------------|-------------------|
| 1 | 2021 | Embar Trihartanto |
| 2 | 2021- Sekarang | Yamal Prabowo |

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia⁶⁰

Adapun Visi dan Misi dari Bank Syariah Indonesia adalah sebagai

Berikut :

a. Visi PT. Bank Syariah Indonesia

TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK

b. Misi PT. Bank Syariah Indonesia

1.) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia

(Melayani >20 juta nasabah dan menjadi Top 5 Bank berdasarkan asrt (500+T) dan nilai buku 50T ditahun 2025)

2.) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.

(Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROEI 8%) dan valuasi kuat (PB>2))

3.) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggan para talenta terbaik Indonesia.

⁶⁰ Sumber Kantor BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat

(Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.)

3. Struktur organisasi Bank BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat

Struktur organisasi sangatlah penting bagi suatu perusahaan karena berfungsi untuk mengkoordinasi, mengatur dan menetapkan tugas, serta tanggung jawab bagi perorangan sehingga mempermudah mengontrol setiap pekerjaan yang dilakukan.

Tabel 4.2
Struktur Organisasi BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat⁶¹

| | |
|--|---|
| Branch Manager/BM | Yamal Prabowo |
| Branch Office Servie Manager/BOSM | Fatimah |
| Consumer Banking Relation Manager/CBRM | Dani Kurniawan |
| Customer Business Staff/CBS | Randhu Brilliant Al Farezi |
| Funding & Transication Staff/FTS | Nurita Qadariyah |
| Microstaff | Djumairi Andi Purwanto |
| Customer Sales Executive/FTS | Ahmad Basri |
| Sales Force/SF | - Ahmad Hidayatullah - Liestianto Teguh - Insaniatul Mufidah - Alefian Gaizka Alkhoofidu |
| Customer Service/CS | Restaryani |
| Teller | - Inkam Wahyu Dayoka - Fitriani |
| Operational Staff | Dewi Mukti |
| Pawning Appraisal | Taruf Syaiful Arifin |
| Driver | Andi Joko |

⁶¹ Sumber Kantor BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat

| | |
|---------------|---|
| Office Boy/OB | Siswanto |
| Satpam | - Doni Marta - M. Kholid N - Heri R |

Adapun tugas dan wewenang masing-masing fungsi bagian dalam struktur organisasi Bank BSI Situbondo KCP Basuki Rahat adalah sebagai berikut⁶² :

a. BM

Berikut adalah tugas dari pimpinan cabang/Branch Manager:

- 1) Merencanakan dan menetapkan kebijakan operasional perusahaan.
- 2) Mengarahkan dan mengendalikan kebijakan terhadap karyawan, sarana dan prasarana kerja demi kelancaran usaha.
- 3) Mengoordinasikan, merancang dan memberikan persetujuan penyusunan rencana kerja serta anggaran perusahaan di unit kerjanya.
- 4) Memastikan dan mengarahkan adanya peningkatan produk serta pelayanan kepada nasabah.
- 5) Melaksanakan fungsi system teknologi informasi dan menyusun laporan kegiatan usaha secara berkala.

⁶² Staff kantor BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat

b. BOSM

- 1) Memastikan terkendalinya biaya Branch Office dengan efisien & efektif
- 2) Memastikan transaksi harian operasional telah sesuai dengan ketentuan SOP yang telah ditetapkan.
- 3) Memastikan terlaksananya layanan nasabah yang optimal sesuai dengan standar layanan branch office.
- 4) Memastikan seluruh ketersediaan likuiditas yang memadai.
- 5) Memastikan pelaksanaan seluruh kegiatan administrasi, dokumentasi, dan kearsipan sesuai ketentuan yang berlaku.
- 6) Mengelola sarana prasarana branch office.

c. CBRM

- 1) Bertanggung jawab terhadap pengembangan bisnis perusahaan.
- 2) Membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan nasabah baik nasabah individu ataupun perusahaan.
- 3) Menciptakan, bernegosiasi dan mencapai kesepakatan bisnis para nasabah dan target yang ditetapkan perusahaan.
- 4) Menjadi konsultan bisnis para nasabah.
- 5) Menganalisis kebutuhan nasabah terkait pengajuan pembiayaan.

d. CBS

- 1) Berkoordinasi dengan departemen lain didalam bank untuk memastikan bahwa layanan diberikan seperti yang dijanjikan.

- 2) Meninjau kesesuaian pengajuan pinjaman dengan kebijakan perusahaan terkait pendapatan, asset, riwayat pekerjaan, riwayat kredit, dan faktor lainnya.
- 3) Bertemu dengan calon nasabah/klien untuk menentukan kebutuhan mereka dan menawarkan nasihat tentang cara mencapai tujuan mereka.
- 4) Meninjau pernyataan dan laporan lain untuk akun pelanggan dari tanda-tanda aktivitas yang tidak biasa.
- 5) Memberikan informasi tentang berbagai produk investasi, seperti reksa dana atau polis asuransi, dan yang sesuai dengan kebutuhannya.
- 6) Menegosiasikan persyaratan pinjaman atau instrumen keuangan lain yang ditawarkan kepada klien.
- 7) Mengavalusai aplikasi pinjaman atau produk perbankan lainnya, termasuk aplikasi KPR dan permintaan konsolidasi pinjaman.
- 8) Menjalin hubungan klien/nasabah untuk mempelajari kebutuhan mereka dan membantu mereka membuat keputusan keuangan yang tepat.

e. FTS

Yaitu pekerjaan yang berkaitan dengan pendanaan perusahaan

- 1) Menyiapkan dokumen pendanaan
- 2) Meneliti kemungkinan sumber pendanaan baru

- 3) Mengumpulkan semua kuitansi dan dokumen dari pendanaan yang diterima
- 4) Mengurus administrasi dana yang diterima dari funders
- 5) Memantau aktivitas, pengeluaran, dan progress pendanaan

f. Microstaff

Adapun tugas dan tanggung jawab dari seorang staff mikro adalah mencari nasabah yang ingin melakukan pembiayaan mikro adalah mencari nasabah yang ingin melakukan pembiayaan mikro beserta hal administratifnya.

g. CSE

Bertugas untuk memasrakan produk pendanaan atau pembukaan tabungan.

h. SF

Karyawan di perusahaan yang bertanggung jawab dalam melakukan penjualan produk atau service, terutama dengan mengunjungi atau menelpon nasabah dan calon nasabah.

i. CS

Berikut ini adalah tugas dari CS (Customer Service)

- 1) Memberikan informasi dan pelayanan jasa bank kepada nasabah khususnya pada produk simpanan (Tabungan dan Deposito)
- 2) Pusat informasi dan pemecahan masalah untuk setiap nasabah baik simpanan maupun pembiayaan.

- 3) Melakukan administrasi pembukuan atas transaksi untuk bank maupun untuk nasabah khususnya produk simpanan.

j. Teller

Berikut adalah tugas dari Teller:

- 1) Melakukan kegiatan administrasi perusahaan
- 2) Melayani nasabah terkait dengan slip perusahaan (penarikan, penyetoran, perpanjangan, dan lain-lain)
- 3) Memberikan layanan informasi kepada nasabah ketika melakukan transaksi tabungan, deposito dan lain sebagainya.
- 4) Melakukan kegiatan administrasi.
- 5) Mencatat setiap transaksi penyetoran maupun pengeluaran pada buku besar setiap harinya.

k. Operasional Staff

Memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

- 1) Kegiatan operasional perusahaan dalam tingkat cabang.
- 2) Tugas administrasi harian seperti persuratan dll.
- 3) Melakukan perencanaan & pelaksanaan kegiatan operasional rutin kantor.

l. Pawning Appraisal/Juru Taksir Emas

Berikut adalah tugas dari Juru Taksir Emas:

- 1) Melaksanakan penaksiran barang jaminan berupa emas/logam mulia yang akan dijaminkan untuk mengetahui mutu dan nilai dari emas tersebut.

- 2) Melaksanakan penaksiran barang jaminan berupa emas/logam mulia yang akan dilelang untuk mengetahui mutu dan nilai dari emas tersebut.

m. Satpam

Berikut adalah tugas dari satpam:

- 1) Melakukan penjagaan di pos-pos yang sudah disediakan seperti didepan pintu masuk perusahaan untuk meminimalisir tindak kejahatan oleh pihak eksternal.
- 2) Membantu karyawan melayani nasabah di saat jam kantor dengan memberikan informasi singkat sesuai dengan kebutuhan nasabah terkait dengan transaksi yang akan dilakukan.

n. Sopir (Driver)

Berikut adalah tugas dari sopir (Driver):

- 1) Melakukan pengecekan terhadap kendaraan dinas sebelum dipakai.
- 2) Mengemudikan kendaraan dinas sesuai dengan perintah pimpinan.
- 3) Menyerahkan kembali kunci kontak dan surat-surat kendaraan dinas setelah dipakai.
- 4) Melakukan tugas lainnya yang diperintahkan oleh pimpinan.

o. OB (Office Boy)

Berikut adalah tugas dari OB:

- 1) Membersihkan dan merapikan peralatan kantor, meja, kursi dan perlengkapan lainnya.
- 2) Menyediakan minuman untuk pimpinan dan karyawan.

- 3) Mengirim atau mengambil dokumen antar devisi.
- 4) Membuang sampah yang ada di ruang kerja dan area tanggung jawabnya.

B. Penyajian Data Dan Analisis

Penyajian data merupakan bagian yang mengungkapkan data yang dihasilkan dalam penelitian yang disesuaikan dengan fokus masalah dan analisa data yang relevan. Sebagaimana yang telah dijelaskan bahwa dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, hasil penelitian yang mengacu pada fokus penelitian.⁶³ Peneliti menyajikan hasil wawancara mengenai strategi dan hambatan pembiayaan KUR Mikro dalam menarik minat nasabah BSI Situbondo dengan beberapa informan dari pihak bank BSI Situbondo Kcp Basuki Rahmat.

1. Bagaimana Strategi pembiayaan KUR Mikro dalam menarik minat nasabah BSI Situbondo Kcp Basuki Rahmat

Untuk menarik minat nasabah dalam memasarkan produk pembiayaan KUR Mikro, Bank Syariah Indonesia Situbondo KCP Basuki Rahmat menerapkan metode marketing mix 7P yaitu *product, price, promotion, place, people, process dan publicity*. Hal ini sama dengan yang disampaikan mas Randhu selaku CBS Bank Syariah Indonesia KCP Basuki Rahmat. Yang mengatakan bahwa

“Dulu itu masih awal-awal BSI kita masih pake 4p dek, ya karna masih belum ada wadah buat nerapin dan juga peminatnya masih belum banyak gak kayak sekarang. tapi karna BSI sekarang juga sudah banyak peminatnya kita menetapkan pake 7p dan disetujui

⁶³ Tim penyusun UIN KHAS Jember, *Pedoman penulisan karya ilmiah*

sama pak Yamal.”⁶⁴

Selain itu pendapat lain datang dari mas Dani selaku CBRM juga mengungkapkan bahwa.

“Memang kita menerapkan strategi 7p ini belum sangat maksimal dek, tapi kita selalu menerapkan untuk yang terbaik bagi nasabah, waktu masih menerapkan 4p kita kayak ada yang kurang gitu, nah semenjak pake 7p belum lama ini sebelum kalian PPL peminat-nya itu jadi tambah banyak dan nasabah jadi mulai tergiur, kita juga harus melebihkan dalam hal pemasaran, mengingat kita juga membutuhkan peran nasabah disini.”

Dari hasil wawancara ini pun dapat diketahui bahwa, strategi pemasaran sangatlah penting untuk tetap mempertahankan nasabah dan menambah nasabah dalam produk pembiayaan yang disediakan. Seperti yang telah dikatakan oleh bapak Andi selaku microstaff, strategi marketing mix yang dilakukan oleh BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat untuk menarik minat nasabah pembiayaan KUR Mikro ini yaitu dengan menggunakan strategi marketing mix 7P *product, price, promotion, place, people, process* dan *publicity*. Strategi-strategi tersebut akan dipaparkan sebagai berikut:

a. *Product* (Produk)

Menurut pernyataan dari pak Andi sendiri yang merupakan microstaff mengartikan produk sebagai berikut:

“Produk itu adalah elemen yang paling penting dalam sebuah program pembiayaan. Strategi produk bisa mempengaruhi strategi pemasarannya mbak. Pembelian produk juka bukan hanya sekedar untuk memiliki produk itu tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Nah kalau tidak ada produk yang kita tawarkan gimana kita mau menggaet nasabahnya kan”.⁶⁵

⁶⁴ Rhandu Briant Alfarezi selaku CBS BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat, situbondo 18 september 2023

⁶⁵ Djumairi Andi Purwanto, Wawancara dikantor BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat

Sama halnya penuturan dari mas ahmad selaku sales force BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat sebagai berikut.

“Produk di BSI itu ada banyak dek salah satunya itu ada produk pembiayaan KUR Mikro, nah KUR Mikro ini kan termasuk produk UMKM juga kan, sampai sekarang pun masih ada kuota dan masih berjalan hanya saja setiap tahun itu ada batasan kuotanya dari pemerintah karena KUR itu dana subsidi dari pemerintah, kalau habis kuotanya ya berjalan lagi nanti pas awal tahun.”⁶⁶

Berdasarkan wawancara diatas produk adalah sebuah strategi yang awal untuk menarik minat para nasabah untuk melakukan pembiayaan di BSI situbondo KCP basuki rahmat.

b. *Price* (Harga)

Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sebuah produk atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk mendapatkan produk manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan bagian pemasaran dapat menentukan harga pokok dan harga jual produk ketika melakukan pembiayaan.

Menurut mas randhu selaku CBS bank BSI Situbondo mengatakan sebagai berikut:

“untuk harganya dek kita kita lihat dari seberapa lama angsuran yang dipilih nasabah, Setelah itu Bank akan mengevaluasi jangka waktu yang diinginkan nasabah untuk diberikan besaran angsuran yang harus dibayarkan oleh nasabah kemudian Bank melihat apakah nasabah sanggup atau tidak dalam melakukan pembiayaan kalau nasabah sanggup maka kesepakatan dapat terjadi. Tetapi kalau nasabah merasa tidak sanggup maka pihak

⁶⁶ Ahmad Hidayatullah, wawancara dikantor BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat

Bank akan mengurangi besaran biaya yang harus dibayarkan tiap bulannya kepada nasabah sehingga tercapai kesepakatan dan baru bisa dapat melakukan pembiayaan jadi besaran biaya yang harus dibayarkan oleh nasabah dalam setiap bulannya yaitu tergantung kesepakatan dengan pihak Bank.”⁶⁷

Berdasarkan hasil wawancara diatas langkah yang digunakan untuk strategi price/harga pihak BSI akan melakukan penentuan harga sesuai dengan kesepakatan dan kemampuan nasabah dalam membayarkan angsurannya.

c. *Place* (Tempat)

Lokasi bank merupakan tempat dimana terjadi transaksi jual beli produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi suatu bank adalah dekat dengan kawasan industri atau pabrik, dekat dengan perkantoran, dekat dengan pasar, dekat dengan perumahan atau masyarakat, mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada disuatu lokasi. Penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang memiliki letak strategis sangat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi dengan bank.

Dari penuturan dari bapak Basri selaku CSE bank BSI Situbondo KCP basuki rahmat mengatakan bahwa

“Kalau tempat itu pasti nyari yang strategis mit, kalau gak strategis nanti gimana nasabah ada minat kekita kalau gak tau tempatnya, ini kan kantornya deket sama alun-alun pusat kota otomatis di alun-alun ini kan banyak yang dagang, banyak pelaku-pelaku UMKM terus disebrangnya BSI kan ada pelaku-pelaku bisnis yang mengajukan pembiayaan kekita karena

⁶⁷ Randhu Brilliant Alferezi, Wawancara dikantor BSI Situbondo Kcp Basuki Rahmat

memang tempatnya juga pas.”⁶⁸

Berdasarkan wawancara diatas penulis menyimpulkan memang tempat yang digunakan kantor BSI cukup strategis dan tepat karena berada di pusat kota yang bertujuan bertujuan supaya masyarakat dapat banyak mengenal, sehingga meskipun tidak mendatangi satu persatu masih dapat diketahui tempatnya.

d. *Promotion* (Promosi)

Agar produk yang dijual oleh perbankan laku di pasaran, maka bank harus memberitahukan kepada masyarakat melalui kegiatan promosi. Hal tersebut bertujuan agar masyarakat mengetahui kehadiran produk bank tersebut berikut manfaat, harga, dimana dapat diperoleh dan kelebihan produk dibandingkan produk pesaing. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank.

Seperti yang dituturkan oleh mas randu terkait strategi promosi yaitu:

“Promosi itu harus dilakukan dek, kalau kita gak promosi ya gimana nasabah bisa tau kalau di BSI itu ada produk yang ditawarkan kan, nah promosinya kita itu bisa sosialisasi, nyebar pamflet dan nyebar brosur yang ada diskonnya juga.”⁶⁹

Berdasarkan hasil wawancara diatas peneliti menyimpulkan bahwa promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Promosi berfungsi untuk mengingatkan dan mempengaruhi nasabah untuk membeli dan untuk meningkatkan citra

⁶⁸ Ahmad Basri, Wawancara dibank BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat

⁶⁹ Randhu Brilliant Alferezi, Wawancara dibank BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat

bank dimata para nasabahnya. Dengan kegiatan promosi ini, diharapkan dapat menarik minat nasabah untuk membeli atau melakukan transaksi, sehingga nantinya dapat berpengaruh pada peningkatan jumlah nasabah.

e. People (Orang)

Menurut penuturan dari mas Ahmad yang mengatakan bahwa

“Bayangin aja kita promosi produk-produk yang ada dibank BSI pake robot pas daya batrainya habis kira-kira nasabah bingung gak, pas nasabahnya mau nanya kesiapa kalau robotnya mati, dari sini aja kita paham seberapa penting dan seberapa berpengaruhnya people itu kan.”⁷⁰

Berdasarkan wawancara diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa People adalah personil yang menyampaikan jasa serta merupakan elemen kunci dalam memberikan pengalaman positif dan berkesan bagi pelanggan. Oleh sebab itu, perusahaan jasa dapat membedakan dirinya dengan cara merekrut dan melatih karyawan yang lebih mampu dan lebih dapat diandalkan dalam berhubungan dengan pelanggan daripada karyawan pesaingnya.⁷¹

f. Process (Proses)

Proses merupakan metode yang dilakukan untuk mengenalkan produk kepada konsumen. Ini menjadi kunci utama untuk laku atau tidaknya suatu produk. Perusahaan jasa wajib merancang proses penyampaian jasa yang superior, tidak birokratis, dan berorientasi pada pelanggan. Dalam high-contact services, pelanggan terlibat dalam proses

⁷⁰ Ahmad Hidayatullah, Wawancara dibank BSI situbondo KCP Basuki Rahmat

⁷¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*

penyampaian jasa, sehingga mereka perlu memahami perannya dengan baik. Sementara itu, teknologi memainkan peran strategik dalam penyampaian layanan secara online.⁷²

g. Publicity

Publisitas merupakan kegiatan menempatkan berita mengenai seseorang, organisasi atau perusahaan di media massa. Dengan kata lain, publisitas adalah upaya orang atau organisasi agar kegiatannya diberitakan media massa. Menurut Lesly (1992:6) publisitas adalah penyebaran pesan yang direncanakan dan dilakukan untuk mencapai tujuan lewat media tertentu untuk kepentingan tertentu dari organisasi dan perorangan tanpa pembayaran tertentu pada media.

2. Apa hambatan dalam melaksanakan strategi pembiayaan KUR Mikro dalam menarik minat nasabah BSI Situbondo Kcp Basuki Rahmat

Dalam wawancaranya dengan pak Andi selaku microstaff di bank BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat beliau menjelaskan salah satu hambatan yang dilalui oleh staff mikro ketika menerapkan strategi tersebut sebagai berikut:

“kalau hambatan itu pasti ada mbak, apalagi BSI itu kan bisa dikatakan masih baru meskipun BSI itu mergeran dari bank-bank besar tetapi kan terbentuknya baru, nah salah satu hambatan ketika kita menjalankan strategi adalah ketika nasabah sudah berminat mengambil produk pembiayaan KUR Mikro akan tetapi kehabisan kuota, nah jadikan otomatis nasabah tidak bisa melakukan pinjaman usaha lalu mereka pergi ke bank lain buat ngajukan pinjaman usaha, dan juga saya sering keteteran karna cuman saya yang menjadi staff mikro begitu.”

⁷² Tjiptono, *Starategi Pemasaran*

Dari penjelasan wawancara diatas bisa dikatakan hambatan dalam melaksanakan pembiayaan KUR Mikro adalah kurangnya kuota subsidi dan kurang maksimal karyawan dalam melakukan pekerjaan dikarenakan kurangnya pegawai dibank BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat.

Dan juga ada hambatan lain menurut mas randhu ketika diwawancara terkait hambatan dalam pembiayaan KUR Mikro sebagai berikut :

“ada beberapa kasus dek, dimana nama calon nasabah yang bersangkutan itu pernah digunakan oleh debitur lain nah yang mana riwayat angsuran pinjamannya itu kurang baik atau bisa disebut dengan macet (kategori 3,4 atau 5 didalam SLIK) nah jadi ini yang menimbulkan kekhawatiran bagi kita pihak peminjam dalam hal penilaian risiko.”

Yang berarti bahwa dari hasil wawancara dengan mas randhu ada hambatan terkait nasabah yang kurang-nya pengetahuan nasabah dalam melakukan pinjaman hingga menimbulkan kekhawatiran dari pihak peminjam dalam hal beresiko.

C. Pembahasan Temuan

1. Strategi pembiayaan KUR Mikro dalam menarik minat nasabah BSI Situbondo Kcp Basuki Rahmat

Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah kredit/pembiayaan modal kerja dan/atau investasi kepada debitur individu/perseorangan, badan usaha dan/atau kelompok usaha yang produktif dan layak namun belum memiliki agunan tambahan atau agunan tambahan belum cukup. Saat ini KUR menjadi salah satu produk unggulan pada bank-bank di Indonesia. Salah satunya adalah Bank BSI Situbondo Kcp Basuki Rahmat. Banyak sekali nasabah yang ingin mengajukan pembiayaan KUR Mikro ini. Hal ini

dikarenakan KUR Mikro memiliki tingkat margin yang sangat rendah dibanding dengan produk yang lain, sehingga sangat cocok dengan kebutuhan nasabah yaitu pengembangan usaha maupun investasi mereka. KUR merupakan program dari pemerintah untuk mengembangkan suatu UMKM. Namun dana yang disalurkan sepenuhnya merupakan dana dari pihak penyalur.

Berdasarkan dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti terkait strategi pembiayaan KUR Mikro dalam menarik minat nasabah yang ditawarkan BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat dan ada beberapa strategi yang diterapkan antara lain:

a. Produk

Produk adalah sekelompok sifat-sifat yang berwujud (tangible) dan tidak berwujud (intangible) di dalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, prestise (kemampuan yang menjadi pembeda dengan produk lain di sekitarnya), dan pelayanan yang diberikan produsen yang dapat diterima oleh konsumen sebagai kepuasan yang ditawarkan terhadap keinginan atau kebutuhan konsumen. Secara umum, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.⁷³.

⁷³ Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*

b. Harga

Penentuan harga merupakan aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi penting untuk diperhatikan, mengingat harga menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Apabila salah dalam menentukan harga maka akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan nantinya.

c. Tempat

Lokasi Bank BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat sangat strategis yang terletak dipinggir jalan raya dan bersebrangan dengan bisnis produk-produk UMKM seperti salah satunya ada warung bakso, pedagang jus buah dan masih banyak lagi dan dekat dengan alun-alun situbondo yang merupakan pusat UMKM.

d. Promosi

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Promosi berfungsi untuk mengingatkan dan mempengaruhi nasabah untuk membeli dan untuk meningkatkan citra bank dimata para nasabahnya. Dengan kegiatan promosi ini, diharapkan dapat menarik minat nasabah untuk membeli atau melakukan transaksi, sehingga nantinya dapat berpengaruh pada peningkatan jumlah nasabah.

e. People

People adalah personil yang menyampaikan jasa serta merupakan elemen kunci dalam memberikan pengalaman positif dan

berkesan bagi pelanggan. Oleh sebab itu, perusahaan jasa dapat membedakan dirinya dengan cara merekrut dan melatih karyawan yang lebih mampu dan lebih dapat diandalkan dalam berhubungan dengan pelanggan daripada karyawan pesaingnya.

f. Proses

Proses merupakan metode yang dilakukan untuk mengenalkan produk kepada konsumen. Ini menjadi kunci utama untuk laku atau tidaknya suatu produk. Perusahaan jasa wajib merancang proses penyampaian jasa yang superior, tidak birokratis, dan berorientasi pada pelanggan. Dalam high-contact services, pelanggan terlibat dalam proses penyampaian jasa, sehingga mereka perlu memahami perannya dengan baik. Sementara itu, teknologi memainkan peran strategik dalam penyampaian layanan secara online.

g. Publisitas

Publisitas merupakan kegiatan menempatkan berita mengenai seseorang, organisasi atau perusahaan di media massa. Dengan kata lain, publisitas adalah upaya orang atau organisasi agar kegiatannya diberitakan media massa. Publisitas adalah penyebaran pesan yang direncanakan dan dilakukan untuk mencapai tujuan lewat media tertentu untuk kepentingan tertentu dari organisasi dan perorangan tanpa pembayaran tertentu pada media.

2. Hambatan dalam melaksanakan strategi pembiayaan KUR Mikro dalam menarik minat nasabah BSI Situbondo Kcp Basuki Rahmat

Berdasarkan dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti terkait strategi pembiayaan KUR Mikro dalam menarik minat nasabah yang ditawarkan BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat dan ada beberapa strategi yang diterapkan antara lain :

- a. Kurangnya sumber daya manusia
- b. Kurang banyak-nya kuota subsidi yang diberikan
- c. Kurangnya pengetahuan nasabah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan uraian yang telah diperoleh dari penjelasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan, bahwa strategi sangat berperan penting dalam proses menarik minat nasabah BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat, sebagai berikut:

1. Analisis Strategi Pembiayaan KUR Mikro dalam Menarik Minat Nasabah BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat

Strategi yang digunakan upaya dalam meningkatkan minat masyarakat situbondo yakni menggunakan strategi marketing mix 7p (*Produk, Place, Price, Promotion, People, Publisitas, dan Proses*) dimana staretgi itu diguankan untuk produk-produk BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat salah satunya ialah produk pembiayaan KUR Mikro dalam menarik minat nasabah. Yang dimana tempat yang sangat fleksibel terlebih lagi dipusat-pusat kota. Bank BSI situbondo KCP Basuki Rahmat dibantu oleh instansi pemerintah dan pegawai lapang dalam menyalurkan promosi produk perbankan. Harga yang ditawrkan oleh Bank BSI Situbondo yaitu, sesuai dengan apa yang telah ditetapkan oleh pusat. Promosi dibantu oleh instansi pemerintahan dan juga pekerja lapang yang kemudian informasi-informasi dari Bank BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat ini dapat tersalurkan kepada masyarakat.

2. Minat nasabah terhadap produk pembiayaan KUR Mikro yang ditawarkan bank BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat

Masyarakat Situbondo berminat terhadap produk BSI yakni karena Bank BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat ini menawarkan produk pembiayaan KUR Mikro yang digunakan untuk modal usaha dengan biaya yang sangat sangat rendah karena plafond yang ditetapkan juga rendah.

B. Saran

Adapun beberapa saran yang dapat diberikan sehubungan dengan hasil penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

1. Bagi bank BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat untuk lebih gencar lagi dalam mengenalkan produk pembiayaan KUR Mikro kepada masyarakat dengan memanfaatkan berbagai fasilitas yang ada secara online maupun offline.
2. Bagi bank BSI Situbondo agar merekrut lagi staff mikro terlebih peminat masyarakat terkait pembiayaan KUR Mikro meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* (Jakarta:2004, Prenada Media), hlm. 263.
- Abdul Wahid Mongkito, Dkk., *Implementasi Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Mikro Syariah Dalam Pengembangan Usaha Mikro*, (Robust, 2021)
- Abdurrahman, Herdiana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Agus Arjuni dan Sri Mulasih “*Strategi Pemasaran Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Bank Wakaf Mikro Buntet Pesantren Cirebon Tahun 2020*”. *Ecobankers : Journal of Economy Banking*. Vol 2 Nomor 1 (2021) Pages 49 – 58
- Ahmad Basri, Wawancara di bank BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat
- Ahmad Hidayatullah, wawancara di kantor BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat
- Ali Hasan, *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan* (Jakarta:Media Presindo,2013)
- Al-Qur'an dan terjemahannya. 2008. Departemen Agama RI. Bandung: Diponegoro
- Dede Harjadisastra, “*Analisis Verifikasi Kredit Usaha Mikro Di Pt Bank Mandiri KCP Way Jepara Lampung Timur*”, *Jurnal Dinamika* Volume 2. 2016.
- Djamil, *Paradigma Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: MITRA PUSTAKA, 2017), 49-61.
- Djoko Mudjono, *Buku Pintar Koperasi Simpan Pinjam*, Yogyakarta :2012
- Djumairi Andi Purwanto, Wawancara di kantor BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat
- Doni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2017), 164
- Elman Johari, “*Pelaksanaan Dana Kredit Usaha Rakyat (KUR) Perspektif Hukum Islam*”, *Jurnal Aghinya Stiesnu*. 2019.
- Ending Mulyatiningsing, *Riset Terapan Bidang Pendidikan dan teknik* (Yogyakarta: UNY Pres, 2011)
- Erni Nasution, Dkk “*Strategi Bank Syariah Indonesia Dalam Menarik Masyarakat Untuk Membayar Zakat*” *JISFIM: Journal of Islamic Social Finance Management* Volume 3 Nomor 1 Ed. Jan – Juni 2022

- Faturrahman Djamil, *Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah Di Bank Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), 40.
- Hamdani, *Mengenal Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Lebih Dekat*, (Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), h 3
- Ilvia Lanniza1 dan Tuti Anggraini “*Analisis Strategi Pemasaran Kredit Pembiayaan Mitraguna Dalam Menarik Minat Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Ex Bank Syariah Mandiri KCP Stabat*” *Journal Economy And Currency Study (JECS)* Volume 3, Issue 2, July 2021
- Imran Tahalua dan M. Dakhri, “*Strategi Pemasaran Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada Bank Rakyat Indonesia Unit Rappocini Makasar di masa Pandemi Covid-19*” *Journal of Research and Development on Public Policy (Jarvic)* Vol.1, No.2 Juni 2022
- Jumari dan Mashuri Toha “*Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Menarik Minat Nasabah di Masa Pandemi Covid-19 (Pegadaian Syariah Cabang Prenduan Sumenep Madura)*” *BanqueSyar’i Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah* Vol. 8. No. 2 Juli – Desember 2022
- Juneda Nurdin, “*Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan PT. BNI Syariah KC. Parepare*” dalam *Jurnal Balance*, Volume 1., No.2., (2019)
- Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), 73.
- Kementerian Koordinator, *Kumpulan Peraturan Kredit Usaha Rakyat* (Jakarta: E-Book, 2016), 73.
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA). 331.
- Mamik, *Metode Kualitatif* (Sidoarjo: Zifatma Publisher, 2015)
- Mawardani, *Praktis Penelitian Kualitatif* (Sleman: Deepublish, 2020), 52.
- Muchamad Fauzi, *Manajemen Strategik*, Semarang : CV. Karya Abadi Jaya, 2015, hlm. 44-45.
- Muhammad Rifqi Fadhilah “*Analisis Strategi BPRS Formes Yogyakarta dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah dan Profitabilitas di-Masa Pandemi Covid-19*”(Skripsi, UIN Yogyakarta, 2022)
- Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta:UPP AMP YKPN,2005)
- Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif & Penelitian Gabungan*(Jakarta: Kencana,2014), 376

Rachmat, *Manajemen Strategik*, Bandung : CV Pustaka Setia, 2014.

Rhandu Briant Alfarezi selaku CBS BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat, situbondo 18 september 2023

Rukin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Takalar: Yayasan Ahmar Cendikia, Indonesia, 2019), 5

Sekretariat, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* (Jember, UIN KHAS, Jember, 2021), 47.

Siti Nur Fadilah, *Strategi Promosi pada Produk BRITAMA dalam Meningkatkan Minat Nasabah Membuka Tabungan di PT. BRI (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Jember*” (Skripsi, UIN KHAS Jember, 2022

Sofjan Assauri, *Strategic Management : Sustainable Competitive Advantages*, Jakarta : Rajawali Pers, 2013, hlm. 5-8. 22

Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta CV, 2020). 115

Sumber Kantor BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat

Taufik Amir, *Manajemen Strategi : Konsep dan Aplikasi*, Jakarta : Rajawali Pers, 2011, hlm. 192.

Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2019).

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah

Veitzhal Rivai, Andria Permata Veitzhal, *Islamic Financial Management Teori, Konsep and Application*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008)

Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Kencana, 2011), 63

Yulfi Tyastutik “*Strategi Marketing Mix dalam Menarik Minat Nasabah Pembiayaan Masyarakat Mikro di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan*”. (Skripsi, IAIN Ponorogo, 2021)

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mita Harumiati

NIM : E20191249

Prodi/Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut : Universitas Islam Negeri Kyai Haji Achmad Siddiq

Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul : “Analisis

Pembiayaan KUR Mikro dalam Menarik Minat Nasabah BSI Situbondo KCP

Basuki Rahmat” bukan merupakan hasil plagiat dan/atau tidak mengandung unsur plagiat(plagiasi)

Dengan surat ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 1 Desember 2023

Saya yang menyatakan,



Mita Harumiati
E20191249

PEDOMAN WAWANCARA

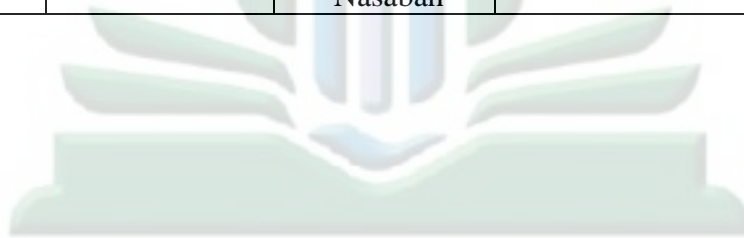
1. Bagaimana Strategi promosi yang sering digunakan untuk mempromosikan produk pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Mikro di BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat ?
2. Apa saja dasar-dasar yang dilakukan untuk mempromosikan produk pembiayaan KUR Mikro di BSI Situbondo KCP BASuki Rahmat ?
3. Apa saja syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh nasabah untuk mengajukan pembiayaan KUR Mikro di BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat ?
4. Kriteria nasabah seperti apa di setuju oleh BSI Situbondo KCP Basuki rahmat untuk mengajukan pembiayaan KUR Mikro ?
5. Berapa jumlah plafon pembiayaan KUR Mikro di BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat ?
6. Berapa lama jangka waktu yang diberikan oleh pembiayaan produk KUR Mikro di BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat ?
7. Kegiatan (Event) apa saja yang dilakukakn untuk mempromosikan produk pembiayaan KUR Mikro untuk menarik mina nasabah ?
8. Apa saja Hambatan yang muncul ketika mempromosikan produk pembiayaan KUR Mikro ?

Bagaimana solusi dalam mengatasi hambatan-hambatan yang muncul dalam mempromosikan produk pembiayaan KUR Mikro ?

MATRIK PENELITIAN

| Judul | Variabel | Indikator | Sumber | Metode penelitian | Focus Penelitian |
|--|---|---|--|---|---|
| Analisis strategi Pembiayaan KUR Mikro dalam Menarik Minat Nasabah BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat | <ol style="list-style-type: none"> Strategi Pembiayaan KUR Mikro Minat Nasabah | <ol style="list-style-type: none"> Pengertian strategi Tujuan Strategi Pengertian pembiayaan KUR Mikro Strategi yang digunakan pembiayaan KUR Mikro Pengertian Minat Nasabah | <p>Data Primer :</p> <p>Sumber data yang diambil dari data-data Informasi dari PT. BSI (Persero) Tbk. Situbondo KCP Basuki Rahmat :</p> <ol style="list-style-type: none"> Karyawan BSI bagian Marketing <p>Data Sekunder :</p> <ol style="list-style-type: none"> Dokumentasi Buku Jurnal Web Site | <ol style="list-style-type: none"> Pendekatan dan jenis penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Lokasi penelitian : PT. BSI (Persero) Tbk. Situbondo KCP Basuki Rahmat Subyek Penelitian menggunakan metode purposive sampling Metode pengumpulan data: <ol style="list-style-type: none"> Observasi Wawancara Dokumentasi Metode Analisis Data : <ol style="list-style-type: none"> Reduksi Data Penyajian Data Verifikasi Teknik Keabsahan Data : Triangulasi Sumber | <ol style="list-style-type: none"> Bagaimana strategi pembiayaan KUR Mikro dalam menarik minat nasabah BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat ? Apa saja hambatan dalam melaksanakan strategi pembiayaan KUR |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | <p>2. Proses Terbentuknya Minat Nasabah.</p> <p>3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Minat</p> <p>4. Cara Meningkatkan Minat Nasabah</p> | | | <p>Mikro dalam menarik minat nasabah BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat</p> |
|--|--|--|--|--|--|



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 JEMBER



BSI BANK SYARIAH
INDONESIA

PT Bank Syariah Indonesia, Tbk
KCP Situbondo Basuki Rahmat
Jl. Basuki Rahmat No.160 A,
Situbondo, Jawa Timur 68323

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang Bertandatangan dibawah ini:

Nama : Yamal Prabowo
NIP : 2186006541
Jabatan : Pimpinan Cabang Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu
(KCP) Situbondo Basuki Rahmat

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Mita Harumiati
NIM : E20191249
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas : Universitas KH. Achmad Siddiq Jember

Telah melaksanakan Penelitian yang bertempat di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Situbondo
Basuki Rahmat sejak tanggal 11 Oktober 2023 – 21 November 2023

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenar benarnya.

Situbondo, 21 November 2023

Branch Manager

BSI BANK SYARIAH
INDONESIA
PT Bank Syariah Indonesia

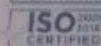
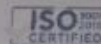
Yamal Prabowo

NIP : 2186006541



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kalwates, Jember, Jawa Timur, Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B-1229/Un.22/7.a/PP.00.9/10/2023 10 Oktober 2023
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

Kepala BSI Situbondo Kcp Basuki Rahmat

Jl. Basuki Rahmat No. 160A Mimbaan barat, Kec. Panji, Situbondo

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

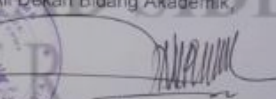
Nama : Mita Harumiati
NIM : E20191249
Semester : IX (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai Analisis Pembiayaan KUR Mikro dalam Menarik Minat Nasabah BSI Situbondo Kcp Basuki Rahmat di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,


Nurul Widyawati Islami Rahayu

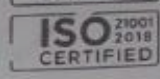




KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur, Kode Pos: 68136
Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id
Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

- Nama : Mita Harumiati
- NIM : E20191249
- Semester : IX (Sembilan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 27 November 2023

Koordinator Prodi. Perbankan Syariah,



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 467550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Nomor : B-08.PS/Un.22/7.d/PP.00.9/11/2023

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Mita Harumiati
NIM : E20191249
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Analisis strategi pembiayaan kur mikro dalam menarik minat nasabah BSI situbondo kcp basuki rahmat

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Jember, 13 November 2023

An. Dekan

Kepala Bagian Akademik

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Staf Mulyadi



DOKUMENTASI PENELITIAN



Wawancara dengan mas Randhu selaku Customer Business Staff (CBS) bank syariah indoneisa situbondo KCP basuki rahmat



Wawancara dengan mas Dani Kurniawan selaku Consumer Banking Relation Manager (CBRM) bank syariah Indonesia situbondo KCP basuki rahmat.



Wawancara dengan mas Ahmad Hidayatullah selaku Sales Force (SF) bank syariah Indonesia situbondo KCP basuki rahmat.



Wawancara dengan mas Rio selaku staff marketing bank BSI Situbondo KCP Basuki Rahmat



Pengisian BI cheking nasabah/penilaian calon debitur



Penandatanganan surat selesai penelitian oleh bapak yamal selaku Branch Manager BSI
Kcp Basuki Rahmat Situbondo

BIODATA PENULIS



A. Biodata Pribadi

Nama : Mita Harumiati
TTL : Jember, 07 Juli 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Desa Karang Bintang, Kec. Karang Bintang, Kab.
Tanah Bumbu, Kalimantan Selatan
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Pekerjaan : Mahasiswa
Kewarganegaraan : WNI
No. HP : 0821-4424-2583
E-mail : mitaharu01@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

- a. SD/MI : SDN 1 Pematang Ulin
- b. SMP/MTS : MTs. AL-Islahiyah
- c. SMA/MA/SMK : SMAN 1 Karang Bintang
- d. Perguruan Tinggi : UIN KHAS Jember

C. Pengalaman Organisasi

- a. Wakil Ketua Osis MTs Al-Islahiyah
- b. Sekbid Pembinaan Bela Negara (Osis) SMAN 1 Karang Bintang
- c. Ketua Dewan Penegak Putri (PRADANI) SMAN 1 Karang Bintang
- d. Anggota UKOR UIN KHAS Jember