**BAB 1**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Masalah**

Perbankan syariah adalah salah satu tujuan untuk melancarkan roda perekonomian Indonesia. Pada saat ini perbankan semakin banyak yang memasuki pasar pembiayaan kepada UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). Karena saat ini Indonesia dilanda krisis, UMKM tetap bertahan tidak tenggelam dari adanya krisis tersebut.

UMKM ini bertahan disebabkan karena mereka tidak memerlukan suntikan dana yang begitu besar dari pemerintah. Mereka hanya memanfaatkan modal yang sedikit dengan keuntungan yang terbilang cukup menguntungkan sehingga dari situ mereka tetap bisa bertahan.

Kemerataan modal untuk segmen mikro belum terbilang cukup merata, mereka juga terkendala oleh dana yang masih belum meningkatkan produktvitas mereka jauh lebih baik. Maka dari itu perbankan syariah memberikan modal dalam segmen mikro. Inilah salah satu cara perbankan untuk memajukan UMKM agar semakin jauh lebih baik.

Disamping itu masih banyak potensi nasabah yang belum terjangkau oleh perbankan syariah dan minimya pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah untuk memperluas pasar hingga berbagai kalangan dan wilayah-wilayah pelosok.

Serta minimnya sosialisasi menyebabkan calon nasabah atau customer merasa minder dan kurang begitu paham terhadap perbankan syariah. Melihat persaingan perbankan syariah yang sangat ketat, tidak menyurutkan semangat Bank Syariah Mandiri untuk membuka kantor cabang di Perbaungan di Jl. Serdang No. 35 perbaungan yang sebagian besar penduduknya bermata pencaharian dalam sektor mikro seperti pedagang kelontong, industri rumah tangga, dan lain-lain.

Oleh karena itu BSM cabang Perbaungan menawarkan berbagai macam produk pembiayaan yang mampu bersaing khususnya segmen mikro. Agar marketable dan kompetitif di pasar serta lebih memasyarakatkan BSM, maka fitur pembiayaan untuk segmen dituntut menarik dengan proses pembiayaan mudah, cepat, efektif, dan berkah hasilnya. Pada tahun 2018 di Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan produk pembiayaan warung mikro digolongkan menjadi 2 sisi.

Pertama, dari sisi nasabah terdiri dari PUM (Pembiayaan Usaha Mikro) dan PSM (Pembiayaan Serbaguna Mikro). Kedua,dari sisi nominal terdiri dari PUM-Tunas (plafon maksimal Rp 10.000.000), PUM-Madya (Plafon diatas Rp 10.000.000-Rp 50.000.000), dan PUM-Utama (Plafon diatas Rp 50.000.000-Rp 200.000.000).

Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan memiliki target perbulannya sebesar Rp. 1.050.000.000,-. Target ini dilaksanakan oleh 3 (tiga) orang *Micro Financing Sales* (MFS). Masing-masing MFS harus mencapai target Rp. 350.000.000,- perbulan. Dari berbagai strategi yang mereka jalankan dalam memasarkan produk pembiayaan warung mikro ini, hasil yang didapatkan belum

berjalan sesuai dengan harapan. Terdapat banyak kendala yang membuat para MFS tidak mencapai target perbulannya.

Masyarakat di perbaungan sendiri masih belum sepenuhnya mengerti tentang adanya Bank Syariah Mandiri di Perbaungan, khususnya masyarakat desa yang masih saja mengandalkan pinjaman dana di bank-bank konvensional maupun rentenir. Masyarakat desa lebih suka beralih ke rentenir, karena tidak membutuhkan waktu dan persyaratan yang lama untuk mendapatkan pinjaman dana. Masyarakat telah dekat dengan sistem riba padahal allah telah melarang yang namanya riba tersebut.

Sistem riba sangat merugikan mereka, tetapi karena masyarakat telah dekat dengan sistem riba ini, mereka sedikit beralih ke perbankan syariah. Di BSM KCP Perbaungan ini, SOP yang ditetapkan adalah maksimal seminggu. Tetapi pada aplikasinya pada saat dilapangan terkadang lebih dari 1 minggu, itu disebabkan karena lambatnya pengumpulan berkas-berkas calon nasabah, sehingga waktu yang didapatkan melebihi waktu maksimal SOP tersebut. Hal ni penyebabnya terkadang tidak berjalan sesuai dengan SOP.[[1]](#footnote-2)

Terdapat banyak kendala dalam memasarkan produk pembiayaan warung mikro, maka penulis ingin mengetahui sejauh mana strategi yang sudah dilakukan oleh BSM KCP Perbaungan dalam memasarkan produk pembiayaan warung mikro, sehingga penulis mencoba membahasnya kedalam sebuah skripsi minor yang berjudul **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN WARUNG MIKRO BANK SYARIAH MANDIRI KCP PERBAUNGAN“**

1. **Perumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan pembiayaan warung mikro Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan?
2. Apa kendala yang dihadapi Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan dalam memasarkan produk pembiayaan warung mikro kepada calon nasabah?
3. Apa solusi dari kendala dalam memasarkan produk pembiayaan warung mikro Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan?
4. **Tujuan dan Manfaat Penelitian**
5. **Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui implikasi strategi pemasaran yang dilakukan warung mikro BSM KCP Perbaungan.
2. Untuk mengetahui kendala pemasaran yang dihadapi warung mikro BSM KCP Perbaungan.
3. Untuk mengetahui solusi dari kendala yang dihadapi oleh warung mikro BSM KCP Perbaungan.

1. **Manfaat Penelitian**

Menjelaskan manfaat temuan hasil penelitian baik yang bersifat akademik, praktis, maupun yang bersifat kebijakan.[[2]](#footnote-3) Adapun manfaat yang dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah:

* 1. Manfaat Akademis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah perbendaharaan ilmu bagi pembaca khususnya tentang strategi pemasaran. Selain itu, bagi perkembangan penelitian bidang Unit Usaha Pembiayaan mikro dan kecil khususnya pada bidang pemasaran dan pengembangan pembiayaan mikro syari’ah.

* 1. Manfaat Praktis
  2. Bagi Penelitian

Menambah ilmu tentang strategi pemasaran di Warung Mikro BSM dan untuk memperluas pengetahuan di dunia kerja khususnya dilembaga keuangan perbankan syari’ah.

* 1. Bagi Warung Mikro BSM KCP Perbaungan

Memberikan saran dan masukan bagi Warung Mikro BSM KCP Perbaungan khususnya dalam hal strategi pemasaran di daerah Perbaungan.

* 1. Bagi Masyarakat

Diharapkan penelitian ini dapat menambah informasi yang lengkap mengenai Warung Mikro BSM KCP Perbaungan, yang diharapkan masyarakat akan tergerak untuk meningkatkan pertumbuhan dan perkembangan UMKM di tanah air.

1. **Metode Penelitian**
2. **Metode Penelitian**

Dalam hal ini, pengumpulan data atau bahan-bahan yang digunakan penulisan guna untuk mendukung dalam menyelesaikan skripsi minor ini penulis menggunakan metode sebagai berikut:

1. *Field Research* (Penelitian lapangan) yaitu merupakan penelitian yang dilakukan penulis secara langsung ke lapangan atau objek penelitian dengan metode-metode yang tersedia, penulisan langsung melakukan penelitian di kantor PT. Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan Jl Serdang No. 35 Perbaungan.
2. *Library Research* (Penelitian perpustakaan) yaitu merupakan suatu penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan cara mengumpulkan, membaca, dan mempelajari serta menganalisa secara sistematis sumber bacaan yang meliputi buku-buku, artikel, media massa, dan sumber kepustakaan lainnya yang mempunyai relevansi dengan materi yang dibahas dalam skripsi minor ini.
3. **Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini, penelitian menggunakan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif yaitu metode yang dilakukan dengan menjelaskan atau menggambarkan secara nyata atau fakta yang berlaku saat ini. Melalui metode deskriptif data dikumpulkan, disusun, dikelompokkan, dianalisis, kemudian di integrasikan sehingga menjadi gambaran yang jelas dan terarah mengenai masalah yang diteliti.

1. **Waktu dan tempat penelitian**

Waktu pelaksanaan penelitiannya dilakukan selama 1 bulan sejak tanggal 22 Januari 2018 - 23 Februari 2018 dan tempat penelitian yang menjadi subjek penelitian nya adalah Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan Jl. Serdang No. 35 Perbaungan.

1. **Teknik pengumpulan data**

Data pada penelitian ini diperoleh melalui wawancara yang mendalam (*indepth interview).*

1. **Informan**

Informan yang melakukan wawancara langsung dalam penelitian ini yaitu Bapak Fachrur Razi selaku kepala warung mikro *(Mikro Banking Manager)*, wawancara dilakukan sejak tanggal 5 Februari 2018 - 16 Februari 2018 dan Bapak Faisal selaku marketing mikro *(Micro Financing Sales),* wawancara dilakukan sejak tanggal 19 Februari 2018 - 22 Februari 2018 di BSM KCP Perbaungan Jl. Serdang No. 35 Perbaungan.

1. **Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan kemudahan dalam hal pembahasan dan penulisan skripsi minor ini, maka penulis membaginya menjadi 5 bab. Dimana antara bab satu dan bab lainya merupakan rangkaian yang sangat berkaitan. Untuk lebih jelasnya sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

**BAB 1 PENDAHULUAN**

Pada bab ini penulis menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan metode penelitian.

**BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini penulis menguraikan tentang kajian teoritik yang berfungsi untuk memperjelas masalah yang diteliti. Pembahasan dimulai dengan teori tentang strategi, pemasaran, pembiayaan, pengertian warung mikro, produk-produk warung mikro, dan persyaratan permohonan pembiayaan warung mikro.

**BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada bab ini penulis menguraikan mengenai sejarah, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, serta produk-produk yang terdapat pada Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini penulis membahas tentang strategi pemasaran produk pembiayaan warung mikro Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan, kendala yang dihadapi Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan, solusi dari kendala dalam memasarkan produk pembiayaan warung mikro kepada calon nasabah, dan mekanisme pembiayaan warung mikro Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan.

**BAB V PENUTUP**

Pada bab ini penulis akan menguraikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan, serta kisi-kisi pertanyaan beserta lampiran-lampiran yang berkaitan dengan skripsi ini.

1. Fachrur Razi, Kepala Warung Mikro Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan, wawancara pribadi, Perbaungan, 12 Februari 2018. [↑](#footnote-ref-2)
2. Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), h. 13. [↑](#footnote-ref-3)