**BAB IV**

**TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

1. **Temuan Penelitian**
   1. **Strategi Pemasaran Pembiayaan Warung Mikro BSM Perbaungan**

Pengertian pembiayaan mikro pada umumnya seperti yang dijelaskan oleh Bapak Razi selaku kepala warung mikro: “*Pembiayaan warung mikro! namanya uda mikro kan kecil dia kan jadi pembiayaannya dikhususkan untuk pelaku usaha kecil. Jadi kalau dibilang nominalnya dari 10 jutaan sampai maksimal 200 juta. Itu mikro udah tu persyaratan dokumennya gak begitu banyak, prosesnya mudah.*

*Sebenarnya bisa dibawah 10 juta tapi kita ngasih kesempatala sama BPR yang kecil yang diluar yang koperasi-koperasi jadi kalok kita semua, pertama emm banyak waktu yang terbuang, yang kedua istilahnya kita garap semuanya jadinya yang kecil-kecil biarlah untuk yang kecil. Jadi kita ngerjakan 10 juta ajalah.”*

Sedangkan Pembiayaan dalam perspektif Islam menurut Bapak Razi: “*Maksudnya pembiayaan syariah ini? intiya inikan namanya pembiayaan yakan jadi yang membedakan syariahnya itu karna produknya ni di dalam produk syariah uda pakek akad murabahah namanya jual beli intinya disitu. Jadi sebenarnya yang kita kasih ke nasabah itu bukan uang, tapi kebutuhannya. Si nasabah ngajukan 100 juta usahanya grosir. 100 juta itu kan dia butuh untuk beli modal barang stock barangnya jadi sebetulnya yang kita biayain itu kita membelikan barang stock dia tu langsung ketokonya, bukan kita ngasih uang.*

*Jadi terkadang nasabah banyak yang a... istilahnya kurang emm familiar dengan sistem kek gitu makannya kita buat dampingan akad murabahahnya wakalah artinya mewakilkan. Bank mewakilkan sama nasabah supaya nasabah belanja sendiri kebutuhan modal nya yang seharusnya tadi bank yaa karena keterbatasan waktu tadi la haaa dah tu nasabah gak nyaman digitukan jadi karna itula ada akad wakalah. Intinya akad murabahah jual beli jadi bukan uang yang dijualbelikan.*

*Kalau jual beli ada untung ini harganya 100 juta kalau kita jual ke nasabah bayarnya cicil pastikan ada untung yang harus di.. di... kasih ke bank jadinya bisa ya keuntungan tu la yang namanya margin. Bagi hasil tu banyak yang salah kaprah aku minjem kok pakek bagi hasil. Bagi hasil itu sebenarnya untuk nasabah yang punya tabungan. Kita ibaratkan gini la ee... bank syariah ini kayak toko roti yakan ada orang yang patungan ke modal yang ngasih modal tu la yang diibaratkan yang bukak deposito disini, nasabah kita yang bukak tabungan yang ada rekening tabungannya la.*

*Uda tu ada rotinya kan ada roti ada kue ada risol ada bakwan itu la dia produk-produk kita ada mikro, pensiunan, ada emas, ada tabungannya juga itu produk itu yang dijual yang belik ya itu orang yang belik datang. Yang belik sapa yaa... nasabah mikro, nasabah pensiunan, ada yang minjem-minjem otomatis yang pemodal tadi kan uda narok modal ada keuntungan dari penjualan itu yakan.*

*Habis itu yang beli kan gak mungkin beli harga modal yakan gitukan pasti ada keuntungan jugak dibebankan belebih la istilahnya untuk pemodal. Istilahnya kuenya harganya 10 ribu jadi dijual 15 ribu atau 12 ribu haa.... itu dia bagi hasilnya itu sebenarnya untuk orang pemodal, kalau uda pembeli itu namanya margin atau ujrah, sewa, selisih dari harga pokok. Haa... itu dia sistem syariah dasarnya.”*

Target yang harus dicapai oleh pembiayaan warung mikro BSM KCP Perbaungan seperti dikuatkan oleh Bapak Razi: “*Emm... target kami sih perbulannya itu Rp. 1.050.000.000,-. Itu dibagi-bagi la sama 3 orang Micro Financing Sales atau MFS istilah sekarang la. 1 MFS itu target perbulannya 350 juta. Makannya dikalikan 3 hasilnya segitula yang harus dicapai.”*

Dalam memasarkan produk pembiayaan warung mikro, BSM KCP Perbaungan memiliki strategi yang telah mereka aplikasikan, hal ini dikuatkan oleh penjelasan Bapak Razi:  *“Strateginya? Yang pertama ya...harus bukak pasar dulu peluang apa yang ada didaerah itu ha..gitukan. kalok uda dapat datanya ha.. baru di buat strateginya gimana supaya emm.. pasarnya itu bisa kerjasama dengan BSM. Peluang ha.. tadikan pertama uda dicarik peluang apa yang ada kalok emang uda dapat data ohh.. ini ada peluang ni gini..gini... misalnya disini. Em... nah peluang itu yang digarap kebutuhan yang ada disitu apakah di satu daerah kuat perdagangannya dipelaku usahanya ato di satu daerah banyak eee...semacam orang kantoran ato pegawai perusahaan berarti lain lagi produknya, untuk yang itu produknya aliansi untuk produk yang golbertap.*

*Kan ada dua tu satu yang PUM satu yang PSM. Eee... strategi kedua yaa... strategi promosi ya standart la yakan disosialisasi ato dipresentasi. Yaa.... kalok sosialisasi ya... sosialisasi kesekolah-sekolah ke perusahaan swasta buat jadwal jumpai manajer perusahaan buat jadwal dengan komunitas-komunitas dipresentasikan produk-produk yang ada disini. Otomatiskan nanti itu dicari dulu kebutuhan nasabahnya apa kalok uda tau kebutuhannya kita carik produk apa yang cocok itu la yang kita presentasikan.*

*Kalok promosi ke radio belum ya.. kalok ke sosial media masih sekedar individu aja marketing-marketing share produk-produknya. Kalok metode door to door uda jarang dipakek, strategi kek gitu terlalu capek, uda tu gak efektif dapat pun nantik ya...gak terlalu banyak uda tu nantik ada yang uda bagus tapi gak berminat ada yang berminat tapi gak bagus. Jadi gak dipakek lagi la strategi kek gitu. Udahh si itu aja strategi disini.”*

Dari strategi yang telah mereka aplikasikan, strategi tersebut belum mendapatkan hasil yang memuaskan, hal ini djelaskan oleh Bapak Razi: “H*ehehe (tertawa sambil menggelengkan kepala) belum efektif karna promosi yang dilakuin belom efektif gitu aja. Kan butuh dana yang besar tu kalok emang mau semua sekolah didatangin semua perusahaan didatangin juga. Jadi ni belom semuanya masi baru berapa persen aja jadi metode promosinya belum efektif sebetulnya makannya yaa... hasilnya belum memuaskan la.”*

* 1. **Kendala-kendala yang dihadapi Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Warung Mikro Kepada Nasabah**

Dari strategi-strategi yang telah diaplikasikan oleh pembiayaan warung mikro BSM KCP Perbaungan, pihak BSM juga memiliki berbagai kendala dalam memasarkan produk pembiayaan mikro ini, hal ini dikuatkan atas penjelasan Bapak Razi: “*Pertama ya... saingan dari bank lain, yang kedua emm... kendalanya ya.. calon nasabah pengajuan yang sudah berminat terkadang gak memenuhi persyaratan yang ada ato gak memenuhi kriteria. Tidak memenuhi kriteria disini yaa kayak agunan nya belum bersertifikat, kapasitas usahanya, karakter orangnya. Uda itu aja la.”*

Kendala-kendala lainnya juga dirasakan oleh pihak Micro Financing Sales (MFS), hal ini berdasarkan penjelasan oleh Bapak Faisal selaku MFS: “*Kalok kendala yang ada di kita saat ini, itu ketika ada nasabah yang mau mengajukan gitukan di kita itu kan mesti usaha itu kan minimal usaha itu udah berjalan 2 tahun itu segi PUM. Kemudian dari segi kayak disekitar kita ini kan banyak pesawah sekarang kan pertanian.*

*Untuk pertanian yang dihadapi sulitnya saat ini itu kadang pertanian ni misalnya ada ni nasabah yang ingin ngajukan ke kita cuman dari kita tu produk yang ada di kita tu misal si nasabah peruntukannya mau beli lahan sawah lagi tapi pihak dari manajemen yang ada di BSM tujuan kalok dia program irreguler yang melalui bayar per panen melalui panen padinya itu tujuannya harus kelolaan padinya aja bukan khusus untuk investasi itu tak bisa lagi sekarang gitu jadi disitu kendalanya.*

*Banyak yang mau kendalanya disitu. Kalok untuk pedagang nya disini kita terkendala kadang kita disurat-suratnya ya.. surat agunan. Nantik dari usahanya yang sudah bagus yang kita analisa nantik suratnya masih SK camat sekrang gak boleh SK camat sekarang sudah diwajibkan SHM. Kemudian banyaknya nasabah-nasabah sekarang yang sudah bersinggungan dengan perbankan rata-rata kan, nah.. terkadang nasabah tu banyak yang OJK Checkingnya sudah jelek, pengalaman buruk di bank-bank lain ya sehingga dia tidak bisa di berikan pembiayaan lagi, itu uda ada aturan di OJK ya.. kalok tetep kita kasih kita yang kenak.*

*Emm... ya dari ini juga si kalok untuk saat ini para pengusaha itu entah faktor dari pemerintahan entah dari ekonomi yang sekarang ini lagi sulit gitu kan jadi mereka aa...jangan kan untuk apa ya... berkembang untuk bertahan aja susah gitu jadi mereka untuk tambahan suntikan modal tadi keknya untuk saat ini belum gitu.*

*Kendala disitu kenapa nasabah kek bapak la yang bapak alami kan, nasabah ini mampu keknya bagus ni usahanya namun setelah kita interview kita analisa lebih dalam ternayata nasabah itu tak mau karna itu sekarang ni kan orang memang lagi masa sulit gitu kan ya.. dari era digital juga sih karna sekarang pedagang khususnya pedagang pakaian mereka sekarang banyak belanja online.*

*Kemudian kayak yang pasar disini nih yang dulunya orang dari dalam orang dari kampung belanjanya ke kota gitu maksudnya sekarang kan enggak ada lagi udah berkurang karna apa di dalam-dalam sana uda banyak yang buka toko pakain jadi mereka pecah em... uda sangat berkurang la untuk peminat-peminat yang di pasar. Ya makannya mereka takut nambah modalnya karna semakin ditambah modalnya sementara daya beli orang kurang disitu.”*

* 1. **Solusi - solusi Yang Dapat Mengatasi Kendala-Kendala Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Warung Mikro BSM KCP Perbaungan**

Kendala-kendala yang dihadapi oleh BSM KCP Perbaungan dalam memasarkan produk pembiayaan warung mikro ini pasti juga memiliki solusi dari setiap kendala-kendala yang dihadapi, hal ini dikuatkan oleh Bapak Razi: “*Kalok solusi dari kendala saingan ya....solusinya kan gak mungkin kita tutup saingannya kan ya cara kita la untuk memasarkan produk itu pendekatan kepada nasabah supaya lebih beda dari yang lain dan nasabah juga tertarik ya... ada nilai plusnya yang dikasih tingkat pelayanannya gitu.*

*Nilai plusnya itu ya... dari pelayanan misalnya cara nanganin nasabah mulai dari minta dokumen em... ya cobak la di handle bagus supaya nasabah ngerasa kayak kawan, saudara gitu ato bisa enggan dibantui misalnya ada nasabah yang gak ngerti sama persyaratannya kita bantui ya... kita kerjanya harus ikhlas la gak ngarep imbalan kalok uda nasabah cair uangnya gitu, kalok gitu aja nasabah itu uda senang pasti. Solusi yang kedua ya... carik nasabah yang memenuhi kriteria gitu. Makannya jumlah data nasabah itu harus banyak kalok gak memenuhi kriteria bisa cari yang lain lagi.”*

Pihak MFS juga memiliki solusi-solusi dari setiap kendala yang mereka hadapi, hal ini berdasarkan penjelasan dari Bapak Faisal: “*Kalau bicara soal kendala ya banyak kendala, tapi dari banyak kendala juga banyak solusi juga. Jadi kalau solusinya dari kita nya ya...lebih selektif memilih jadi gak buang-buang waktu kemudian kan kita disini kerjanya dituntut target jadi target yang ada itu kalok kita gak selektif dari awal kita carik memang misalnya kayak bapak tingkat size bapak tu bapak mau main angka di atas 50 juta ato 200 juta gitu jadi bapak fokus pada satu nasabah cair 200 juta cuman itu ya... selektif betul dari segi pemberkasan dari segi kualitas pembiayaan yang sebelumnya.*

*Kemudian di lihat usahanya relevan gak ini bisa gak berkembang kedepan kalok bisa berkembang kedepan patut kita kasih pembiayaan ya.. kita kasih gitu itu ya dari nasabah PUM. Kalok dari PUM ato aliansi untuk pembayaran angsuran itu insyaallah lancar karna kan di cover melalui gaji.*

*Jadi kalok dari PUM terkadang banyak kendala di pembayaran tapi dari PUM juga cara berbisnisnya disitu juga cepat naik dan cepat juga turun kalok ada satu aja kualitasnya yang jatuh ya bisa dampaknya besar ke unit. Ya...intinya harus berjalan seimbang gak bisa ngandalkan dari nasabah PSM aja karna itu gak akan bisa naklukkan target yang ada karna kalok PSM dari satu aplikasi itu paling banyak 25 juta.”*

* 1. **Mekanisme Pembiayaan Warung Mikro di Bank Syariah Mandiri**

Mekanisme pembiayaan warung mikro seperti yang dijelaskan oleh Bapak Razi yaitu: “*Mekanismenya ya.. kayak biasa aja si. Ya intinya pembiayaan mikro ini untuk usaha yang kecil istilah sekarang ya... UMKM gitu la. Kalok warung mikro ini ada 2 kategori satu dari sisi nasabah satu lagi dari sisi nominal. Kalok bicara nasabah ya itu ada PUM ato pembiayaan usaha mikro satu lagi itu PSM ato pembiayaan serba guna mikro.*

*Kalok bicara limit nya mulai dari 10 juta sampai 200 juta aja. Kalok PUM itu ada PUM tunas, madya sama satu lagi utama. Di pembiayaan warung mikro ini akad yang di pakek itu akad murabahah. Tapi karna demi kenyamanan nasabah di pakek la akad wakalah supaya nasabah sendiri yang belanja kebutuhannya itu. Tapi ya gak sebebas itu pihak bank juga mengkontrol usaha nasabah nya agar dana nya tidak dipakek untuk hal-hal yang bisa merugikan nasabah.”*

* 1. **Prosedur Umum Pengajuan Pembiayaan Warung Mikro**

Prosedur umum pengajuan pembiayaan warung mikro di BSM KCP Perbaungan ini diperuntukkan untuk skala kecil, hal ini dikuatkan oleh penjelasan dari Bapak Razi:  *“Prosedurnya ya? Ya.... umum aja si ya awalnya nasabah ya datang ke bank, ambil formulir pembiayaan warung mikro. Kemudian ya diisi formulirnya. Uda selesai habis tu lengkapila syarat-syarat yang ada biar cepat di analisa oleh pihak marketingnya. Kalok semua uda beres, barulah On The Spot (OTS) ato survey la gitu ke tempat nasabahnya. Uda selesai itu, pihak analis la buat proposal ajukan ke komite sama kepala cabang biar dilihat mereka bisa gak si nasabah ini dikasi pembiayaan.*

*Kalok setuju ya lanjut buat akad. Uda siap akad nasabah ya... ngelakukan perjanjian kontrak la ato akad itu tadi. Uda siap akad. Besok nya uang uda bisa diambil karna itu uangnya langsung masuk ke rekening si nasabah. Ya jangan lupa la kalok uda cair uangnya nasabah harus bayar uang angsurannya.*

*Angsurannya itu uda ditetapkan pas ngelakukan akad tadi. Jadi disitu si nasabah uda tau berapa jumlah angsuran dia dan sampek kapan habis masa angsurannya. Kalok syarat-syaratnya itu mudah aja, sediakan fotocopy KTP, KK, surat nikah kalok uda nikah, fotocopy agunan, fotocopy surat izin usaha, pas foto suami istri kalok uda nikah, rekening 3 bulan terakhir, sip gaji, NPWP sama laporan penghasilan usaha la kalok ada usahanya.”*

* 1. **Tahapan Proses Pembiayaan Warung Mikro Bank syariah Mandiri**

Secara garis besar ada 4 (empat) tahapan yang akan dilewati oleh setiap calon nasabah yang ingin mengajukan pembiayaan di warung mikro BSM KCP Perbaungan ini, hal ini dikuatkan oleh Bapak Razi: “*Tahapannya ya kayak prosedur tadi tapi ini di bagi 4 secara gari besarnya aja ya... itu ada tahap inisiasi ato aplikasi kalok ditahap ini disinila calon nasabah isi formuir dan ngelangkap seluruh persyaratan yang uda ditetapkan.*

*Kemudian tahap analisa, kalok tahap ini analisa ngelakuin tiga pilar analisa itu dari kemampuan nasabah, terus aspek legalitas sama objek akad. Kalok dari kemampuan nasabah itu biasanya dilihat dari slip gaji nasabah, rekening tabungannya, itu la di cek OJK chekingnya lancar ato gak dia. Kalok dari analisa legalitas nya itu tampak dari hasil wawancara la sama calon nasabah ato nengok dari pas saat OTS ato survey ke lapangan.*

*Kemudian ya tahap dokumentasi, nah tahap ini kalok uda siap semua tahap analisa tadi terus pihak analis la buat proposal biar diajuin ke komite pembiayaan dan kepala cabang. Dan yang terakhir itu baru la tahap pencairan. Disini baru siap proposal di setujui oleh kedua pihak tadi baru la nasabah ngelakuin akad. Besoknya uang nya uda bisa diambil sama nasabah karna langsung masuk dia ke rekening nasabah itu.”*

1. **Pembahasan**
2. **Strategi Pemasaran Pembiayaan Warung Mikro BSM Perbaungan**

Terkait dengan strategi yang dijelaskan oleh Bapak Fachrur Razi, saya dapat menyimpulkan bahwa pembiayaan warung mikro itu adalah pembiayaan Bank kepada nasabah yang membutuhkan dana untuk membiayai kebutuhan usahanya dengan limit pembiayaan mulai dari Rp. 10.000.000,- hingga Rp. 200.000.000,-. Target perbulan yang harus dicapai oleh pembiayaan warung mikro BSM KCP Perbaungan ini sebesar Rp. 1.050.000.000,-. Pihak BSM pembiayaan warung mikro ini terdiri atas tiga orang marketing atau disebut dengan MFS, masing-masing MFS harus mencapai target Rp. 350.000.000,- perbulan.

Strategi pembiayaan warung mikro ini sudah dilakukan oleh pihak BSM KCP Perbaungan. Strategi-strategi yang dilakukan oleh pihak warung mikro BSM KCP Perbaungan diantaranya:

* 1. Strategi pertama,membuka peluang pasar dan mengambil data-data calon nasabah yang bisa dijadikan target pemasaran. Membuka peluang pasar ini sangat sulit sebab kita harus melihat dulu produk apa yang cocok untuk kita kasi kepada calon nasabah.

Kita harus mendapatkan banyak data calon nasabah sehingga jika nasabah yang tidak memenuhi kriteria, kita dapat menghubungi calon nasabah yang lain. Di pembiayaan warung mikro ini ada dua kategori yaitu: dari sisi PUM (pembiayaan usaha mikro) untuk pelaku usaha dan PSM (pembiayaan serbaguna mikro) untuk pegawai BUMN/BUMD tanpa memiliki usaha. Jadi pegawai yang tidak memilki usaha bisa meminjam (golbertap).

* 1. Strategi kedua*,* metode promosi dengan cara bersosialisasi ke sekolah maupun perusahaan serta mempresentasikan produk-produk BSM khususnya produk pembiayaan warung mikro.

Metode promosi ini belum sepenuhnya berjalan efektif karena butuh dana yang besar jika ingin bersosialisasi ke semua sekolah maupun perusahaan sehingga kegiatan promosi ini baru berapa persen saja dilakukan dan hasilnya belum efektif. Selain itu juga promosi dilakukan melalui sosial media masih secara individu.

Dari kedua strategi yang dijelaskan oleh Bapak Fachrur Razi, kedua strategi diatas sudah diaplikasikan tetapi belum sepenuhnya efektif sebab jika ingin melakukan sosialisasi ke semua sekolah maupun perusahaan butuh dana yang besar, sehingga pihak BSM khususnya warung mikro belum bisa menjalankan kegiatan promosi secara efektif maka hasil yang didapat belum memuaskan dan target perbulan yang ditetapkan belum bisa tercapai oleh pembiayaan warung mikro BSM KCP Perbaungan.

Pasar terdiri dari banyak sekali pembeli yang berbeda dalam beberapa hal, misalnya keinginan, kemampuan keuangan, lokasi, sikap pembelian dan praktek-praktek pembeliannya. Dari perbedaan ini dapat dilakukan segmentasi pasar. Manajemen dapat melakukan pengkombinasian dari beberapa variabel untuk mendapatkan suatu cara yang paling pas dalam segmentasinya. Beberapa aspek utama untuk mensegmentasikan pasar adalah: [[1]](#footnote-2)

1. **Segmentasi Demografis**

Segmentasi demografis dilakukan untuk membedakan berbagai macam kelompok atas dasar keadaan suatu masyarakat yang berubah seperti misalnya, pengelompokan dalam bidang umur, jenis kelamin, dan besarnya *family,* pendapatan, jabatan, kepada keluarga, pendidikan, siklus penghidupan keluarganya, pengelompokan dalam bidang agama, sosial, dan suku. [[2]](#footnote-3)

Segmentasi demografis yang dilakukan Bank Syariah Mandiri terhadap produk pembiayaan warung mikro hanya terbatas pada usia, yaitu usia minimal 21 tahun atau sudah menikah dan maksimal usia 65 tahun pada saat jatuh tempo pembiayaan lunas.

1. **Segmentasi geografis**

Segmentasi geografis ini didasarkan atas daerah dimana penjual membeda-bedakan secara teliti kira-kira daerah mana yang bisa memberikan keuntungan.

Segmentasi geografis yang dilakukan BSM terhadap produk pembiayaan warung mikro adalah: [[3]](#footnote-4)

1. **Pedagang pasar**
   * 1. Letak pasar maksimum 10-20 km dari kantor layanan warung mikro
     2. Jenis pasar retail/semi grosir
     3. Pasar dikelola pemuda setempat
2. **Usaha mikro**
3. Letak usaha dalam radius 10-20 km dari kantor layanan warung mikro
4. Jenis usaha perdagangan dan jasa, seperti warung kelontong, kaki lima, warung sembako, bengkel, dan usaha lan yang tidak termasuk dalam *negatif list* BSM.
5. **Usaha Mikro Berkelompok (*Cluster)***

Usaha-usaha sejenis yang terdapat dalam satu wilayah dan memiliki satu hubungan bisnis dengan lembaga pembinaan, contohnya *cluster* petani sawit, dan *cluster* pengusaha kerajinan. Setelah segmentasi dilakukan maka langkah selanjutnya adalah mengevaluasi daya tarik setiap segmen dan memeriksa apakah segmentasi tersebut dengan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan.

Untuk mencapai pasar sasaran tersebut strategi pemasaran produk pembiayaan warung mikro yang dilakukan BSM adalah dengan metode *marketing mix* sebagai seperangkat variabel pemasaran terkontrol yang digabungkan perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan dalam pasar sasaran. *Markeing mix* ini meliputi empat kategori yang kemudian dikenal sebagai 4 P, yaitu *product, pricing, place,* dan *promotion. [[4]](#footnote-5)*

1. *Produck* (produk)

Produk yang dimaksud adalah barang dan jasa yang memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan nilai tambah. Segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada konsumen yang dapat memberikan kepuasan terhadap kebutuhan atau keinginan *customer.*

1. *Price* (harga)

Harga yang dimaksud adalah pengganti nilai produk *(product valeu).* Nilai bukan sekedar biaya produksi ditambah laba yang diinginkan. Di dalam harga produk terkandung juga harga atas citra *(image)* dan gengsi yang tertempel di produk.

1. *Place* (saluran distribusi)

Saluran distribusi adalah bagaimana produk yang akan kita pasarkan itu sampai ke tangan pembeli atau konsumen. Apakah bisa langsung ke tangan konsumen, ataukah harus lewat pedagang pasar, agen, dan pengecer.

1. *Promotion* ( promosi)

Promosi yang dimaksud adalah bagaimana produk yang kita pasarkan itu diketahui oleh konsumen. Upaya promosi biasanya dilakukan dengan iklan dan kegiatan-kegiatan promosi lainnya seperti pembelian *sample,* hadiah, dan undian.

1. **Kendala- Kendala yang dihadapi Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Warung Mikro Kepada Nasabah**

Dari penjelasan yang diberikan oleh Bapak Razi dan Bapak Faisal, penulis dapat melihat bahwa kendala merupakan masalah yang sangat banyak dihadapi oleh pembiayaan warung mikro khususnya dirasakan oleh Bapak Faisal selaku Micro Financing sales (MFS). Kendala ini sangat terbebani dengan harus tercapainya target setiap bulannya. Kendala-kendala yang dihadapi oleh MFS berimbas pada Bapak Fachrur Razi selaku kepala warung mikro BSM KCP Perbaungan. Karena sebagai kepala warung mikro, bapak razi sangat terbebani karena target harus dicapai perbulannya.

Target yang harus mereka capai setiap bulannya berkurang dikarenakan kendala seperti: saingan dari bank lain, banyak nasabah yang tidak memenuhi kriteria, banyak agunan nasabah yang belum bersertifikat SHM, ekonomi saat ini yang sulit menyebabkan nasabah belum mau mengajukan pembiayaan serta dikarenakan kurangnya minat pembeli, dan banyaknya riwayat pembiayaan nasabah yang sudah jelek pada saat dilakukannya OJK *checking*.

Dari banyak kendala tersebut itu yang menyebabkan target yang harus dicapai belum bisa memuaskan. Tetapi dari pihak kepala warung mikro sendiri sudah memberikan kebijakan kepada setiap anggotanya untuk tetap berusaha semaksimal mungkin dan mendapatkan data nasabah sebanyak mungkin agar bisa mencapai target mereka.

1. **Solusi-Solusi Yang Dapat Mengatasi Kendala-Kendala Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Warung Mikro BSM KCP Perbaungan**

Dari penjelasan yang di berikan oleh Bapak Razi dan Bapak Faisal, penulis dapat melihat bahwa setiap kendala atau masalah yang ada di pembiayaan warung mikro BSM KCP Perbaungan pasti memiliki berbagai solusinya juga. Bapak Razi memiliki solusi dari setiap kendalanya yaitu memberikan pelayanan yang lebih supaya pelayanan itu beda dari bank-bank yang lain, dan mencari sebanyak mungkin data nasabah-nasabah yang kiranya sudah sesuai dengan kriteria persyaratan. Sedangkan Bapak Faisal juga memiliki solusi yaitu lebih selektif betul dalam memilih calon nasabah supaya waktu tidak terbuang sia-sia, karena pihak MFS sangat dikejar oleh terget.

Solusi yang diberikan oleh Bapak Razi ini juga sudah diterapkan kepada setiap anggotanya. Solusi-solusi yang telah dipaparkannya tersebut, menjadi tolak ukur agar hasil yang didapat bisa memuaskan dan pembiayaan warung mikro tetap dapat mencapai target setiap bulannya.

1. **Mekanisme Pembiayaan Warung Mikro di Bank Syariah Mandiri**

Mekanisme pembiayaan warung mikro BSM KCP Perbaungan yang dijelaskan oleh Bapak Fachrur Razi, penulis dapat menyimpulkan bahwa setiap calon nasabah yang ingin mengajukan pembiayaan mikro ini persyaratan yang dilalui mudah, proses pembiayaan yang cepat, angsuran yang ringan dan tetap hingga jatuh tempo.

Pembiayaan warung mikro menawarkan 2 (dua) produk yaitu dari segi PUM (Pembiayaan Usaha mikro) dan PSM (Pembiayaan Serbaguna Mikro). Pembiayaan warung mikro dari segi PUM ditujukan untuk para pelaku usaha terbagi atas 3 golongan yaitu PUM Tunas dengan limit pembiayaan maksimal Rp 10 juta, PUM Madya dengan limit pembiayaan diatas Rp. 10 juta hingga Rp. 50 juta, dan PUM Utama dengan limit pembiayaan diatas Rp.50 juta hingga Rp.200 juta, sedangkan dari segi PSM ditujukan untuk pegawai BUMN/BUMD tanpa memiliki usaha juga bisa mengajukan pembiayaan mikro.

Akad yang digunakan dalam pembiayaan warung mikro ini adalah akad murabahah. Tetapi pada aplikasinya BSM menggunakan akad wakalah dengan memberikan kuasa kepada nasabah untuk membeli barang kebutuhannya secara sendiri, dengan digunakannya akad wakalah tersebut, maka pihak bank memberikan sepenuhnya kepada nasabah untuk membeli barang yang dibutuhkan oleh nasabah.

Akad wakalah tersebut tidak menjadikan pihak bank membiarkan nasabahnya merasa bebas, pihak bank juga akan terus mengawas pergerakan usaha nasabahnya, agar nasabahnya tetap mempergunakan dananya sesuai dengan syariah dan tidak menyalahi dana tersebut dengan hal yang tidak sesuai syariah. Tujuannya agar pinjaman dana nasabah tersebut tetap mendapatkan hasil yang berkah.

1. **Prosedur Umum Pengajuan Pembiayaan Warung Mikro**

Dari penjelasan Bapak Razi mengenai prosedur umum pengajuan pembiayaan warung mikro kepada penulis, disini penulis dapat menyimpulkan bahwa umumnya dana warung mikro ini ditujukan hanya untuk segmen dengan skala yang kecil atau biasa disebut UMKM. Pengajuan pembiayaan ini menggunakan akad murabahah dan didampingi oleh akad wakalah, sebab pada aplikasinya BSM menggunakan akad wakalah tersebut. Prosedur umum pengajuan pembiayaan warung mikro ini sudah sesuai dengan standar yang berlaku, yaitu nasabah datang ke BSM untuk mengajukan permohonan pembiayaan dan mengisi formulir pembiayaan warung mikro.

Setelah semua persyaratan nasabah sudah lengkap, maka MFS akan melakukan analisa terhadap berkas0berkas calon nasabah tersebut. Setelah dianalisa maka pihak MFS beserta analis pembiayaan warung mikro ini melakukan *On The Spot* (OTS) atau survey langsung ke lapangan. Selanjutnya, setelah dilakukan OTS, pihak analisis pembiayaan warung mikro membuat proposal pembiayaan untuk diajukan kepada komite pembiayaan dan kepala cabang. Diproses ini, ada 2 (dua) kesimpulan yang didapatkan, yaitu antara nasabah diterima atau ditolak.

Selanjutnya, apabila disetujui oleh kedua pihak tersebut, maka selanjutnya bank akan melakukan akad atau kontrak perjanjian dengan nasabah. Setelah akad selesai dilaksanakan, maka pihak bank akan mencairkan dana tersebut dan selanjutnya para nasabah tersebut memiliki kewajiban setiap bulannya untuk membayar angsuran yang telah ditetapkan oleh pihak BSM dengan jangka waktu yang telah disepakati dalam perjanjian akad.

1. **Tahapan Proses Pembiayaan Warung Mikro Bank syariah Mandiri**

Penjelasan Bapak Razi mengenai tahapn-tahapn proses pembiayaan warung mikro ini, penulis dapat mengambil kesimulan bahwa di dalam pembiayaan warung mikro BSM KCP Perbaungan ada 4 (empat) tahapan secara garis besar, diantaranya: pertama, tahap inisiasi/aplikasi yaitu tahap dimana nasabah akan melakukan permohonan pengajuan pembiayaan dan tahap ini formulir pembiayaan harus diisi oleh calon nasabah.

Setelah pengisian tersebut selesai, maka calon nasabah mempersiapkan dan melengkapi kelengkapan berkas-berkas sesuai dengan persyaratan. Kedua*,* tahap analisa yaitu ditahap ini seluruh berkas yang telah dilengkapi oleh pihak calon nasabah akan dianalisa oleh analis pembiayaan warung mikro BSM KCP Perbaungan. Ketiga,tahap dokumentasi yaitu ditahap ini jika ada lagi nasabah kekurangan data yang belum dilengkapi oleh calon nasabah, maka calon nasabah tersebut harus segera melengkapi agar semua dokumen cepat diproses.

Setelah data dikatakan sudah lengkap, maka analis pembiayaan warung mikro akan membuat proposal pembiayaan untuk dilaporkan kepada komite pembiayaan dan kepala cabang, apabila kedua pihak tersebut setuju maka proses selanjutnya adalah tahap pencairan. Keempat,tahap pencairan yaitu tahap dimana pihak bank akan melakukan akad dengan calon nasabah. Tujuannya agar calon nsabah nasabah tersebut mengetahui kewajiban mereka setelah dana ini sudah cair ke rekening nasabah.

Kewajiban nasabah sudah sesuai dengan perjanjian akad yang ditandatanganin. Setelah penandatanganan akad selesai, paling lambat keesokan harinya nasabah dapat mencairkan dananya dan membeli barang-barang kebutuhan nasabah unutk modal usahanya. Setelah itu, kewajiban nasabah tersebut harus membayar angsuran sesuai dengan perjanjian akad yang telah disepakati.

1. Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997), h. 59. [↑](#footnote-ref-2)
2. M. Mursid, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), h. 35. [↑](#footnote-ref-3)
3. Fachrur Razi, Kepala Warung Mikro Bank Syariah Mandiri KCP Perbaungan, wawancara pribadi, Perbaungan, 9 Februari 2018. [↑](#footnote-ref-4)
4. Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h.4. [↑](#footnote-ref-5)