

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya suatu perekonomian atau perkembangan usaha dari suatu perusahaan maka perlu adanya sumber-sumber untuk penyediaan dana guna membiayai kegiatan usaha yang semakin berkembang tersebut. salah satu bentuk sumber dana yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan adalah pembiayaan. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara pertumbuhan suatu kegiatan perekonomian mempunyai korelasi yang sangat erat.

Peraturan Bank Indonesia nomor 14/22/PBI/2012/ tanggal 21 Desember 2012 tentang pemberian kredit atau pembiayaan dan bantuan teknis dalam rangka pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah bahwasanya bank umum diwajibkan menyalurkan danannya dalam bentuk pembiayaan kepada UMKM dengan pangsa pasar minimal sebesar 20 % secara bertahap yang diikuti dengan penerapan insentif.¹

Badan Pusat Statistik (2013) di dalam Sri Winarni (2006) mengidentifikasi dalam permasalahan umum yang dihadapi oleh UMKM adalah kurangnya permodalan, sulitnya pemasaran, persaingan usaha ketat, kurangnya bahan baku, kurang teknis produksi dan keahlian, keterampilan manajemen yang kurang, iklim usaha yang memang kurang kondusif (perizinan atau perundangan). Hasil penelitian kerjasama kementerian Negara KUMK Dengan BPS di dalam Sri Winarni (2012) menginformasikan bahwa UKM yang mengalami kesulitan usaha 74,47 % sisanya 27,53 % tidak ada masalah. Dari 74,47 % yang mengalami usaha tersebut diidentifikasi dengan kesulitan yang muncul yaitu permodalan 51,09% pemasaran 34,72% bahan baku 8,59%ketenagakerjaan 1,09 % distribusi 0,22 % dan lainnya 3,93 %..²

Persentase kesulitan yang dominan dihadapi KUMK terutama kesulitan dalam hal permodalan 51,09% Lebih lanjut disebutkan bahwa dalam mengatasi kesulitan permodalannya diketahui sebanyak 17,50 % UKM Menambah modalnya dengan meminjam ke Bank sisanya 82,50 % tidak melakukan pinjaman ke bank tetapi kelembaga non bank seperti koperasi, permodalan, ventura, dan lainnya. Sedangkan permasalahan yang dihadapi UMKM dalam mendapatkan pembiayaan modal usaha antara lain adalah prosedur pengajuan yang sulit 30,30, %

¹ Peraturan Bank Indonesia No.14/22/PBI/2002 tanggal 21 Desember 2012 tentang *pemberian kredit atau pembiayaan Dan Bantuan Tekhnis Dalam Rangka Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*

²Sri Winarni. *Strategi Pemasaran*(Yogyakarta : PT ANDI), 76

tidak berminat 25,34 % pelaku UMKM tidak mempunyai agunan 19,28 % dan UKM yang tidak tahu prosedur 14,33%, sukuk bunga tinggi 8,82 % dan proposal ditolak 1,93%..³

Dibalik besarnya peran UMKM menyaratkan bahwa terdapat potensi yang besar atas kekuatan domestik., jika hal ini dapat dikelola dengan baik tentu akan mewujudkan usaha mikro yang tangguh. semakin hari persaingan dalam bisnis perbankan dalam pembiayaan UMKM yang sangat ketat. Persaingan tersebut tidak hanya terjadi antar bank, tetapi terjadi juga pada lembaga keuangan lain yang berhasil mengembangkan produk-produk keuangan baru. Persaingan dan perkembangan yang cukup pesat pada usaha perbankan tersebut menjadikan masing-masing perbankan harus berlomba untuk memenangkan persaingan bisnis.⁴ Namun sektor pembiayaan UMKM memiliki resiko yang besar karena suatu usaha tidak ada yang memastikan apakah akan mendapat keuntungan atau justru akan mengalami kerugian.

Institusi keuangan untuk pembiayaan mikro harus mengembangkan kebijaksanaan sistem operasi dalam penyaluran pembiayaan syariah sebagai sarana penilaian kelayakan analisis yang akan dikururkan. Kesuksesan penyaluran pembiayaan mikro syariah sangat dipengaruhi oleh proses evaluasi dan penilaian terhadap karakteristik dan kondisi nasabah pembiayaan syariah. Proses standard pemberian pembiayaan mikro syariah dilakukan dengan cara melakukan penilaian berbagai aspek dari nasabah dalam meninjau kemampuannya untuk mengembalikan pembiayaannya dengan lancar dan tepat waktu. Setiap institusi keuangan memiliki metode dan cara tersendiri dalam melakukan penilaian kelayakan pembiayaan mikro syariah, salah satu metode yang paling sering digunakan adalah dengan menggunakan metode 5C yang meliputi: *Character, Capacity, Capital, Collateral and Condition* (Moti et.al, 2012).

Character, sifat dan watak dari nasabah (kejujuran, tanggungjawab, integritas dan konsistensi). Sifat atau watak dari orang-orang yang akan diberikan pembiayaan syariah benar-benar dapat dipercaya, tercermin dari latar belakang nasabah baik dari latar belakang pekerjaan, hobby, kebiasaan baik yang bersifat pribadi, itikad baik kemauan debitur untuk memenuhi kewajibannya. faktor karakter ini merupakan aspek individu yang paling menonjol dalam kontribusinya terhadap tingkat pengembalian pembiayaan mikro syariah, karakter yang tidak baik dari nasabah sering kali berpakelalain atau ketidakdisiplinan untuk membayar angsuran secara tepat waktu yang menyebabkan munculnya pembiayaan bermasalah pada bank bersangkutan.

³Ibid, 68

⁴Candra Dewi, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Strategi Pemberian Kredit dan dampaknya terhadap NPL*, 2009, hlm.56-67

Capacity, kemampuan seseorang untuk menjalankan bisnis dan kemampuan untuk membayar kewajibannya di bank. Nasabah perlu dianalisis apakah dia mampu memimpin dengan baik dan benar usahanya. Jika dia mampu memimpin usahanya, maka dia juga akan mampu untuk mengembalikan pinjaman sesuai dengan perjanjian dan perusahaannya tetap berjalan. Penilaian perbankan mengenai kapasitas ini merupakan penilaian atas kemampuan nasabah dalam membayar pinjamannya disesuaikan dengan pendapatan usaha. Kegagalan pembayaran dapat terjadi apabila beban pembiayaan yang harus dibayar melampaui kemampuan pendapatannya dalam operasi usaha yang dijalankan.

Capital, kondisi keuangan dari nasabah (neraca, laporan laba rugi, rasio-rasio dan modal serta pendapatan bersihnya). Modal yang besar akan menunjukkan besarnya kemampuan nasabah untuk melunasi kewajiban-kewajibannya. *Capital* merupakan gambaran kemampuan secara keseluruhan yang menjelaskan semua modal usaha yang digunakan sebagai gambaran kemampuan debitur dalam melunasi utangnya. Permodalan yang kecil memiliki resiko yang tinggi akan terjadinya kegagalan usaha dalam persaingan yang ketat, sehingga dengan rendahnya *capital* dari debitur akan memiliki resiko yang tinggi untuk terjadinya pembiayaan bermasalah apabila terjadi kegagalan operasi bisnis yang dikelolanya.

Collateral, kekayaan yang dijanjikan untuk keamanan dalam transaksi kredit/anggunan. Jaminan hendaknya melebihi jumlah pembiayaan yang diberikan. Jika terjadi kredit macet, maka agunan inilah yang digunakan untuk membayar pembiayaan tersebut. *Collateral* adalah jaminan yang merupakan alternatif pelunasan utang apabila debitur tidak mampu membayar utangnya. Koleteral merupakan jaminan resiko kegagalan kredit untuk menghindari kerugian dari nasabah yang disebabkan oleh piutang yang tidak tertagih.

Condition, faktor luar berupa kondisi ekonomi yang dapat mempengaruhi atau mengontrol perusahaan. Kondisi ekonomi ini dapat berupa faktor politik, perundang-undangan dan bencana alam. Menilai kredit hendaknya juga dinilai kondisi ekonomi sekarang dan dimasa yang akan datang sesuai sektor masing-masing, serta prospek usaha dari sektor yang dijalankan nasabah. Penilaian kondisi ini merupakan penyesuaian antara bisnis yang dikelola oleh debitur dengan kondisi ekonomi secara umum untuk melakukan penilaian terhadap kelayakan usaha yang dijalankan. Sistem evaluasi kelayakan kredit merupakan serangkaian prosedur evaluasi atas kelayakan calon nasabah untuk diberikan pinjaman, dengan pemenuhan berbagai kriteria yang

telah ditentukan maka resiko penyaluran kredit berupa kredit bermasalah dapat dihindari sejak dini.⁵

Kemunculan perbankan syari'ah sebagai organisasi yang relatif baru menimbulkan tantangan besar. Sebagai lembaga keuangan syariah, Perbankansyari'ah harus berpegang teguh pada prinsip-prinsip syariah. Keimanan menjadi landasan atas keyakinan untuk mampu tumbuh dan berkembang. Disamping itu masih banyak potensi nasabah yang belum terjangkau oleh perbankan syari'ah dan minimnya pengetahuan masyarakat tentang perbankansyari'ah menjadi tantangan tersendiri bagi manajemen perbankan syari'ah untuk memperluas pasar hingga berbagai kalangan dan wilayah-wilayah pelosok. Disamping itu, minimnya sosialisasi menyebabkan calon nasabah atau customer merasa minder dan kurang begitu paham terhadap perbankan syari'ah. Dengan banyaknya perbankan syariah, menjadikan posisi Bank Syari'ah Mandiri (BSM) sebagai salah satu lembaga keuangan bank syariah yang harus mampu bersaing walaupun dengan persaingan yang sangat ketat bank Syari'ah Mandiri mampu memperlihatkan eksistensinya sebagai lembaga keuangan bank yang mampu bersaing dengan perbankan lain.

Dalam hal ini sehingga menimbulkan pengaruh pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Bekasi Timur. Para pengelola usaha mikro kurang memahami perkembangan perekonomian mikro saat ini sehingga konsep pemasaran dan promosi produk kurang dikembangkan dengan inovasi-inovasi baru, sedangkan pemerintah dalam hal ini lembaga perlu menyiapkan berbagai langkah strategis untuk mendorong pertumbuhan industri nasional terutama usaha mikro agar mampu menghadapi persaingan yang semakin kompetitif. Hal tersebut dapat menghambat UKM untuk dapat berkembang dengan baik, terutama dalam mengoptimalkan peluang yang ada. Kondisi tersebut memberikan isyarat bahwa UKM sepantasnya diberikan bantuan dan pengembangan sesuai dengan kebutuhannya.⁶

Menurut Hafsah (2004) pengembangan UKM perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya. Kebijakan pemerintah kedepan perlu diupayakan lebih kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya UKM. Pemerintah perlu meningkatkan perannya dalam

⁵Adiwarman A karim, *Bank Islam Analisis Fiqh Dan Keuangan* (Jakarta: Cetakan ketiga, Raja Grafindo, 2006) hlm. 45-57

⁶Sulaeman. *Manajemen Pemasaran Produk dan Jasa* (Jakarta : Grafindo, 2009), 23

memberdayakan UKM di samping mengembangkan kemitraan usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha besar dengan pengusaha kecil, dan meningkatkan kualitas sumber daya manusianya.⁷

Hal demikian mengharuskan manajemen melakukan strategi khusus untuk mempertahankan keunggulan kompetitif yakni merujuk pada kemampuan sebuah organisasi untuk memformulasikan strategi yang menempatkannya pada suatu posisi yang menguntungkan berkaitan dengan perusahaan lainnya. Keunggulan kompetitif juga berarti kumpulan strategi untuk menentukan keunggulan suatu perusahaan dari persaingan di antara perusahaan yang lain,² yang dalam hal ini yaitu persaingan antara Warung Mikro BSM dengan lembaga keuangan lainnya. Richardus Eko Indrajit menyatakan bahwa beberapa teori keunggulan kompetitif di dunia maya menganjurkan agar paling tidak 7 (tujuh) aspek harus menjadi perhatian dari sebuah perusahaan, diantaranya *Customer Service*; sebuah dimensi pendekatan baru dan unik dalam memelihara para pelanggannya, khususnya dalam hal mengelola komunikasi dan interaksi dengan pelanggannya serta jalinan keakraban antara pelanggan dengan perusahaan, *Price*; menawarkan bagi hasil yang lebih baik, *Quality*; kualitas produk atau jasa ditingkatkan melalui antar muka pelanggan terstandarisasi dan dipersiapkan secara otomatis, *Fulfillment Time*; pemenuhan pesanan pelanggan, *Agility*; Kemajuan-kemajuan teknologi di bidang sistem informasi yang membuka peluang atau memungkinkan terciptanya strategi-strategi baru, *Time to Market*; Kecepatan penciptaan produk baru dan kecepatan sampainya produk ke tangan pelanggan, *Market Reach*; sejumlah pelanggan potensial yang ditaksir yang mungkin dicapai melalui sebuah media periklanan ataupun melalui kampanye promosi. Melihat persaingan perbankan syariah yang sangat ketat, tidak menyurutkan semangat PT Bank Syariah Mandiri (BSM) untuk membukakan kantor cabang pembantu Bekasi Timur.⁸

Oleh karena itu BSM cabang pembantu Bekasi Timur 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 mikro dituntut menarik dengan proses pembiayaan mudah, cepat, efektif, dan efisien. Disamping

⁷: diakses pada tanggal 23 Juni 2015 <http://mysharing.co/warung-mikro-pembiayaan-berbasis-syariah/#ixzz3dQZlfDuN>

⁸: diakses pada tanggal 23 Juni 2015 <http://mysharing.co/warung-mikro-pembiayaan-berbasis-syariah/#ixzz3dQZlfDuN>

itu pada tahun 2010 BSM meluncurkan produk Pembiayaan mikro (warung mikro) yang merupakan produk pembiayaan mikro unggulan di BSM. Produk Pembiayaan Warung Mikro digolongkan menjadi 3 jenis yaitu; Pembiayaan Usaha Mikro Tunas (plafon Rp 11.000.000,- sampai Rp 50.000.000,-), Pembiayaan Usaha Mikro Madya (plafon Rp 50.000.000,- sampai Rp 100.000.000,-) dan Pembiayaan Usaha Mikro Utama (plafon Rp 100.000.000,- sampai Rp 200.000.000,-) dengan tujuan, supaya nasabah mampu melakukan kerjasama dan kemitraan untuk saling menguatkan usahanya.⁹

Kedudukan warung-mikro BSM berperan sebagai fasilitator. Sedangkan kemampuan *entrepreneurship* menjadi penting untuk memberikan rekomendasi atas usulan bisnis nasabah, sehingga pembiayaan warung mikro BSM benar-benar mampu meningkatkan pendapatan nasabahnya. Peningkatan omset dan perkembangan Unit pembiayaan warung mikro BSM yang sedemikian pesat tentunya menimbulkan persaingan yang semakin ketat antara Unit pembiayaan warung mikro dengan lembaga keuangan lain seperti BPRS, BMT, KJKS dan Unit Usaha Pembiayaan lainnya. Hal tak kalah pentingnya adalah bagaimana manajemen Warung mikro BSM terus melakukan upaya memberikan kepuasan bahkan mengembangkan nasabahnya dengan berbagai upaya yang dilakukan karena persaingan yang semakin ketat sangat mungkin nasabah lari atau berpindah ke lembaga keuangan lain karena lebih menguntungkan dan pelayanannya yang lebih memuaskan.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa dan mengetahui sejauhmana strategi pemasaran yang dilakukan oleh Warung Mikro BSM Cabang Bekasi Timur. Terkait dengan loyalitas, Industri perbankan syariah harus lagi memperhatikan lagi masalah loyalitas kerja SDM-nya. maka dalam pengimplementasiannya bahwa diperlukan strategi untuk mempertahankan loyalitas nasabah sehingga nantinya akan berimplikasi pada peningkatan laba perbankan syariah sebagai *asset market share*. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi yang efektif untuk mempertahankan loyalitas dan kerja SDM sehingga dapat memberikan manfaat yang optimal bagi perusahaan. Agar nantinya biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat mempertahankan loyalitas nasabah ini mendapat feedback yang maksimal yaitu berupa peningkatan produktifitas kerja.

⁹: diakses pada tanggal 23 Juni 2015 <http://mysharing.co/warung-mikro-pembiayaan-berbasis-syariah/#ixzz3dQZlfDuN>

Kondisi yang terjadi di Bank Syariah Mandiri cabang pembantu Bekasi Timur sekarang ini, standar kelayakan pembiayaan serta strategi pemasaran produk yang telah dilakukan belum maksimal dan menciptakan loyalitas nasabah, adanya kesenjangan yang seharusnya dengan kondisi yang sebenarnya di lapangan menjadikan pertimbangan peneliti untuk mengkaji persoalan tersebut.

B. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah diuraikan sebelumnya, sesungguhnya masalah standar kelayakan pembiayaan mikro syariah dan strategi pemasaran produk bank syariah mandiri terhadap tingkat loyalitas nasabah sangatlah penting untuk dikaji diatur dan dikelola dengan baik sebagai salah satu potensi guna meningkatkan kualitas loyalitas nasabah pada pembiayaan bank syariah.maka berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat dijabarkan masalah-masalah sebagai berikut :Dari sisi internal dan eksternal, *Corporate Governance* dan *Core Banking Skills* merupakan ukuran yang dapat dijadikan pedoman untuk menyatakan masih lemahnya kapabilitas perbankan, terutama dalam mengantisipasi dan mengelola resiko operasi nasabah.Pentingnya penerapan prinsip kehati-hatian, termasuk di dalamnya pengelolaan risiko, semakin menunjukkan penciptaan sistem pengendalian internal yang berkualitas, Strategi Pemasaran pembiayaan mikro syariah yang harus diatur dan dikelola dengan baik setelah penyaluran dengan tingkat kualitas loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Bekasi selalu meningkat,

Dari Identifikasi masalah di atas maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh standar kelayakan pembiayaan terhadap tingkat loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Bekasi Timur secara parsial ?
2. Seberapa besar pengaruh strategi pemasaran produk warung mikro syariah terhadap tingkat loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Bekasi Timur secara parsial ?
3. Seberapa besar pengaruh standar kelayakan pembiayaan dan strategi pemasaran produk warung mikro syariah terhadap tingkat loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Bekasi Timur secara simultan ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui dan memahami pengaruh standar kelayakan pemberian pembiayaan mikro syariah terhadap tingkat loyalitas nasabah di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Bekasi Timur,
- b. Untuk mengetahui dan memahami pengaruh strategi pemasaran produk warung mikro terhadap tingkat loyalitas nasabah di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Bekasi Timur,
- c. Untuk mengetahui dan memahami pengaruh standar kelayakan pemberian pembiayaan dan strategi pemasaran produk warung mikro terhadap loyalitas nasabah di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Bekasi Timur.

D. Manfaat Penelitian

Sedangkan yang diharapkan manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Sebagai sumber informasi untuk pengembangan PT. Bank syariah Mandiri Cabang Pembantu Bekasi Timur ke depannya
2. Sebagai bahan pertimbangan untuk dapat lebih meningkatkan kualitas loyalitas nasabah di PT Bank Syariah Mandiri khususnya di divisi mikro bankng group
3. Menambah pengalaman dan sarana latihan dalam memecahkan masalah-masalah yang ada dalam masyarakat sebelum terjun ke dalam dunia yang sesungguhnya.
4. Dapat dijadikan acuan untuk mengembangkan penelitian selanjutnya.

E. Kajian Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian mengenai standard kelayakan pembiayaan mikro dan strategi pemasaran produk warung mikri terhadap loyalitas nasabah PT Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Bekasi Timur. Peneliti melakukan peninjauan terhadap penelitian terdahulu agar mendapatkan referensi yang sesuai dengan peneliti yang diinginkan dalam penelitian. Disini peneliti mengambil beberapa hasil penelitian sedangkan tujuan tinjauan pustaka agar dapat memberikan tinjauan dalam perspektif umum yang berguna dalam penelitian yang dilakukan. diantaranya sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Ade Ikhwan Anshori yang berjudul *Strategi Pemasaran Produk pembiayaan warung mikro dalam upaya menarik minat nasabah (Studi Kasus Pada PT*

Bank Syariah Mandiri KCP Cilandak (Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Jurusan Muamalat UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2010). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk pembiayaan warung mikro, mekanisme pembiayaan warung mikro dan kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk pembiayaan warung mikro. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini mampu meningkatkan tingkat kualitas terhadap pelaksana marketing warung mikro bagaimana cara menarik minat nasabah untuk mengajukan pembiayaan produk mikro sehingga daya minat nasabah semakin meningkat. Sedangkan perbedaan dengan tesis ini adalah peneliti lebih menekankan kepada standard kelayakan pembiayaan pada nasabah dan strategi dalam memasarkan produknya kepada nasabah serta apa saja yang menjadi kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk warung mikro dan bagaimana mengatasinya.¹⁰

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Saduldyn Pato, *Pemberian kredit Mikro Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Manado, Fakultas Ekonomi dan Bisnis jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado*, Tujuan dari penelitian ini adalah ingin mengetahui tata cara pemberian kredit pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Manado, dan ingin mengetahui cara pencegahan kredit macet pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Manado. Metodologi penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif penulis memaparkan sistematis pemberian kredit secara syariah oleh Bank Syariah Mandiri. Hasil penelitiannya adalah memaparkan prosedur pelaksanaan pemberian kredit secara syariah serta cara mencegah terjadinya kredit macet. Berdasarkan penulis menyarankan agar pengawasan terhadap kinerja karyawan dalam melayani nasabah serta pengawasan kepada penerima kredit lebih aktif agar dapat mengetahui perkembangan usaha nasabah sehingga bisa mencegah terjadinya kredit macet. Sedangkan perbedaannya dengan judul tesis penulis adalah peneliti lebih menekankan kepada dua variabel yaitu standard kelayakan dalam proses pembiayaan di PT Bank Syariah Mandiri serta bagaimana strategi pemasaran yang efektif dalam memasarkan produk warung mikro PT Bank Syariah Mandiri KCP Bekasi Timur kepada nasabah guna ketika nasabah sudah layak dalam pembiayaan maka harus ditingkatkan strategi pemasaran produk agar nasabah menjadi lebih loyalitas.¹¹

¹⁰Ade Ikhwan Anshori. Strategi Pemasaran produk Pembiayaan warung mikro dalam upaya menarik minat nasabah (Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah, 2010)

¹¹Saduldin Pato. *Pemberian Kredit Mikro pada Bank Syariah Mandiri Manado* (Manado : Univ Sam Ratulangi Fakultas Ekonomi dan Bisnis)

Penelitian lain dilakukan oleh Fatur Rahmah, *Analisis Kelayakan Pemberian Pembiayaan Mudharabah Di Bank BNI Syariah Cabang Banjarmasin, Fakultas Syariah dan Hukum Jurusan Muamalat UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2014*, Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kelayakan pemberian pembiayaan mudharabah dalam perspektif syariah. Hasil penelitian ini adalah *pertama* prosedur pengajuan pembiayaan mudharabah di BNI Syariah Cabang Banjarmasin dibagi menjadi tiga tahap yaitu tahap persiapan, tahap analisis dan tahap realisasi. *Kedua*, proses analisis kelayakan pemberian pembiayaan mudharabah yang dilakukan oleh Bank BNI Syariah Cabang Banjarmasin ialah dengan menggunakan prinsip 5C +1S yaitu *Character, Capacity, Capital, Colleteral dan Condition* dan syariah. Penilaian laporan keuangan dilakukan dengan menggunakan *current ratio (CR)* dan *Debt Equity Ratio (DER)*. *Ketiga*, prosedur analisis kelayakan pemberian pembiayaan mudharabah sesuai dengan perspektif syariah. Ini terlihat dari *account officer* di Bank BNI Syariah Cabang Banjarmasin yang menerapkan asas-asas kehati-hatian dalam memberikan amanah pembiayaan. Sedangkan persamaan dengan peneliti adalah tentang kelayakan pembiayaan. Dan perbedaannya adalah penulis lebih memfokuskan dalam pembahasan mengenai standard analisis penilaian kelayakan pembiayaan warung mikro syariah dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh warung mikro syariah untuk mengantisipasi pembiayaan mikro yang kurang lancar, diragukan, macet dan strategi pembiayaan produk menurut syariah.¹²

Selanjutnya penelitian oleh Siti Isnaini, *Analisis Implementasi Prosedur Pembiayaan usaha mikro, umum dan kecil pada Bank Syariah (Pembiayaan Mudharabah Bank Muamalat Cabnag Tanjung Balai)*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi tingkat ketimpangan antara aturan-aturan baku yang berlaku pada pembiayaan mudharabah muqayyadah dengan implementasinya dilapangan pada Bank Muamalat Indonesia. Metodologi penelitiannya adalah menggunakan data sekunder yang dikumpulkan dengan teknik observasi, wawancara, dokumentasi dan kepustakaan. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan table komparasi antara konsep baku dan pelaksanaan pembiayaan dilapangan. Perbedaan dari penelitian ini adalah peneliti lebih memfokuskan pada kelayakan pembiayaan dan bagaimana strategi

¹²Fatur Rahman. *Pemberian Pembiayaan Mudharabah di Bank BNI Syariah Cabang Banjarmasin* (Jakarta Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah, 2014)

pemasaran produk warung mikro PT Bank Syariah Mandiri KCP Bekasi Timur agar dapat meningkatkan kualitas loyalitas.¹³

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fachrezza, *analisis Kelayakan Pembiayaan Murabahah dan penanganan resiko Kredit Macet Pada Kendaraan Bermotor (BPRS As-salam cabang Cinere)*. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data yang digunakan dalam tesis ini yaitu data primer yang diambil dari wawancara serta data sekunder berupa studi kepustakaan dan data lainya. Adapun objek yang dapat diteliti prosedur pembiayaan kendaraan bermotor, analisi kelayakan dan penanganan pembiayaan bermasalah pada pembayaran di BPRS as-salam. Sedangkan hasil penelitian ini mampu mengetahui prosedur pembiayaan kendaraan bermotor kepada BPRS As-salam cabang Cinere kemudian pihak BPRS menindaklanjuti dan meminta dokumen nasabah yang kemudian dilanjutkan untuk analisis kelayakan dalam hal ini *character, capacity, collateral, capital dan condition* dalam penanganan pembiayaan lancar.¹⁴

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama variabel yang diteliti mengenai kelayakan pembiayaan serta strategi pemasaran yang digunakan dalam rangka ingin memperoleh kepuasan dan loyalitas nasabah, sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi tempat penelitian serta produk dari variabel yang diteliti di perbankan syariah, dimana dalam penelitian ini difokuskan pada pembiayaan warung mikro Bank Syariah Mandiri.

F. KERANGKA PEMIKIRAN

Dalam melakukan penelitian, perlu memakai beberapa teori yang digunakan yaitu:

1. Pengertian Pembiayaan Dalam perspektif Islam

Bank sebagai lembaga intermediasi selain melakukan penghimpunan dana dari masyarakat, ia juga akan menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan. Istilah kredit banyak dipakai dalam system perbankan konvensional yang berbasis pada bunga sedangkan dalam syariah adalah yang berbasis pada keuntungan riil yang dikehendaki atau bagi hasil.

Portofolio pembiayaan (*financing*) merupakan bagian terbesar dari aktiva bank, karena pembiayaan merupakan aktifitas utama dari usaha perbankan. Dengan demikian maka pendapatan

¹³Siti Isnaini, Analisis Implementasi Prosedur Pembiayaan usaha mikro, umum dan kecil pada Bank Syariah (Pembiayaan Mudharabah Bank Muamalat Cabnag Tanjung Balai)

¹⁴Muhammad Fachrezza, *analisis Kelayakan Pembiayaan Murabahah dan penanganan resiko Kredit Macet Pada Kendaraan Bermotor (BPRS As-salam cabang Cinere)*

bagi hasil atau keuntungan jual beli yang merupakan instrument pembiayaan perbankan syariah merupakan sumber pendapatan yang dominan.¹⁵

Menurut Muhammad Pembiayaan secara luas berarti pendanaan yang digunakan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun oleh orang lain. Dalam arti sempit pembiayaan dipakai untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan seperti bank syariah kepada nasabah.¹⁶ Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak meminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian imbalan atau bagi hasil.¹⁷

2. Analisis Pembiayaan

Sebelum penyaluran pembiayaan dilakukan maka harus ada analisis untuk menentukan layak atau tidaknya suatu pembiayaan yang di realisasikan. Ada beberapa prinsip penilaian pembiayaan yang sering dilakukan yaitu dengan analisis 5 C (*Caharacter, Colleteral, Capacity, Capital, dan Condition*), analisis 7 P (*Personality, Party, Purpose, Prospect, Payment, Profitability, dan Protection*) dan study kelayakan. Kedua prinsip ini 5C dan 7 P.

3. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani “*Strategas*” (*Stratos* :Militer dan Ag: memimpin) yang berarti “*Generalship*” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Konsep ini relevan pada zaman dahulu yang sering diwarnai perang dimana jenderal dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang..

Dalam kamus istilah manajemen, strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus dan saling berhubungan dalam waktu dan ukuran.¹⁸ Dalam sebuah perusahaan, strategi merupakan salah satu faktor terpenting agar perusahaan dapat

¹⁵ Zainul Arifin, *Dasar-dasar manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Pustaka Alfabeta, Mei 2006, Cet-4, 208

¹⁶ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPPAMP YKPN, 2005), 304

¹⁷ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 1998 tentang perubahan undang-undang RI Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan (Pasal 1 ayat 12)

¹⁸ Panitia Istilah Manajemen Lembaga PPM, *Kamus Istilah Manajemen*, (Jakarta: Balai Aksara) Cet Ke-2, 245

berjalan dengan baik. Strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya usaha atau organisasi.¹⁹

4. Pengertian Pemasaran

Bashu Swasto dan Irawan mengungkapkan bahwa pemasaran sebagai suatu sistem kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan, ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan, barang dan jasa, pada pembeli. Pemasaran juga dapat diketahui sebagai suatu rencana untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar, baik jangka pendek maupun jangka panjang., yang didasarkan pada riset pasar, penilaian, perencanaan produk, promosi dan perencanaan penjualan, dan distribusi secara spesifik.

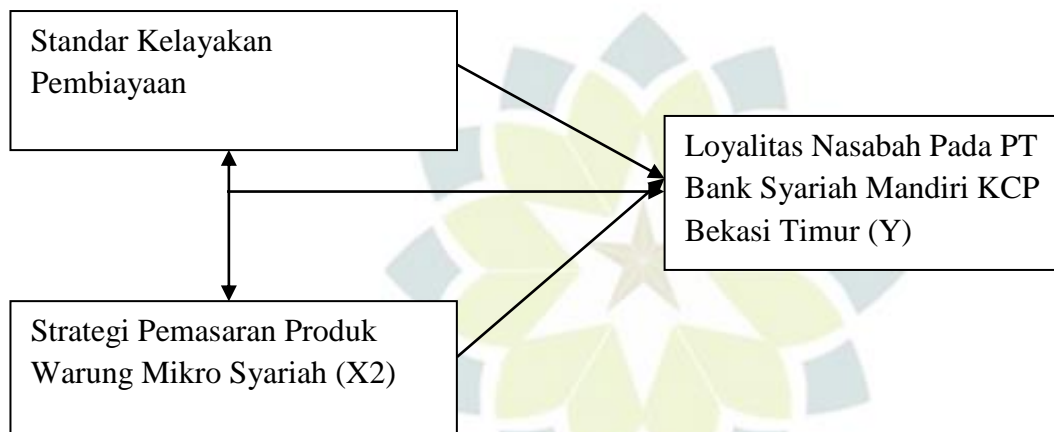
Pembiayaan merupakan unsure dalam suatu produk dalam lembaga keuangan baik itu lembaga keuangan bank maupun non bank yang penting dalam melaksanakan fungsinya sebagai lembaga keuangan, dalam lembaga keuangan syariah, maka pembiayaan yang diangkat dalam penelitian ini adalah pembiayaan yang bersifat syariah. Dalam UU no 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah pasal 1 point ke 25 menjelaskan bahwa pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara Bank Syariah dan atau UUS dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai dan atau doiberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentudengan imbalan ujah, tanpa imbalan, atau bagi hasil.

Penjelasan tersebut diatas peran pembiayaan sangat penting karena dengan pembiayaan, maka pihak (pihak yang membutuhkan dana) akan termudahkan ketika membutuhkan dana. Namun, ketika sebuah bank syariah memberikan pembiayaan kepada nasabahnya, bank tidak boleh serta merta langsung memberikan secara cuma-cuma dana tersebut kepada nasabah, tetapi perlu ketelitian dan kepercayaan yang tinggi bagi bank kepada nasabahnya agar dalam pelaksanaan pemberian pembiayaan itu, resiko dari pembiayaan atau pembiayaan bermasalah dapat diprediksi dan diantisipasi oleh pihak bank. Pembiayaan yang bermasalah yang dialami oleh pihak bank kepada nasabah itu terjadi karena beberapa faktor yang mempengaruhinya diantaranya adalah oleh loyalitas karakter nasabah, kurangnya strategi pemasaran yang kurang tidak merata, jumlah jaminan dan lainnya.

¹⁹Heri Sudarsono, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi Dan Ilustrasi*: Edisi Dua, Ekonosia, Yogyakarta, 2003, 33-37

Secara teori menjelaskan bahwa apabila karakter nasabah itu baik maka kemungkinan untuk penyelesaian pembiayaan akan baik pula dan tingka pembiayaan bermasalah dari nasabah itu akan turun. Sebaliknya apabila karakter kualitas nasabah nasabah itu buruk maka tingkat pembiayaan bermasalah oleh nasabah itu akan tinggi.

Dari Pembahasan yang telah diuraikan diatas, berikut ini adalah kerangka pemikiran dari penelitian yang akan dilakukan dalam bentuk skema atau model sederhana sebagai berikut:

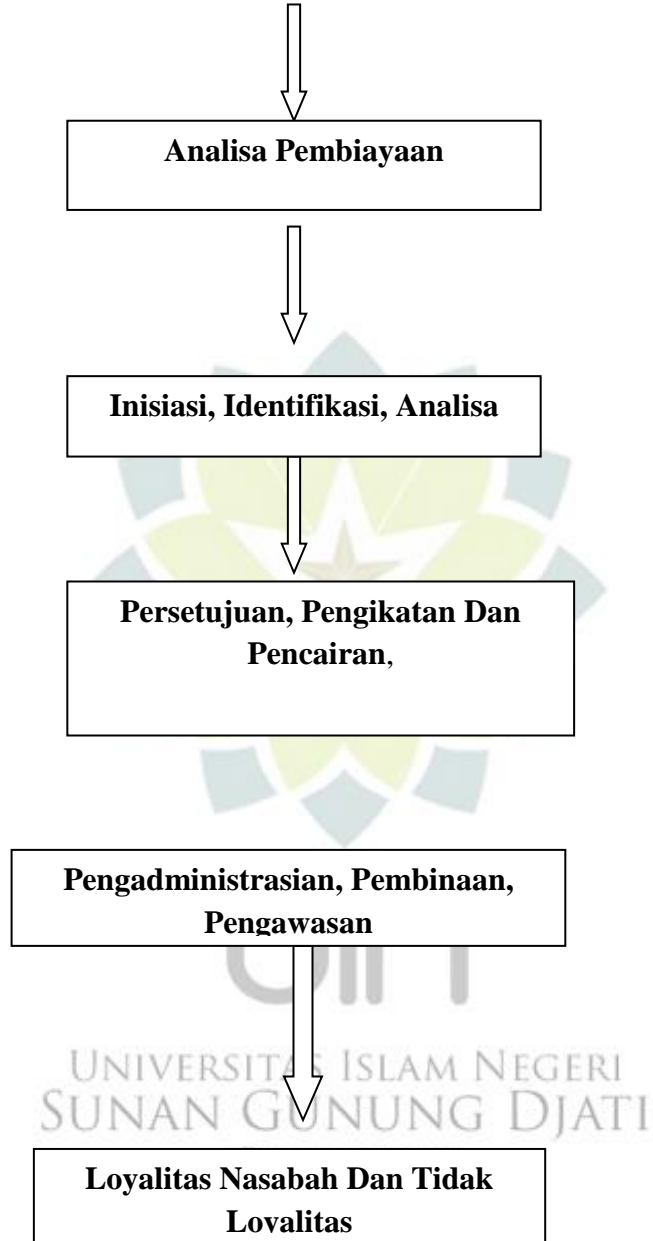


Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

5. Kerangka Konseptual

Strategi Pemasaran



G.Hipotesis

Hipotesis penelitian merupakan dugaan sementara yang digunakan sebelum dilakukannya penelitian dalam hal pendugaannya menggunakan statistika untuk menganalisisnya. Sugiyono (2009:64) menyatakan bahwa hipotesis adalah: “Merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam kalimat.”²⁰

Berdasarkan teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian merupakan pernyataan mengenai hubungan antar variabel yang belum terbukti. Hipotesis dari penelitian ini adalah adanya pengaruh standar kelayakan pembiayaan dan strategi pemasaran produk warung mikro terhadap loyalitas nasabah di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Bekasi Timur.

Ha 1. Terdapat pengaruh antara Standar Kelayakan Pembiayaan terhadap Loyalitas Nasabah di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Bekasi Timur

2. Terdapat pengaruh antara Strategi pemasaran produk warung mikro terhadap Loyalitas Nasabah di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Bekasi Timur

3. Terdapat hubungan antara standar kelayakan pembiayaan dan Strategi Pemasaran Produk Warung Mikro berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Bekasi Timur

Ho 1. Tidak Terdapat pengaruh antara Standar Kelayakan Pembiayaan terhadap Loyalitas Nasabah di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Bekasi Timur

2. Tidak Terdapat pengaruh antara Strategi pemasaran produk warung mikro terhadap Loyalitas Nasabah di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Bekasi Timur

3. Tidak Terdapat hubungan antara standar kelayakan pembiayaan dan Strategi Pemasaran Produk Warung Mikro berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Bekasi Timur

²⁰ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, (Bandung, Alfabeta, 2013), hal 64