

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian di dunia mulai menunjukkan perkembangan yang sangat signifikan, kemajuan perekonomian yang signifikan dimulai dengan adanya usaha jasa maupun perbankan. Usaha Perbankan merupakan suatu lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang, dan mempunyai dua fungsi yaitu penghimpun dan penyalur dana. Bank dapat menghimpun dana secara langsung dari nasabah yang mempunyai kelebihan dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat yang kekurangan dana dengan cara memberikan pinjaman kepada masyarakat.

Bank syariah merupakan bank yang dalam melaksanakan segala aktivitasnya berdasarkan dan berusaha sesuai dengan prinsip-prinsip syariah atau bank yang dalam operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip syariah.<sup>1</sup> Oleh karena itu, bank syariah tidak melaksanakan sistem *ribā* atau bunga, karena bunga adalah salah satu perbuatan *ribā*.<sup>2</sup> Sedangkan menurut Syeikh Muhammad Abduh dalam Hendi Suhendi *ribā* adalah penambahan-penambahan yang disyaratkan oleh orang yang memiliki harta kepada orang yang meminjam hartanya (uangnya), karena

---

<sup>1</sup> Dumairi Nor. dkk, *Kamus Ekonomi Praktik*, (Pasuruan: Pustaka Sidogiri, 2009), 117.

<sup>2</sup> Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah*, (Jakarta: PT. raja Grafindo Persada, 2010), 57

pengunduran janji pembayaran peminjam dari waktu yang telah ditentukan.<sup>3</sup>

*Ribā* sangat dilarang agama Islam, dikarenakan mengandung unsur ketidakadilan di antara orang yang meminjam dengan orang yang meminjami. *Ribā* menyebabkan putusnya perbuatan baik terhadap sesama manusia dengan cara utang-piutang atau menghilangkan faedah utang-piutang, sehingga *ribā* lebih cenderung memeras orang miskin dari pada menolong orang miskin.

Oleh karena itu, banyak bank konvensional yang membentuk unit usaha syariah dengan produk yang berprinsip syariah. Seperti pembiayaan *murābahah*, tabungan *muḍārabah*, *deposito muḍārabah* dan lain sebagainya. semua produk syariah tersebut dapat menguntungkan kedua belah pihak antara perbankan syariah dengan nasabah.

Nasabah sangat penting dalam kegiatan operasional perbankan, agar operasional perbankan berjalan dengan lancar. Perkembangan suatu perbankan syariah dan konvensional dapat dilihat dari jumlah nasabahnya. Salah satunya adalah nasabah pembiayaan, nasabah pembiayaan merupakan salah satu aspek penting dalam perbankan syariah berdasarkan prinsip syariah, penyediaan uang atau tagihan berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah

---

<sup>3</sup> Ibid., 58.

jangka waktu tertentu dengan jumlah atau bagi hasil, karena pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok untuk memenuhi pihak *deficit*.<sup>4</sup>

Nasabah pembiayaan ditujukan untuk menyalurkan investasi dan simpanan masyarakat ke sektor riil dengan tujuan produktif dalam bentuk investasi bersama (*investment financing*) yang dilakukan bersama mitra usaha (kreditor) menggunakan pola bagi hasil (*muḍārabah* dan *musyārahah*) dan dalam bentuk investasi sendiri (*trade financing*) kepada yang membutuhkan pembiayaan menggunakan pola jual beli (*murābahah*, *salām*, dan *istiṣnā'*) dan pola sewa (*ijārah* dan *ijārah muntahiya bit-tamlik*).<sup>5</sup>

Pembiayaan mikro merupakan salah satu produk dari PT. Bank BRI Syariah, produk tersebut digunakan untuk memfasilitasi dan membiayai kebutuhan dana dari usaha UMKM, sedangkan tujuan dari pembiayaan mikro adalah untuk kebutuhan modal kerja dan investasi. Adapun macam-macam produk pembiayaan mikro di PT. Bank BRI Syariah beserta plafon atau batas pembiayaannya adalah;

---

<sup>4</sup> Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Alvabet, 2003), 200.

<sup>5</sup> Ascarya, *Aqad dan Produk Bank Syariah; Konsep dan Praktek di Berbagai Negara*, (Bank Indoensia, Agustus, 2006). 132.

Tabel, 1.1

Jenis-Jenis Produk Pembiayaan Mikro di PT. Bank BRI Syariah

Produk	<i>Plafond</i> (juta)	<i>Tenor</i>
Mikro 25iB	5-25	6-36
Mikro 75iB	5-75	6-60*
Mikro 500iB	>75-500	6-60*
*Tenor dapat hingga 60 bulan dengan ketentuan khusus		

Sumber: Hasil wawancara dengan Bapak Gita Maha Buana<sup>6</sup>

Berdasarkan tabel, 1.1 dapat dijelaskan, ada tiga produk pembiayaan mikro yaitu; produk Mikro 25iB, produk Mikro 75iB, dan produk Mikro 500iB. Untuk pengertian *plafond* sendiri adalah batasan perolehan pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah seperti Rp. 5.000.000,- s/d Rp. 25.000.000,- Rp. 5.000.000,- s/d Rp. 75.000.000,- dan > Rp. 75.000.000,- s/d Rp. 500.000.000,- sedangkan *tenor* adalah batas jangka waktu angsuran yang diberikan oleh nasabah pembiayaan mikro seperti 6 – 36 bulan, dan 6 – 60 bulan. Oleh karena itu, setiap produk mempunyai *plafond* dan *tenor* sendiri-sendiri, dan sudah ditentukan oleh pihak bank sedangkan nasabah tidak berhak untuk menentukannya.

PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro salah satu bank syariah yang berdiri di Kota Bojonegoro setelah PT. Bank

---

<sup>6</sup> Gita Maha Buana, *Wawancara*, Bojonegoro, 18 Maret 2014.

Mandiri Syariah dan PT. Bank Muamalah. Keberadaan bank syariah yang baru terutama PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro harus lebih mengutamakan strategi pemasarannya. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro akan memberikan pengetahuan kepada calon nasabah yang belum mengetahui produk-produk syariah. Pengenalan suatu produk kepada konsumen atau masyarakat memberikan peluang yang signifikan dalam menarik calon nasabah. Jika pemasaran yang dijalankan tepat pada sasaran, akan berkontribusi pada peningkatan jumlah nasabah. Hal inilah sebagai tantangan PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro dalam berbisnis agar bisa bersaing dengan bank lainnya yang semakin kompetitif dalam meningkatkan jumlah nasabah, terutamanya nasabah pembiayaan mikro.

Strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan mulai pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Pada dasarnya, strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, *positioning*, elemen bauran pemasaran dan lain sebagainya.<sup>7</sup>

Strategi pemasaran yang dijalankan oleh bank konvensional dengan bank syariah pasti ada perbedaan yang sangat signifikan, terutama

---

<sup>7</sup> Fandi Jiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2008), 6.

prosedur yang diterapkan oleh perbankan syariah terutamanya PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro, di mana banyak syarat yang harus dipenuhi oleh calon nasabah, misalkan syarat *aqad* pembiayaan, usaha yang dijalankan tidak keluar dari syariah Islam, pembiayaan untuk kebutuhan modal kerja atau investasi dan lain sebagainya, dengan banyaknya prosedur dan syarat *aqad* Islam tersebut, apakah membuat calon nasabah merasa keberatan atau tidak dalam melakukan pembiayaan mikro.

Seperti kita ketahui, masyarakat Bojonegoro mayoritas muslim, agar dapat melakukan transaksi pembiayaan mikro tanpa adanya unsur *ribā*, maka PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro membuka kantor cabang untuk meningkatkan bisnis perbankan syariah. sedangkan pendirian PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro terbilang masih baru dan hanya ada satu Kantor Cabang Pembantu di Kota Bojonegoro. Hal ini sebagai salah satu kendala dalam bidang pemasaran agar masyarakat dapat mengetahui keberadaan bank syariah dan produk-produknya.

Menyikapi fenomena seperti yang digambarkan di atas, maka penulis mengambil judul, *Strategi Pemasaran PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro dalam Menarik Calon Nasabah Baru pada Produk Pembiayaan Mikro.*

## B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka timbul persoalan yang harus dipelajari oleh penulis untuk dijadikan acuan peneliti nanti.

1. Identitas bank syariah yang tidak menggunakan unsur *ribā*.
2. Fungsi dan tujuan nasabah pembiayaan.
3. Produk-produk pembiayaan mikro di PT. Bank BRI Syariah.
4. PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro dalam menghadapi pesaing bank syariah yang lainnya.
5. Strategi pemasaran PT. Bak BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoror dalam menarik calon nasabah baru pada produk pembiayaan mikro.
6. Kendala-kendala yang dihadapi PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro dalam menarik calon nasabah baru pada produk pembiayaan mikro.

Berdasarkan identifikasi permasalahan di atas dan dengan keterbatasan penulis maka penulis hanya membatasi beberapa permasalahan saja, di antara masalah yang akan dibahas oleh penulis adalah:

1. Strategi pemasaran PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro dalam menarik calon nasabah baru pada produk pembiayaan mikro.

2. Kendala-kendala yang dihadapi PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro dalam menarik calon nasabah baru pada produk pembiayaan mikro.

### C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pemasaran PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro dalam menarik calon nasabah baru pada produk pembiayaan mikro?
2. Apa saja kendala yang dihadapi PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro dalam menarik calon nasabah baru pada produk pembiayaan mikro?

### D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah deskripsi ringkas tentang kajian atau penelitian yang sudah pernah dilakukan seputar masalah yang diteliti sehingga terlihat jelas bahwa kajian yang sedang akan dilakukan ini bukan merupakan pengulangan atau duplikasi dari kajian atau penelitian yang telah ada.<sup>8</sup>

1. Firidatul Sa'adah (2008)

Skripsi yang ditulis oleh saudara Firidatul Sa'adah pada tahun 2008 dengan judul, *Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Dewi Sartika*. Skripsi ini lebih ditekankan pada

---

<sup>8</sup> Tim Penyusun Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. *Petunjuk Teknis Penulisan Skripsi*, Cet IV. (Surabaya: Fakultas Syari'ah IAIN Sunan Ampel, 2013), 11.



strategi bauran pemasaran yang dilakukan di Pegadaian Syariah Cabang Dewi Sartika dalam memasarkan produk gadai syariah, dan implementasi strategi pemasaran tersebut dapat mempengaruhi perkembangan jumlah nasabah dari tahun ke tahun.<sup>9</sup>

Perbedaan antara penelitian Firidatul Sa'adah dengan penelitian ini adalah, penelitian Firidatul Sa'adah membahas strategi produk gadai syariah dengan upaya menarik minat nasabah dan lokasi penelitian pada Pegadaian Syariah Cabang Dewi Sartika, dengan menggunakan strategi pemasaran 4 P yaitu; strategi produk, strategi harga, strategi distribusi, dan strategi promosi. Selain itu juga, dapat mempengaruhi perkembangan jumlah nasabah dari tahun ke tahun.

Sedangkan pada penelitian ini membahas strategi pemasaran (produk, harga, promosi, dan tempat) dalam menarik calon nasabah baru pada produk pembiayaan mikro dan lokasi penelitiannya pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro. Selain itu juga, penelitian ini membahas kendala-kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk pembiayaan mikro, yaitu kurangnya sumber daya manusia, PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro masih

---

<sup>9</sup> Firidatul Sa'adah, *Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Pergadaian Syariah cabang dewi Sartika*, Skripsi Program Studi Muamalah, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2008.

baru, dan pengetahuan masyarakat masih minim tentang PT. Bank BRI Syariah Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro

2. Silvia Zuhrotus Sa'adah (2013)

Skripsi yang ditulis oleh Silvia Zuhrotus Sa'adah pada tahun 2013 dengan judul *Analisis Penilaian KJKS BMT Amanah Ummah Surabaya Terhadap Kelayakan Perilaku Calon Nasabah Pembiayaan Murābahah Mikro*. Pada penelitian ini ditekankan pada penilaian calon nasabah pembiayaan *murābahah* mikro dengan 6 C yaitu *character, capacity, capital, collateral, condition of economic and compliance*, sedangkan yang paling digunakan untuk menganalisis calon nasabah dari KJKS BMT Amanah Ummah adalah *character*.<sup>10</sup>

Perbedaan antara penelitian Silvia Zuhrotus Sa'adah dengan penelitian ini adalah pada penelitian Silvia Zuhrotus Sa'adah ditekankan pada penilaian calon nasabah pembiayaan *murābahah* mikro, penilaian perilaku calon nasabah dengan menggunakan 6 C yaitu (*character, capacity, capital, collateral, condition of economic and compliance*), lokasi penelitian pada KJKS BMT Amanah Ummah. Sedangkan pada penelitian ini, menggunakan strategi pemasaran (produk, harga, tempat, dan promosi) dalam memasarkan produk pembiayaan mikro kepada

---

<sup>10</sup> Silvia Zuhrotus Sa'adah, *Analisis Penilaian KJKS BMT Amanah Ummah Surabaya Terhadap Kelayakan Perilaku Calon Nasabah Pembiayaan Murābahah Mikro*, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, IAIN Sunan Ampel, 2013.

masyarakat atau konsumen, dan kendala-kendala dalam memasarkan produk pembiayaan mikro dan lokasi penelitian pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro.

### 3. Magdalena (2006)

Skripsi yang ditulis oleh saudara Magdalena pada tahun 2006 dengan judul *Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Iskandar Muda Meda*. Pada skripsi ini bertujuan untuk menganalisis strategi bauran pemasaran pada PT. Bank Sumut Cabang Iskandar Muda Meda dalam meningkatkan jumlah nasabah.<sup>11</sup>

Perbedaan antara penelitian Magdalena dengan penelitian ini adalah pada penelitian Magdalena menggunakan bauran pemasaran 7 P yaitu: *product, price, place, promotion, people, phyichal, process*, serta bauran pemasaran digunakan untuk meningkatkan jumlah nasabah, dan lokasi penelitian pada PT. Bank Sumut Cabang Iskandar Muda Meda. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan bauran pemasaran (harga, tempat, promosi, produk) digunakan untuk menarik atau memasarkan kepada calon nasabah baru, dan kendala-kendala yang dihadapi dalam memasarkan pembiayaan mikro. Selain itu juga, lokasi

---

<sup>11</sup>Magdalenen, *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Sumut Cabang Iskandar Muda Meda*, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Utara, 2006.

penelitian pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro.

#### 4. Mawar Juita (2010)

Skripsi yang ditulis oleh Mawar Juita pada tahun 2010 dengan judul *Pengaruh Promosi Terhadap Jumlah Nasabah BMT Cengkareng Syariah Mandiri (BCSM) Jakarta Barat*. Pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bauran promosi BMT Cengkareng Syariah Mandiri (BCSM) Jakarta Barat dalam meningkatkan jumlah nasabah.<sup>12</sup>

Perbedaan penelitian Mawar Juita dengan penelitian ini adalah pada penelitian Mawar Juita memfokuskan pada strategi promosi yaitu: periklanan, personal selling, promosi penjualan, dan publisitas dalam meningkatkan jumlah nasabah, biaya promosi dalam meningkatkan jumlah nasabah, lokasi penelitian pada BMT Cengkareng Syariah Mandiri (BCSM) Jakarta Barat, sedangkan pada penelitian ini memfokuskan pada strategi pemasaran (harga, tempat, promosi, produk) untuk menarik calon nasabah baru, kendala-kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk pembiayaan mikro, dan lokasi penelitian pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro.

---

<sup>12</sup>Mawar Juita, *Pengaruh Promosi Terhadap Jumlah Nasabah BMT Cengkareng Syariah Mandiri (BCSM) Jakarta Barat*, Program Studi Muamalah, Fakultas Syariah Dan Hukum, Uin Syarif Hidayatullah, 2010.

### **E. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro dalam menarik calon nasabah baru pada produk pembiayaan mikro.
2. Untuk mengetahui apa saja kendala yang dihadapi PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro dalam menarik calon nasabah baru pada produk pembiayaan mikro.

### **F. Kegunaan Hasil Penelitian**

Hasil dari penelitian ini, diharapkan bermanfaat untuk hal-hal sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis
  - a. Sebagai rujukan/penambah referensi kepustakaan bagi peneliti berikutnya yang ingin meneliti atau menganalisis penelitian tentang strategi pemasaran produk pembiayaan PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro dalam menarik calon nasabah baru pada produk pembiayaan mikro dan apa saja kendala yang dihadapi PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro dalam menarik calon nasabah baru pada produk pembiayaan mikro.
  - b. Sebagai sarana bagi penulis untuk mempraktikkan teori-teori yang didapat selama perkuliaan dan sebagai sarana untuk memperoleh gelar sarjana (S-1) di Prodi Ekonomi Syariah,

Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, UIN Sunan Ampel  
Surabaya.

## 2. Kegunaan Praktis

- a. Dapat dijadikan informasi bagi manajemen bank khususnya menarik calon nasabah baru pada produk pembiayaan mikro.
- b. Memberikan kontribusi kepada para praktisi perbankan, terutama terkait dengan manajemen pemasaran.

## G. Definisi Operasional

Skripsi yang berjudul, *Strategi Pemasaran PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro dalam Menarik Calon Nasabah Baru pada Produk Pembiayaan Mikro*. Agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap judul, maka penulis akan menjelaskan pengertian yang bersifat operasional sebagai berikut:

- Strategi Pemasaran PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro

Strategi pemasaran adalah suatu kegiatan di mana perusahaan menawarkan produk-produk kepada masyarakat atau konsumen untuk kelangsungan hidup suatu perusahaan dan dapat menghasilkan laba. Maka strategi pemasaran yang dimaksud dalam penelitian ini adalah, usaha PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro dalam menarik calon nasabah baru pada produk pembiayaan mikro dengan menggunakan bauran pemasaran yaitu produk, harga, tempat, dan promosi.

- Calon Nasabah Baru

Masyarakat atau konsumen yang belum menjadi nasabah PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro dan berpeluang menjadi nasabah, seperti masyarakat pedagang pasar dan masyarakat yang mempunyai usaha.

- Pembiayaan Mikro

Dalam UU No 20 Tahun 2008 dijelaskan usaha mikro adalah adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. pembiayaan mikro yang ada di PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro diberikan kepada masyarakat yang mempunyai usaha baik masyarakat umum maupun masyarakat pedagang di pasar yang mempunyai usaha yang ada di Kota Bojonegoro. Sedangkan Produk pembiayaan mikro di PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro terdiri dari 3 produk yaitu, Mikro 25iB, Mikro 75iB, dan Mikro 500iB, dan setiap produk mempunyai *plafond* dan *tenor* sendiri-sendiri.

## H. Metodologi Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran, orang secara individual maupun

kelompok. Beberapa deskripsi digunakan untuk menemukan prinsip-prinsip dan penjelasan yang mengarah pada kesimpulan.<sup>13</sup> Dalam penelitian ini, mendeskripsikan strategi pemasaran PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro dan kendala-kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk pembiayaan mikro.

## 2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian di PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro di Jl. Untung Suropati Blok A No. 9 Ruko Adipura Bojonegoro. Hal ini dikarenakan keberadaan PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro sangat baru dan lokasi berdirinya sangat strategis. Serta penelitian dilaksanakan pada tanggal 26 Mei 2014 sampai 20 Juni 2014.

## 3. Populasi dan Sampel

- a. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>14</sup> Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini yaitu karyawan PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro.
- b. Sampel adalah bagian dari jumlah data karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang dijadikan sebagai obyek penelitian.<sup>15</sup> Sampel

---

<sup>13</sup> Nana Syaodih Sukmadinata, *Jenis-Jenis Penelitian*, Cet III (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), 60.

<sup>14</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D cet 14*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 80.

<sup>15</sup> *Ibid.*, 81.



yang digunakan dalam penelitian ini *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan.<sup>16</sup> Sampel dalam penelitian ini mengambil sebanyak 4 karyawan dari pihak PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro yang dapat dianggap mampu untuk memberikan informasi dengan pertimbangan tertentu yang dibutuhkan oleh peneliti mengenai strategi pemasaran dan kendala-kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk pembiayaan mikro.

#### 4. Data dan Sumber Data

##### a. Data yang dikumpulkan

Sesuai dengan tujuan yang telah dirumuskan, maka data yang dihimpun dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data mengenai strategi pemasaran PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro dalam memasarkan produk pembiayaan mikro.
2. Data mengenai kendala-kendala yang dihadapi PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro dalam memasarkan produk pembiayaan mikro.

---

<sup>16</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV Alfabeta, 2013), 54.

## b. Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini didapat dari beberapa sumber, yaitu:

### 1. Sumber Data Primer

Sumber data primer yakni subjek penelitian yang dijadikan sebagai sumber informasi penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau pengambilan data secara langsung atau yang dikenal dengan wawancara.<sup>17</sup> Sumber data primer yang diperoleh secara langsung dari staff pembiayaan PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro yaitu:

- a. Bapak Jaka Satria sebagai Pimpinan Cabang Pembantu
- b. Bapak Lukuz Yanuandhika sebagai *Unit Finanching Officer*
- c. Bapak Gita Maha Buana sebagai *Sales Operasional*
- d. Roman A sebagai *Sales Operasional*

### 2. Sumber Data Sekunder

Data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada.<sup>18</sup> Dalam hal ini, data yang digunakan peneliti antara lain:

- a. Perbankan Syariah, Ismail
- b. Perbankan Syariah di Indonesia, Fahrur Ulum
- c. Fiqh Muamalah, Hendi Suhendi
- d. *Islamic Banking*, Veithzal Rivai
- e. *Marketing*, Philip Kotler

---

<sup>17</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, cet. III, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2007), 91.

<sup>18</sup> Ibid.,

f. Strategi Pemasaran, Fandy Tjuptono

g. Data yang bersumber dari artikel yang ada di internet yang berkenaan dengan perbankan syariah

## 5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan beberapa teknik, yaitu:

### a. Pengumpulan Data Lapangan

#### 1. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, agenda dan sebagainya.<sup>19</sup> Metode dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil data dari manajemen PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro, Web, dan berbagai data tentang PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro.

#### 2. Wawancara

Wawancara atau *interview* yaitu metode ilmiah yang dalam pengumpulan datanya dengan jalan berbicara atau berdialog langsung dengan sumber obyek penelitian. Wawancara sebagai alat pengumpul data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis dan

---

<sup>19</sup> Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. (Jakarta: PT. Rineka Cipta. Cet. 13, 2006), 231.

berlandaskan pada tujuan penelitian.<sup>20</sup> Wawancara dilakukan kepada karyawan PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro.

## 6. Teknik Pengolahan Data

Setelah data terkumpul dari segi lapangan maupun pustaka, maka dilakukan pengolahan data. Adapun teknik yang digunakan dalam pengolahan data antara lain:

- a. *Editing* yaitu memeriksa kembali dari semua data yang diperoleh terutama dari segi kelengkapannya, kejelasan makna, keselarasan antara data yang ada dan relevansi dengan penelitian.<sup>21</sup> Teknik ini digunakan untuk memeriksa kelengkapan data-data yang sudah penulis dapatkan. Data yang diperoleh setelah penelitian di PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro ditinjau kembali agar data yang diperoleh relevansi dengan penelitian baik dari segi kelengkapan dan kejelasan makna.
- b. *Organizing* menyusun kembali data yang telah didapat dalam penelitian yang diperlukan dalam kerangka paparan yang sudah direncanakan dengan rumusan masalah secara sistematis.<sup>22</sup> Setelah data diperoleh dari penelitian, maka data tersebut disusun kembali sesuai dengan rumusan masalah yang menjadi topik utama penelitian. Data yang diperoleh tidak sesuai dengan penelitian,

---

<sup>20</sup> Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1991), 193.

<sup>21</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D...*, 243.

<sup>22</sup> *Ibid.*, 245

maka data tersebut tidak digunakan dalam penelitian ini, dikarenakan tidak sesuai dengan rumusan masalah yang dipaparkan secara sistematis.

- c. Penemuan hasil yaitu dengan menganalisis data yang telah diperoleh dari penelitian untuk memperoleh kesimpulan mengenai kebenaran fakta yang ditemukan, yang akhirnya merupakan sebuah jawaban dari rumusan masalah. Data yang diperoleh dari PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro sesuai dengan apa yang ada dipenelitian akan dianalisis sesuai dengan rumusan masalah sehingga akan menghasilkan kesimpulan.

## 7. Teknik Analisis Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik deskriptif analisis, yaitu menggunakan atau melukiskan secara sistematis, faktual dan aktual mengenai fakta-fakta, sifat-sifat hubungan antar fenomena yang diteliti.<sup>23</sup> Kemudian data tersebut diolah dan dianalisis dengan pola pikir induktif yang berarti pola pikir yang berpijak pada fakta-fakta yang bersifat khusus kemudian diteliti, dianalisis dan disimpulkan sehingga pemecahan persoalan atau solusi tersebut dapat berlaku secara umum.

Data yang dikumpulkan untuk dianalisis adalah strategi pemasaran PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro dalam menarik calon nasabah baru dan kendala-kendala yang dihadapi

---

<sup>23</sup> M, Nasir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Gaila Indonesia, 1988), 62.

dalam menarik calon nasabah baru pada produk pembiayaan mikro. Dalam hal ini, penelitian dilakukan di PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro, sehingga ditemukan pemahaman terhadap pemecahan persoalan dan permasalahan dari rumusan masalah yang telah ditentukan.

## I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan memuat uraian dalam bentuk *essay* yang menggambarkan alur logis mengenai bahasan skripsi.<sup>24</sup> Tujuan dari sistematika penelitian untuk menyusun skripsi secara teratur dan terarah sesuai dengan bidang kajian dan untuk mempermudah pembahasan, dalam skripsi dibagi dalam lima bab, dari masing-masing bab terdapat sub-bab, di mana antara satu dengan yang lainnya saling berhubungan sebagai pembahasan yang utuh. Adapun sistematika pembahasan sebagai berikut

Bab Pertama, Merupakan pendahuluan yang meliputi latar belakang, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab Kedua, Dalam bab ini dijelaskan mengenai beberapa teori-teori yang akan diteliti, memuat teori-teori yang relevan dengan penelitian yang dilakukan, Pengertian strategi pemasaran, *segmenting, targeting, positioning*, bauran pemasaran (harga, tempat, promosi, produk) pengertian pembiayaan, tujuan pembiayaan, landasan hukum

---

<sup>24</sup> Tim Penyusun Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. *Petunjuk Teknis Penulisan Skripsi...*, 9.

pembiayaan, jenis pembiayaan, pembiayaan murabahah, rukun dan syarat pembiayaan murabahah, pengertian sektor usaha dan kriterianya, pengertian sektor usaha, kriteria usaha mikro, kecil dan menengah, dan pengembangan usaha.

Bab Ketiga, pada bab ini diuraikan tentang data penelitian yang meliputi gambaran umum mengenai PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro sejarah singkat dan perkembangan, visi dan misi, struktur organisasi, produk-produk yang ditawarkan, syarat pengajuan produk pembiayaan mikro, strategi pemasaran PT. BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro dalam menarik calon nasabah baru pada produk pembiayaan mikro, dan kendala-kendala yang dihadapi PT. BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro dalam menarik calon nasabah baru pada produk pembiayaan mikro.

Bab Keempat, pada bab ini peneliti akan menguraikan tentang analisis strategi pemasaran PT. BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro dalam menarik calon nasabah baru pada produk pembiayaan mikro, dan analisis kendala-kendala yang dihadapi PT. BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro dalam menarik calon nasabah baru pada produk pembiayaan mikro.

Bab Kelima, pada bab ini akan menguraikan tentang kesimpulan dan saran yang merupakan upaya memahami jawaban-jawaban atas rumusan masalah juga saran-saran jika diperlukan, dalam

bab ini juga penulis akhiri dengan penutup dan daftar pustaka sebagai referensi kutipan yang telah diambil.