

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Bank didefinisikan dalam Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 sebagai suatu lembaga yang menghimpun simpanan masyarakat umum dan mempergunakan dana tersebut untuk memberikan kredit atau sarana lain kepada masyarakat sehingga dapat meningkatkan taraf hidup orang banyak. Seiring berjalannya waktu, industri perbankan Indonesia pun semakin berkembang. Bank konvensional tidak lagi memegang seluruh kekuasaan, sejumlah besar bank syariah juga bermunculan akhir-akhir ini. Keinginan masyarakat untuk menyelenggarakan perbankan dan operasional perekonomian yang sesuai dengan prinsip dan nilai syariah inilah yang memunculkan perbankan syariah di Indonesia.

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang tidak mengandalkan bunga. Standar hukum Islam mengatur pengaturan kontrak yang dimiliki bank dengan pihak lain mengenai simpanan, pendanaan, dan operasional lainnya yang dinilai berdasarkan prinsip Syariah. Diantaranya adalah strategi pembiayaan berdasarkan gagasan bagi hasil (*mudharabah*), jual beli barang untuk menghasilkan uang (*murabahah*), sewa guna usaha murni (*ijarah*) atau sewa murni dengan opsi beli kembali, dan penyertaan modal (*musyarakah*). memindahkan kepemilikan barang dari bank kepada pihak ketiga (*ijarah wa iqtina*).

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (sukuk) merupakan undang-undang Indonesia yang mengatur tentang perbankan syariah. Pemberlakuan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 yang mengatur tentang perbankan syariah pada tanggal 16 Juli 2008 telah memberikan landasan hukum yang kuat bagi industri perbankan syariah nasional dan akan mempercepat ekspansinya. Setelah BRI Syariah, Bank Mandiri Syariah, dan BNI Syariah bergabung, Bank Syariah Indonesia (BSI) kini menjadi bank syariah. Secara resmi disampaikan melalui surat SR-3/PB.1/2021, pada 27 Januari 2021. Melalui merger

ini, gabungan kekuatan ketiga bank syariah digunakan untuk memberikan modal lebih banyak, layanan lebih luas, dan nasabah lebih luas.

Pembiayaan syariah adalah produk populer yang disediakan oleh Bank Syariah. Ia menawarkan pilihan pendanaan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Pendanaan ini disalurkan dalam bentuk dana bagi hasil, atau dana *mudharabah* dan *musyarakah*, serta dana berbasis utang, atau dana *murabahah*, yang berbasis pada jual beli utang. Jenis transaksi lainnya adalah sewa jasa (*ijarah*), sewa utang (*qardh*), dan transaksi sewa guna usaha (*ijarah muntahiya bittamlik*). 1. Dasar transaksi ini adalah perjanjian bank syariah yang didirikan dengan pihak lain, yang mengatur bahwa pihak yang didanai atau diberi kuasa harus mengembalikan uang tunai tersebut kepada bank syariah dalam jangka waktu tertentu.

Berbagai produk dipasok oleh bank syariah berdasarkan permintaan masyarakat. Tentu saja akan ada persaingan dengan bank syariah lainnya dalam menyediakan produk keuangan, sehingga setiap bank perlu memiliki rencana pemasarannya masing-masing. Menanggapi persaingan sengit dalam sektor perbankan syariah, Bank Syariah Indonesia, salah satu bank syariah di Indonesia, mengembangkan divisi pembiayaannya dengan menggunakan berbagai strategi.

Dalam perbankan Islam, pembiayaan melalui akad *mudharabah* dianggap sebagai salah satu cara mengalokasikan modal dan menghasilkan pendapatan melalui bagi hasil berdasarkan pendapatan perusahaan yang dikelola nasabah. Melalui pembiayaan *mudharabah*, nasabah bekerja sama dengan bank untuk memenuhi kebutuhan modalnya sendiri, dan pendapatannya diberikan sesuai dengan syarat dan ketentuan yang telah disepakati. *Mudharabah* masih belum menjadi sumber pendanaan utama dalam perbankan syariah, meskipun dianggap sebagai salah satu produk terbaik di industri karena banyaknya keunggulan dibandingkan produk lain dan fakta bahwa upaya akuisisi nasabah masih belum memadai. Penawaran utama Bank Syariah Indonesia adalah pembiayaan dengan akad jual beli atau *murabahah*. Berdasarkan data wawancara dengan AO Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Fatmawati, terlihat jelas bahwa lebih banyak nasabah yang memilih *murabahah* dibandingkan *mudharabah*.

Adapun data jumlah nasabah dan jumlah pembiayaan pada tahun 2020 – 2022 adalah sebagai berikut:



Sumber : Data Olahan Kcp Jakarta Fatmawati (2022)

Gambar 1. Jumlah Nasabah Pembiayaan dan Jumlah Pembiayaan Tahun 2020-2022

Dari data diatas menunjukkan bahwa terjadinya peningkatan jumlah nasabah yang signifikan mulai dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2022 meningkat sekitar 6%. Oleh karena itu melalui penerapan strategi bauran pemasaran, Bank Syariah Indonesia meningkatkan pembiayaan mudharabah dengan mengoptimalkan kinerja pemasaran yang berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen. Hal ini sering kali terdiri dari apa yang dikenal sebagai 7P (*product, promotion, place price, process, physical evidence*). Ada juga dapat menyebutnya orang, proses, dan bukti fisik. Kampanye pemasaran perlu mencakup konsep-konsep strategis yang kemudian dipraktikkan untuk memenuhi kebutuhan Bank saat ini dan masa depan. Pemasaran yang berhasil hendaknya disesuaikan dengan tuntutan dan kemampuan khalayak sasaran.

Penulis berencana melakukan pembuatan Tugas Akhir (TA) yang berjudul “*Tinjauan Pemasaran Pembiayaan Mudharabah 7p Pada Bank Syariah Indonesia KCP Jakarta Fatmawati*” berdasarkan uraian yang telah diberikan diatas.

I.2 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari Tugas Akhir (TA) ini adalah untuk melengkapi persyaratan kelulusan Program Diploma Perbankan dan Keuangan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Hal ini juga berupaya untuk mencapai tujuan tambahan yaitu:

- 1) Mengetahui tentang produk Pembiayaan *Mudharabah*.
- 2) Menyadari 7P Marketing Mix yang diterapkan Bank Syariah Indonesia untuk meningkatkan pendanaan *Mudharabah*.
- 3) Mengetahui tentang kendala yang dialami pada saat melakukan pemasaran produk pembiayaan *mudharabah*

I.3 Manfaat Tugas Akhir

Diharapkan setelah penulisan laporan Tugas Akhir ini, seluruh pembaca dapat memperoleh manfaat dari berbagai sudut pandang, yaitu :

1) Aspek Teoritis

Tujuan dari Tugas Akhir (TA) ini adalah untuk memajukan bidang ilmu perbankan dengan menawarkan wawasan, pengetahuan, dan manfaat terkait strategi pemasaran produk pembiayaan *mudharabah*.

2) Aspek Praktis

Manfaat, pengetahuan, dan informasi di bidang ilmu perbankan diharapkan dari Tugas Akhir (TA) ini, yang akan meningkatkan pemahaman taktik pemasaran barang pembiayaan *mudharabah*.

a) Bagi Bank

Hasil Tugas Akhir (TA) diharapkan bisa berfungsi sebagai sumber referensi, acuan kinerja Bank Syariah Indonesia dalam mengembangkan strategi pemasaran pada produk pembiayaan akad *mudharabah*.

b) Bagi Masyarakat

Meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap strategi Bank Syariah Indonesia dalam mendorong minat produk pembiayaan dengan akad *mudharabah* menjadi tujuan utama dari Tugas Akhir (TA) ini.