PERAN PEMBIAYAAN MUDHARABAH DALAM MENINGKATKAN USAHA NASABAH
(Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan)

SKRIPSI

Oleh :

Ana Agustin
NIM 210817024

Pembimbing

Tiara Widya Antikasari, M. M.

NIP 199201012019032045

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERIPONOROGO
2021

ABSTRAK

Agustin,Ana.2021.Peran Pembiayaan *Mudharabah* Dalam Meningkatkan Usaha Nasabah, (Studi kasus Bank Syariah Indonesia Kcp Pacitan). *Skripsi*. 2021. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Tiara Widya Antikasari, M.M.

Kata Kunci: *Mudharabah*, Segmentasi pasar, Pembiayaan.

Pembiayaan mudharabah merupakan akad bagi hasil ketika pemilik dana/modal (pemodal), *Sahibul mal* (pemodal) adalah pihak yang memiliki modal, tetapi tidak bisa berbisnis adanya terjadi nasabah yang usahanya tidak berkembang karena kerugian karena proses normal dari usaha, dan bukan karena kelalaian atau kecurangan pengelola, kerugian ditanggung sepenuhnya oleh pemilik modal, sedangkan pengelola kehilangan tenaga dan keahlian yang telah dicurahkannya. Apabila terjadi kerugian karena kelalaian dan kecurangan pengelola, maka pengelola bertanggung jawab sepenuhnya.

Pada BSI KCP Pacitan akan semakin meningkat motivasi pada segmentasi pasar terhadap produk, harga, promosi dan tempat. Di karenakan ketatnya pesaingannya BSI harus meningkatkan mutu pelayanan, hal ini merupakan tantangan yang di hadapi BSI saat ini dalam meghadapi persaingan tersebut. Pada perkembangan kebutuhan pelayanan masyarakat nasabah sebagai utama jasa pelayanan BSI sebagai pengunaan segmentasi pemasaran pada peran pembiayaan *mudharabah*.

Peneliti ini menggunakan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini peneliti sebagai narasumber secara langsung di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan untuk melakukan wawancara langsung kepada pihak bank sehingga dapat menghasilkan data-data yang peneliti inginkan baik berupa lisan maupun tulisan. Sebab jaringan pasarnya rendah, belum jelasnya segmentasi pasar. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa segmentasi pasar pembiayaan *murabahah* yang dilaksanakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan dapat membantu siklus usaha nasabah tetap berjalan, dan juga pengembangan usaha nasabah serta membantu meningkatkan omzet penjualan. Meningkatnya omzet penjualan dibuktikan dengan bertambahnya jumlah barang dagangan dan bertambah pula jumlah karyawan yang disebabkan karena jumlah pembelian meningkat.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa segmentasi pasar pada pembiayaan *mudharabah* yang dilaksanakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan dapat membatu siklus usaha nasabah tetap berjalan, serta membantu meningkatkanomzet penjualan dan meningkatkan omzet yang dibuktikan dengan bertambahnya jumlah barang dagangan dan bertambah pula jumlah karyawan yang disebabkan karena jumlah pembelian mrningkat.

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

No	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL SKRIPSI
1	Ana Agustin	210817024	Perbankan Syariah	Peran Pembiayaan Mudharabah Dalam Meningkatkan Usaha Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah KCP Pacitan)

Telah selesai malaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 21 April 2021

Mengetahui	Menyetujui
Ketua Jurusan Perbankan Syariah	
a.n. **Agung Eko Purwana,. S.E., M.S.I**	**Tiara Widya Antikasari, M.M.**
NIP. 19710923200003100	**NIP. 199201012019032045**

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah Skripsi Berikut Ini :

Judul	:	Peran Pembiayaan Mudharabah Dalam Meningkatkan Usaha Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan)
Nama	:	Ana Agustin
NIM	:	20817024
Jurusan	:	Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah.

DEWAN PENGUJI:

Ketua Sidang Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag. NIP. 197207142000031005	:	( )
Penguji I Unun Roudlotul Janah, M.Ag. NIP. 197507162005012005	:	( )
Penguji II Tiara Widya Antikasari, M.M. NIP. 199201012019032045	:	( )

Ponorogo, 10 Mei 2021
Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo

Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertandatangan dibaawah ini

Nama : Ana Agustin

NIM : 210817024

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : Peran Pembiayaan Mudharabah dalam Meningkatkan Usaha Nasabah (studi kasus bank syariah Kcp Pacitan).

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya, saya bersedia naskah tersebut di publikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses die theses.iainponorogo.ac.id adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggungjawab penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 11 Mei 2021
Pembuat Pernyataan

METERAI TEMPEL
7C0C1AJX122573306

Ana Agustin
210817024

PONOROGO

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ana Agustin

NIM : 210817024

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PERAN PEMBIAYAAN MUDHARABAH DALAM MENINGKATKAN USAHA NASABAH

(Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan)

Secara keseluruhan adalah hasil karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 06 April 2021

Pembuat Pernyataan

METERAI TEMPEL

Ana Agustin

210817024

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Peran pembiayaan pada perkembangan perekonomian di Indonesia memasuki era yang sangat pesat tentunya membutuhkan peran dari lembaga keuangan syariah. Lembaga keuangan syariah didirikan dengan tujuan mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip Islam, syariah dan tradisinya ke dalam transaksi keuangan dan perbankan serta usaha yang terkait. Lembaga keuangan itu sendiri berfungsi untuk menghimpun danadari masyarakat yang kelebihan dana dan menyalurkan ke pihak yang membutuhkan dana. Maka dari itu lembaga keuangan sangat berperan penting dalam memenuhi kebutuhanmasyarakat.[1]

Pada lembaga keuangan syariah menganut sebagai prinsip syariah yang dilandasi oleh nilai-nilai keadilan, kemanfaatan, keseimbangan dan keuniversalan (*rahmatan lil 'alamin*).Nilai keadilan tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan*margin* keuntungan yang disepakati bersama antara lembaga keuangan dan nasabah. Konstribusi lembaga keuangan syariah dalam mengembangkan ekonomi nasional yang diperankan mencerminkan nilai kemanfaatan. Penempatan nasabah sebagai mitra usaha yang berbagi keuntungan dan resiko secara seimbang mencerminkan nilai keseimbangan. Sedangkan nilai keuniversalan yang tercermin dari dukungan bank syariah yangtidak dapat membedakan antara

[1]Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah,* (Jakarta: Kencana, 2009), 29.

suku, agama, ras, golongan agama dalam masyarakat dengan prinsip islam sebagai *rahmatan lil 'alamin*.

Lembaga keuangan terbagi menjadi dua yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank. Lembaga keuangan bank terdiri dari Bank Umum dan Bank Syariah. Sedangkan lembaga keuangan non bank terdiri dari pasar uang, pasar modal, perusahaan asuransi, dan dana pensiun. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah bank yang khusus melayani masyarakat kecil di kecamatan dan perdesaan. Jenis produk yang ditawarkan oleh bank pembiayaan rakyat syariah relatif sempit jika dibandingkan dengan bank umum, bahkan ada beberapa jenis jasa bank yang tidak boleh diselenggarakan oleh bank pembiayaan rakyat syariah, seperti pembukaan rekening giro.[2]

Pada suatu lembaga keuangan pastinya mempunyai tujuan supaya lembaga tersebut kedepannya agar dapat berjalan dan berkembang lebih pesat. Baik dilihat dari segi penampilan maupun pengelolaan, maka lembaga keuangan tersebut mampu memberikan pembiayaan usaha untuk nasabah yang membutuhkan dana. Pemberian pembiayaan diharapkan sesuai dengan kemampuan usaha bagi nasabah tersebut. Pelaksanaan dari pemberian pembiayaan diharapkan dapat menjadi solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh nasabah.[3]

Sebagai bank syariah penghimpuna dan penyaluran dana kepada masyarakat. Lokasi penelitian ini pada Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan

---

[2]Ibid., 44.

[3]Andrianto Anang Firmansyah, *Bank Syariah Implementasi Teori dan Praktek*,(Yogyakarta: Qiara Media, 2019), 29.

yang beralamat di di Jalan Ahmad Yani No. 90, Semanten, Pacitan, Caruban, Sidoharjo, Kec Pacitan, Kabupaten Pacitan, Jawa Timur 63518 sebagai salah satu alternatif pilihan para pedagang pasar arjowinangun. Pasar Arjowinangun merupakan kawasan yang potensial untuk penyaluran pembiayaan usaha, karena sebagian besar usaha produktif di pasar Arjowinangun adalah usaha dagang. Kegiatan yang dilakukan oleh nasabah dikawasan ini pada umumnya adalah pedagang sayuran, pedagang pakaian, pedagang tas dan sepatu, dan kebutuhan harianlainnya.

Bapak Agus Arif Darmawan selaku Analisis Mikro Pembiyaan Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan menjelaskan bahwa peran pembiayaan *mudharabah* adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (pemilik dana) menyediakan seluruh dana bertindak selaku pengelola, dan keuntungan usaha dibagi diantara mereka sesuai kesepakatan sedangkan kerugian finansial hanya ditanggung oleh pengelola dana. Keuntungan pada pembiayaan *mudharabah*dapat dibagi menurut kesepakatan yang dapat dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian si pengelola. Dan apabila kerugian itu diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian pengelola, maka pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.[4]

Dalam usahanya nasabah tidak mengalami kelancaran karena kurangnya usaha nasabah rendah dan peran bank belum maksimal karena dalam sebuah bisnis sangat diperlukan agar tidak mengalami kemacetan

[4]Agus Arif Darmawan, *Wawancara*, 30 Agustus 2020.

sebabnya usaha kurang lancar, sehingga mengakibatkan pelaku usaha kurang mampu untuk meningkatkan penjualan omset yang dimiliki yang berakibat dan pendapatan pada peran pembiayaan yang di peroleh kehadiran Bank Mandiri Syariah KCP Pacitan diharapkan agar berperan aktif dalam melakukan pembiayaan

Dalam menyikapi masalah kurangnya akses permodalan yang sedang dialami nasabah, maka dalam hal ini Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan diharapkan dapat menjalankan perannya dalam membantu para nasabah memenuhi kebutuhan modalnya melalui pemberian pembiayaan yang mudah dan cepat. Pembiayaan yang paling diminati oleh nasabah Bank Syariah Indonesia adalah pembiayaan *mudharabah* baik untuk kegiatan konsumsi maupun produksi. Pemberian pembiayaan *mudharabah* kepada nasabah bertujuan untuk membantu para pelaku usaha dalam memenuhi kebutuhan modalnya sehingga usaha yang dijalankan dapat berkembang.[5]

Pada Segmentasi pasar peran pembiayaan *mudharabah*di Bank Syariah Indonesia KCP nasabh yang menggunakan pembiayaan mudharabah dalam meningkatkan usaha nasabah 20 nasabah dan yang mengalami kemacetan pada usaha nasabah sekitar 15 nasabah. Segmentasi pasar pada peran pembiayaan *mudharabah* peningkatn jumlah dan pemerataan di Bank Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan akan semakin meningkat motivasi pada segmentasi pasar terhadap produk, harga, promosi dan tempat. Di karenakan ketatnya pesaingannya BSI harus meningkatkan mutu pelayanan, hal ini

[5]Agus Arif Darmawan, *Wawancara*, 30 Agustus 2020.

merupakan tantangan yang di hadapi BSI saat ini dalam meghadapi persaingan tersebut. Pada perkembangan kebutuhan pelayanan masyarakat nasabah sebagai utama jasa pelayanan BSI sebagai pengunaan segmentasi pemasaran pada peran pembiayaan *mudharabah*.

Oleh karena itu peran segmentasi pasar dalam pembiayaan *mudharabh* sangat penting dalam menunjang keberhasilan Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan. Tanpa adanya segementasi pasar yang baik pada produk, harga, promosi dan juga tempat yang telah di dibeli oleh konsumen disinilah tugas para marketing untuk memasarkan produk mereka sehinga dibeli oleh konsumen. Dalam konteks pemasaran pada segmentasi pasar, promosi penjualan merupakan upaya pemasaran yang bersifat media dan non media untuk meningkatkan permintaan dari konsumen atau memperbaiki kualitas produk. [6]dalam segemntasi pasar yang baik, promosi juga untuk berperan dalam menjaring konsumen untuk meningkatkan volume penjualan konsumen dan juga seluruh kegitan promosi bertujuan mempengaruhi perilaku pembelian, tetapi tujuan utama promosi yaitu memberitahukan, membujuk dan meningkatkan kembali konsumen terhadap produk atau jasa yang dijualnya.

Perusahaaan pada segmentasi pasar semakin maksimal. Salah satu yang harusdipertimbangkanolehperusahaandalammelakukansegmentasipasaryaitu melihatdarikemampuanperusahaanuntukmemasukisegmentasipasar.Setelahter

[6]Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), 233.

identifikasijumlahsertaukurandanluassegmentasipasaryangada,makalangkahselanjutnyaadalahmenetapkanpasar sasaranyangdiinginkan.menetapkanpasarsasaranadalahkeputusanperusahaan mengenai pasar manakah yang akan dilayani.Caramenetapkanpasarsasaranyaitudenganmengembangkan ukuran-ukuran dan daya tarik segmentasipasar kemudian memilih segmentasi pasar manakah yangakandiinginkan.

Penentuan posisi pasar bagi produk ataupun jasasuatu perusahaan sangat penting. Menentukan posisi pasaryaitumenentukanposisiyangkompetitifuntukprodukatau suatu jasa. Produk atau jasa diposisikan pada posisiyangdiinginkanolehnasabah,sehinggadapatmenarikminatnasabahuntuk memebeliprodukataujasayangditawarkan.Kegiataninidilakukansetelahmenentukansegmentasiyanginginditempati.[7]

Dalam suatu perkembangan usahanasabah dalam meningkatkan usaha yang merupakan suatu keadaan terjadinya peningkatan omzet penjualan. Perkembangan usaha dapat diukur dari modal usaha, jumlah omzet penjualan, dan jumlah tenaga kerja. Suatu usaha dapat dikatakan berkembang apabila modal yang dikeluarkan banyak, usaha yang dijalankan lancar, dan omzet penjualan naik. Ketika omzet penjualan mengalami kenaikan artinya jumlah pelanggan juga bertambah. Ketika jumlah pelanggan bertambah pelaku usaha akan menambah jumlah tenaga kerja untuk melayani pelanggan.

[7]Agus Arif Darmawan, *Wawancara*, 3 April 2021.

Pembiayaan *mudharabah* yaitu akad kerja sama usaha antara dua belah pihak dimana pihak pertama (*sahibul maal)* menyediakan seluruh (100%) modal. Pembiayaan yang diberikan kepada nasabah dalam rangka pemenuhan kebutuhan barang modal. Pembiayaan ini diberikan dalam jangka waktu satu tahun dan maksimal empat tahun sesuai dengan kesepakatan nasabah dan bank pada saat akad pembiayaan. Tetapi bisa juga terjadi jika nasabah ingin melakukan pelunasan dipercepat. Asalkan dalam akad sudah diatur bahwa terjadi kesepakatan baru antara nasabah dan bank. Namun ada juga pelunasan yang di luar jadwal yang telah ditetapkan dalam akad pembiayaan karena pembiayaan bermasalah Ketidak lancaran dalam membayar pokok maupun *margin* pembiayaan mengakibatkan adanya kolektibilitas pembiayaan.[8]

Faktor yang menimbulkan pembiayaan kurang lancar pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan diantaranya besarnya nilai pembiayaan (*Plafon*) yang diterima nasabah. Jumlah *plafon* juga mempengaruhi besarnya jumlah *margin* yang ditetapkan. Karena tidak semua nasabah menggunakan pembiayaan yang diterima untuk pengembangan usahanya, ada nasabah yang menyalahgunakan pembiayaan yang mereka terima untuk kegiatan pribadi.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai bagaimana peran pembiayaan *mudharabah* khususnya dalam pengembangan usaha nasabah. Maka dari itu

[8]Muhammad Lathief Ilham, *Manajemen Pembiayaan Mudharabah Bank Syariah,* (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018), 140.

penulis menarik kesimpulan mengambil judul "Peran Pembiayaan *Mudharabah* dalam Meningkatkan Usaha Nasabah (Studi kasus di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan)".

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana segmentasi pasar pada peran pembiayaan *mudharabah* di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan?
2. Bagaimana perkembangan usaha nasabah sebelum dan sesudah melakukan pembiayaan *mudharabah*di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan?

C**. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui segmentasi pasar pada peran pembiayaan *mudharabah* di Bank Syariah Indonesia KCPPacitan.
2. Untuk mengetahui peran pembiayaan*mudharabah* dalam meningkatkan perkembangan usaha nasabah sebelum melakukan usaha dan sesudah melakukan pembiayaan *mudharabah* di Bank Syariah IndonesiaKCP Pacitan.

D. Manfaat Peneliti

1. Manfaat teoritis

   Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat menjadi tambahan ilmu dalam bidang perbankan syariah yang bemanfaat bagi pembaca, serta teori yang berhubungan maupun yang berpengaruh dengan peran pembiayaan *mudharabah* dalam menggembangkan usaha nasabah Sebagai bahan perbandingan penelitian yang sama dengan tempat yang berbeda serta menjadi salah satu referensi bagi kepentingan akademis.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Pihak Bank

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan referensi bagi Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan dan bidang lain yang bersangkutan. Pihak perusahaan juga dapat mengetahui sejauh mana deskripsi peran pembiayaan *mudharabah* dalam mengembangkan usaa nasabah yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan.

b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan clon nasabah dalam memilih suatu bank.

E.Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pemahaman serta pembahasan, penelitian ini disajikan secara sistematis. Penelitian ini akan disajikan menjadi tiga bagian utama yaitu bagian awal, inti dan bagian akhir. Pembahasan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab yang akan berkelanjutan dan berhubungan antara satu dengan yang lainnya. Adapun sistematika pembahasan pada penelitian kualitatif ini sebagai berikut:

Bab pertama berisi pendahuluan dalam bab ini merupakan gambaran umum untuk memberikan pola pemikiran isi keseluruhan penelitian yang terdiri dari: Latar belakang masalah untuk mendeskripsikan alasan penelitian ini dilakukan, rumusan masalah yang berguna membantu peneliti mengarahkan fokus kajian yang dilakukan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua berisi kajian terhadap beberapa teori dan referensi yang menjadi landasan dalam mendukung studi penelitian ini, diantaranya adalahperan pembiayaan*mudharabah*.

Bab ketiga berisi mengisi metode penelitian yang meliputi jenis dan pendekatan penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik analisis data, teknik pengecekan keabsahan data.

Bab keempat yang berisi tentang profil perusahaan dan menjelaskan pokok bahasan yang meliputi bagaimana peran pembiayaaan mudharabah dalam mngembangkan usaha nasabah dan penentuan margin keuntungan diBank Syariah Indonesia KCP Pacitan.

Bab kelima Bab ini merupakan bab terakhir dari semua rangkaian pembahasan dari Bab I sampai Bab V. Bab ini berisi tentang penutup yang meliputi kesimpulan, saran dan lampiran-lampiran. Bab ini berfungsi untuk mempermudah para pembaca dalam mengambil intisari.

PONOROGO

BAB II
LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Segmentasi Pasar pada Pembiayaan Mudharabah

a. Definisi Segmentasi Pasar

S*egmentasi pasar syari"ah* adalah seni mengidentifikasikan serta memanfaatkan peluang-peluang yang muncul di pasar, dimana pasar yang dipilih merupakan pasar yang menjadi tujuan untuk memasarkan produk. Selain itu, bank yang merupakan perusahaan berorientasi pada konsumen harus memahami *homogenitas* masing-masing segman tersebut yang disebabkan oleh adanya perbedaan-perbedaan dalam kebiasaan membeli, cara penggunaan barang, kebutuhan pemakai, motif pembelian, tujuan pembelian, dan lain sebagainya. [1]

Berdasarkan perbedaan antara pemasaran syari'ah dan pemasaran konvensional, pemasaran konvensional lebih mengutamakan target dan keuntungan besar bagi perusahaan, sedangkan *marketer syari"ah* tidak hanya keuntungan yang dikejar, tetapi juga nilai kejujurandankeadilanjugadiutamakankarena*marketersyari"ah*tidakhanya bertanggungjawab pada perusahaan dan pelanggan melainkan bertanggungjawab juga terhadap AllahSWT.

[1] Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Press, 2010), 187.

Sudah menjadi barang tentu bagi setiap bank yang berbasis syari'ah harus membangun nilai-nilai kejujuran dalam pelaksanaan operasionalnya. Seperti yang telah disampaikan oleh ulama terkemuka abad ini, Syaikh Al- Qardhawi bahwa di antara nilai transaksi yang terpenting dalam bisnis adalah *al-amanah* (kejujuran). Ia merupakan puncak moralitas iman dan karakteristik yang paling menonjol dari orang yang beriman. Bahkan, kejujuran merupakan karakteristik yang terdepan yang dimilliki nabi dan rasul. Yang paling utama dari orang-orang pilihan tersebut adalah nabi akhir dan teladan, yakni Nabi Muhammad SAW. Kejujuran Nabi Muhammad SAW terlihat sangat jelas dan dibuktikan oleh para penolongnya, orang-orang yang beriman kepadanya. Kerena dengan kejujurannya, sehingga beliau dijuluki dengan nama*al-amin* yang artinya terpercaya. Tanpa adanya kejujuran, kehidupan agama tidak akan berdiri kokoh. Begitu pula dengan berdirinya bank syari'ah, jika tidak dilandasi dengan nilai kejujuran para karyawan, manajer, direktur maupun nasabah ataupun bisa disebut dengan *stakeholders* bank, maka tidak akan tercipta suatu kejujuran.

1. Perbedaan *Marketing* (Pemasaran) Syari'ah dan Konvensional

   Beberapa hal yang dapat membedakan antara pemasaran syariah dan pemasaran konvensional, antara lain:[2]

   a. Konsep dan FilosofiDasar

[2] Ibid.,187.

Perbedaan yang mendasar antara pemasaran syari'ah dan pemasaran konvensional adalahdari filosofi dasar yang melandasinya.Pemasaran,konvensional merupakanpemasaran yang bebas dari nilai dan tidak mendasarkan ke-Tuhanan dalam setiap aktivitas pemasarannya.

b. EtikaPemasar

Seorang pemasar syari'ah sangat memegang teguh etika dalam melakukan pemasarankepada calon konsumennya. Iaakan sangat menghindari memberikan janji bohong, ataupun terlalu melebih-lebihkan produk yang ditawarkan. Seorang pemasar syari'ah akan secara jujur menceritakan kelebihan dan kekurangan produk yang ditawarkannya. Hal inimerupakan praktik perniagaan yang pernah dipraktikkan oleh Rasulullah SAW.[3]

c. Pendekatan terhadapKonsumen

Konsumen dalam pemasaran syari'ah diletakkan sebagai mitra sejajar, dimana baikperusahaan sebagai penjual produk maupun konsumen sebagai pembeli produk berada pada posisi yang sama. Perusahaan tidak menganggap konsumen sebagai *"sapi perah"* untuk membeli produknya, namun perusahaan akan menjadikan konsumen sebagai mitra dalam pengembangan

[3]Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Press, 2010), 187.

perusahaan. Berbeda dalam pemasaran konvensional, konsumen diletakkan sebagai obyek untuk mencapai target penjualan semata. Konsumen dapat dirugikan karena antarajanji dan realitas seringkali berbeda. Perusahaan setelah mendapatkan target penjualan, tidak akan mempedulikan lagi konsumen yang telah membeli produknya tanpa memikirkankekecewaan atas janji produk.[4]

d. Cara Pandang terhadapPesaing

Dalam industri perbankan syari'ah tidak menganggap pesaing sebagai pihak yang harusdikalahkan. Tetapi konsepnya adalah agar setiap perusahaan mampu memacu dirinya untuk menjadi lebih baik tanpa harus menjatuhkan pesaingnya. Pesaing merupakan mitra kita dalam turut meyukseskan aplikasi ekonomi syari'ah di lapangan, dan bukan sebagai lawan yang harus dimatikan.

e. Budaya Kerja dalam Institusi BankSyari'ah

Perbankan syari'ah harus mempunyai budaya kerja yang berbeda dari perbankan konvensional, sehingga mampu menjadi suat keunggulan yang dapat sebagai nilai tambah dipandang masyarakat. Budaya kerja yang harus dikembangkan adalah sebagaimana budayakerja yang diteladani Rasulullah SAW yaitu *siddiq, amanah, tabligh, fathanah*.

[4] Ibid.

2. Manfaat segmentasi pasar

Dengan menyatukan program pemasaran yang ditujukan ke segmen-segmen pasar yang dituju, manajemen dapat melaksanakan kegiatan pemasaran dengan lebih baik dan dapat menggunakan sumber-sumber pemasaran secara lebih efisien. Bagi sebuah bank dengan sumber-sumber yang tersedia dapat ikut bersaing dalam segmen pasartertentu.Secara terperinci dapat dikatakan bahwa segmentasi pasar dapat membantu manajemen dalam beberapa hal sebagai berikut: Menyalurkan uang dan usaha kepasar potensial yangpaling menguntungkan, Merencanakan produk yang dapat memenuhi permintaanpasar, Menentukan cara-cara promosi yang paling efektif bagiperusahaan, Memilih media *advertensi* yang lebih baik dan menentukan bagaimana mengalokasikan anggaran secara lebih baik ke berbagai macammedia, Mengatur waktu yang sebaik-baiknya dalam usahapromosi.

Adapun alasan-alasan bagi perusahaan dalam mengadakan segmentasi pasar adalah:[5]

Pasar bersifat dinamis, bukan statis. Artinya bahwa dalam pasar terdapat perubahan secara terus-menerus mengenai sikap, siklus kehidupan, kondisi keluarga, pola geografis, dan sebagainya. Hal ini bergantung terhadap teknologi dan kemajuan pengetahuan masyarakat yang semakin meningkat.

[5]Philip Kotler dkk, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia: Edisi Ketiga* (PT. Intan Sejati Klaten, 2004), 323.

Pasar untuk suatu produk berubah sesuai dengan siklus kehidupan produk tersebut, dari tahap perkenalan sampai tahappenurunan. Untuk mendukung kesuksesan strategi pemasaran yang diinginkanmakaperludirancangsuaturencanapemasaranyangbenar-benarmumpuni.Aplikasistrategipemasaranterdapatdalamempatposisi*marketingmix*yaitustrategiharga,strategipromosi,strategitempatdan strategi produk.

Kotler menyebutkan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiridariempatP,yaitu: [6]

1. Strategiproduk

   Untuk memperoleh nasabah tentunya bank harus berusahakerasuntukmenariknasabahtersebut.Karenanasabahtidakakan datang sendiri tanpa ada sesuatu yang menarik perhatiansehinggaberminatuntukmembeliprodukbank.Yangpalingutamauntukmenarikperhatiandanminatnasabahadalahkeunggulanprodukyangdimilikijikadibandingkandenganproduk lain.

   Jadi nasabah berpikir tentang seberapa bergunanya produktersebut baginya. Dengan menggunakan produk tersebut apakahusahanya semakin maju dan bermanfaat atau malah sebaliknya.Sehingga produk-produk yang mampu memberikan kemanfaatanbaginasabahakanmampumenariknasabahdankemu

[6]Ibid.,323.

dianmembuatnasabahtersebutterdoronguntukmenggunakanpro duk tersebut.

2. Strategiharga

Harga merupakan salah satu aspek penting dalam *marketingmix*.Penentuanhargamenjadisangatpentinguntuk diperhatikan, karena harga sangat menentukan laku atau tidaknyaprodukdanjasaperbankantersebut.Salahdalammenentu anharga akan fatal terhadap produk yangditawarkan.

Setiap perbankan perlu memikirkan tentang pentapan hargapada produknya secara tepat karena harga yang tidak tepat akanberakibattidakmenarikparanasabahuntukmenggunakanpro dukitu.Olehkarenaitupenentuan hargaharuslahdipikirdenganbaik-baik.

3. Strategitempat

Bagiperusahaannonbankpenetuanlokasibiasanyadigunakan untuk lokasi pabrik, gudang atau cabang, sedangkanpenentuanlokasibagiindustriperbankanlebihditekanka nkepadalokasicabang.Penentuanlokaiskantorcabangbankdilakuk an untuk cabang utama, cabang pembantu ataukantorkas.Penentuanlokasikantorbesertasaranadanprasarana pendukungmenjadisangatpenting,halinidisebabkanagarnasabah mudah untuk menjangkaun setiap lokasi bank yang

ada.Demikian pula saran dan prasarana harus memberikan rasa yangaman dan nyaman kepada seluruh nasabah yang berhubungandenganbaik.

4. Strategipromosi

Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir.Tanpaadanyapromosijangandiharapkannasabahakan mengenalbanktersebut,apalagidenganproduk-produkataupembiayaanyang adadidalamnya.Salahsatutujuanpromosibankadalahmenginformasi kansegalajenisprodukyangditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Adaempatmacamsaranapromosiyangdapatdigunakanyaituperiklan an (*advertising*),promosipenjualan (*salespromotion*),publisitas (*publicity*)danpenjualanpribadi (*personalselling*).

3. Mekanisme SegmentasiPasar

Segmentasipasaradalahstrategiberbisnisyangdilakukandengantekni kataumekanismetertentu,berikutini mekanisme segmentasipasar:[7]

a. Survey Stage

Mekanisme pertama adalah melakukan eksplorasiyangdikenaldenganistilahsurveystage.Bentuksurvein yaditentukanperusahaansendiri,baikdengan wawancara, tebar

[7] AhmadFuadi,*MetodePenelitianBisnisIslam*,(Bandung:Dioma,2004),60.

angket maupun memintasaran dan minat masyarakat. Tujuan diterapkannyaprosedur ini ialah supaya pihak perusahaan memilikidata di pasar tertentu, memaparkan data dari objekpenelitian,danmenginterprestasikandanmenganalisisnya secara sistematis.[13]

Kebenaraninformasiitutergantungkepadametodeyangdigunakandalamsurvei.Termasukinformasiseputarmotivasidansikapmerekaterhadapsatuproduk.Kegunaandarisurveiyaituuntukmemperolehfaktadarikejalayangada,mencariketeranganseccarafaktual darisuatukelompokataudaerah,melakukanevaluasisecaraperbandinganterhadaphalyangtelahdilakukanoranglaindalammenanganihalyangserupa,dilakukan terhadap sejumlah individu atau unit baiksecarasensusmaupunsecarasampel,menyelenggarakanwawancarauntukmencaripenjelasandanmemusatkanperhatianpadakelompokuntukmemperolehpandanganterhadap melakukankuesionerformaluntukmengumpulkandatamengenai:

1) Atribut-atributdanperingkatkepentingan
2) Kesadaranmerekdanperingkanmerek
3) Pola pengunaanproduk
4) Sikatterhadapkategoriproduk
5) Demografis,psikografisdariresponadaduacara yang

dilakukan yaitu wawancara langsungmotivasi konsumen. Dengan memanfaatkan temuaninimarketingyaituwawancarayangdilakukansecaral angsungterhadapmasyarakatyangmenjadikonsumen,yangk eduawawancaratidaklangsungmeliputiwawancaradenganm enggunakankuisioner,telepon,danmelaluisurat.

Jika data-data awal ini sudah didapatkan, makalangkah aplikasi segmentasi pasar bisa dilanjutkandenganmenerapkanproseduryangkedua.Yaitumelakukan analisisinformasi.[14]

a. *AnalysisStage*

Jika perusahaan sudah memiliki data-data awal terkaitkonsumen,makainformasitersebutharus dianalisis terlebih dahulu yang dikenal dengan istilahanlisysisstage.Salahsatubidanganalisisuntuksegmenta si pasar adalah mencari tahu alasan-alasanmunculnya sikap dan motivasi konsumen. Nantinyahasil analisis ini akan menjadi awal pengelompokansesuaidengansikap,motivasidanpenyebab-penyebabnyayangsama.

b. *ProfilingStage*

*Profilingstage*adalahsegmentasipasar yang mana perusahaan mulai

mengidentifikasibeberapakelompokkonsumen.Patokannyaa dalahdata survei di awal ditambah data-data hasil analisiskonsumen. Dari proses identifikasi ini akan munculnama-namakelompokkonsumenyangakandijadikantargetpenjualan .Jikasemuanyasudahlengakpbaruprodukdipasarkankepadam erekasesuaidengan informasiyangsudahdidapat.[8]

b. Pengertian Mudharabah

Mudharabah berasal dari akronim, "*Ad-dhorbu fi'l ardhi*", bepergian untuk berdagangan. Sinonim kata ini ialah *qiradh*, yang berasal dari kata *Al- Qardhu* atau potongan, karena *Qiradh* menurut logat, artinya seseorang pergi berdagang. Menurut istilah harta yang diserahkan pemilik memotong sebagian hartanya untuk diperdagangkan dan memperoleh sebagian keuntungannya, dan sering pula disebut dengan kata *muamalah*. Menurut Imam Syafi'i, kepada seseorang supaya diperdagangkan, sedang keuntungan dibagi (bersyarikat) antara keduanya.[9]

Secara terminologi, ulama fikih mendefinisikan *mudharabah* atau *qiradh* dengan, "Pemilik modal menyerahkan modalnya kepada pekerja (pedagang) untuk diperdagangkan, sedangkan keuntungan dagang itu dibagi menurut kesepakatan bersama." Apabila terjadi kerugian dalam perdagangan tersebut, kerugian ini ditanggung sepenuhnya oleh pemilik

---

[8]GeryAmstrong,*MetodePenelitianKualitatifuntukBisnis*,(Jakarta:Angkasa,2003), 34.

[9]M. Syafi'I Antonio, *Dasar- Dasar Manajemen Bank Syariah* (Jakarta: Pustaka Alfabeta, cet ke-4, 2006), 23.

modal. Definisi ini Sebagai suatu bentuk kontrak, *mudharabah* merupakan akad bagi hasil ketika pemilik dana/modal (pemodal), biasa disebut *sahibul mal/rabbul mal*, menyediakan modal (100 persen) kepada pengusaha sebagai pengelola, biasa disebut *mudharib*, untuk melakukan aktivitas produktif dengan syarat bahwa keuntungan yang dihasilkan akan dibagi diantara mereka menurut kesepakatan yang ditentukan sebelumnya dalam akad (yang besarnya juga dipengaruhi oleh kekuatan pasar).[10]

Sahibul mal (pemodal) adalah pihak yang memiliki modal, tetapi tidak bisa berbisnis dan *mudharib* (pengelola atau *entrepreneur*) adalah pihak yang pandai berbisnis, tetapi tidak memiliki modal. Apabila terjadi kerugian karena proses normal dari usaha, dan bukan karena kelalaian atau kecurangan pengelola, kerugian ditanggung sepenuhnya oleh pemilik modal, sedangkan pengelola kehilangan tenaga dan keahlian yang telah dicurahkannya. Apabila terjadi kerugian karena kelalaian dan kecurangan pengelola, maka pengelola bertanggung jawab sepenuhnya.[11]Pengelola tidak ikut serta menyertakan modal, tetapi menyertakan tenaga dan keahliannya, dan tidak meminta gaji atau upah dalam menjalankan usahanya. Pemilik dana hanya menyediakan modal dan tidak dibenarkan untuk ikut campur dalam manajemen yang dibiayainya. Kesediaan pemilik dana untuk menanggung resiko apabila terjadi kerugian menjadi dasar untuk mendapat bagian dari keuntungan. Dalam satu kontrak *mudharabah* pemodal dapat bekerja sama dengan lebih dari satu pengelola. Para

[10]Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah, (*Bandung: Alfabeta 2019),33.

[11]Imam Musthofa, *Fiqih Muamalah, 132.*

pengelola tersebut seperti bekerja sebagai mitra usaha terhadap pengelola yang lain. *Nisbah* (porsi) bagi hasil pengelola dibagi sesuai kesepakatan dimuka.[12]

Nisbah bagi hasil antara pemodal dan pengelola harus disepakati di awal perjanjian. Besarnya nisbah masing-masing pihak tidak diatur dalam syariah, tetapi tergantung kesepakatan mereka. Nisbah bagi hasil bisa dibagi rata 50:50, tetapi bisa juga 30:70, 60:40, atau proporsi lain yang disepakati. Pembagian keuntungan yang tidak diperbolehkan adalah dengan alokasi jumlah tertentu untuk salah satu pihak. Diperbolehkan juga untuk menentukan proporsi yang berbeda untuk situasi yang berbeda. Misalnya, jika pengelola berusaha di bidang produksi, maka nisbahnya50 persen, sedangkan kalau pengelola berusaha di bidang perdagangan, maka nisbahnya 40 persen.

Mudharabah berasal dari kata *dharb* yang berarti memukul atau berjalan. Pengertian memukul atau berjalan ini lebih tepatnya adalah proses seseorangfmemukulkan kakinya dalam menjalankan usahanya. [13]Sedangkan menurut istilah *mudharabah* adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahibul mal*) menyediakan seluruh modal (100%) sedangkan pihak kedua (*mudharib*) sebagai pengelola. Sedangkan menurut Kasmir *mudharabah* merupakan akad kerja sama antara dua pihak, dimana pihak pertama menyediakan seluruh modal

[12]Ibid., 33
[13] Ibid.,131.

dan pihak lainnya menjadi pengelola.[14]Pemilik dana (*shahibul mal*) adalah pihak yang mempunyai modal tetapi tidak bisa mengelola modalnya atau tidak bisa berbisnis sedangkan pengelola modal (*mudharib*) adalah pihak yang mengelola modal/berbisnis tetapi tidak mempunyai modal untuk dikelola. Oleh sebab itu dengan adanya produk *mudharabah* ini pemilik dana dan pengelola dana bisa bekerja sama dan menguntungkan satu sama lain. Keuntungan dalam *mudharabah* dibagi menurut kesepakatan bersama yang dituangkan didalamkontrak.

Kontrak ini disebut *mudharabah*, karena masing-masing pihak membagi keuntungan dari bagian yang mereka miliki. Dalam *Mu'jam Al-Wasith*, selain pengertian di atas, *mudharabah* juga dapat berarti bercampur atau bergabung. Dikatakan bercampur atau bergabung, karena dalam *mudharabah* ini terjadi percampuran/ penggabungan dua pihak, yaitu pihak pemilik modal (*shahibul maal*) dan pihak pekerja (*mudharib*).Dalam pengertian lain akad *mudharabah* adalah persetujuan kongsi antara harta dari salah satu pihak dengan pihak lain.Secara terminologi, para ulama *fiqh* mendefinisikan *mudharabah* atau *qiradh* dengan "pemilik modal (*investor*) menyerahkan modalnya kepada pekerja (pedagang) untuk diperdagangkan, sedangkan keuntungan dagang itu menjadi milik bersama dan dibagi menurut kesepakatan". Secara teknis ekonomi Islam, *mudharabah* adalah: Akad kerjasama usaha antara dua

[14] Ibid.

pihak dimana pihak pertama (*shahibul mal*) menyediakan seluruh (100%) modalnya sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola (*mudharib*).

a). Jenis – Jenis*Mudharabah*[15]

Secara umum *mudharabah* terbagi kepada dua jenis, yaitu: *mudharabah muthlaqah* dan *mudharabah muqayyadah.*

1. *Mudharabah Muthlaqah*

Transaksi yang dimaksud dengan *mudharabah muthlaqah* adalah bentuk kerja sama antara *shahibul maal* dan *mudharib* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah bisnis. Dalam pembahasan fiqih ulama *Salaf ash Shalih* sering kali dicontohkan dengan ungkapan *if' al ma syi'ta* (lakukan sesukamu) dari *shahibul maal* ke *mudharib* yang memberi kekuasaan sangat besar.

2. *Mudharabah Muqayyadah*

Mudharabah Muqayyadah atau disebut juga dengan istilah *restricted mudharabah/specified mudharabah* adalah kebalikan dari *mudharabah muthlaqah.* Si *mudharib* dibatasi dengan batasan jenis usaha, waktu atau tempat usaha. Adanya pembatasan ini seringkali mencerminkan kecenderungan umum si *shahibul maal* memasuki dunia usaha.[16]

b) Prinsip Kontrak pembiayaan mudharabah

1) Prinsip kontrak

[15]Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), 20.
[16] Ibid.,20.

Nisbah adalah rukun yang khas dalam akad *mudharabah*, yang tidak ada dalam akad jual beli. *Nisbah* ini mencerminkan imbalan yang berhak diterima oleh kedua pihak yang *bermudharabah*. Besarnya nisbah ditentukan berdasarkan kesepakatan masing-masing pihak yang berkontrak. Jadi, angka besaran *nisbah* ini muncul sebagai hasil tawar-menawar antara *shahib al-maal* dengan *mudharib*. Dalam pembiayaan *mudharabah* (bagi hasil) ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh kedua belah pihak, yaitu: (1) nisbah bagi hasil yang disepakati; (2) tingkat keuntungan bisnis aktual yang didapat. Ada dua faktor yang mempengaruhi bagi hasil, yaitu faktor langsung dan faktor tidak langsung.[17]

2) Faktor Langsung[18]

Diantara faktor-faktor langsung (*direct factors*) yang mempengaruhi perhitungan bagi hasil adalah *invesment rate*, jumlah dana yang tersedia dan nisbah bagi hasil.

a) *Invesment rate* merupakan persentase aktual dana yang diinvestasikan dari total dana. Jika bank menentukan *invesment rate* sebesar 80 persen, hal ini berarti 20 persen dari total dana dialokasikan untuk memenuhi likuiditas.

PONOROGO

[17]Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), 194.

[18]Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005), 34.

b) *Jumlah* dana yang tersedia untuk diinvestasikan merupakan jumlah dana dari berbagai sumber dana yang tersedia untuk diinvestasikan. Dana tersebut dapat dihitung dengan menggunakan salah satu metode yaitu rata- rata saldo minimum bulanan dan rata-rata total saldo harian. *Invesment rate* dikalikan dengan jumlah dana yang tersedia untuk diinvestasikan, akan menghasilkan jumlah dana aktual yang digunakan.

3) Faktor tidak Langsung

Faktor-faktor tidak langsung yang mempengaruhi perhitungan bagi hasil Adalah: Penentuan butir-butir pendapatan dan biaya *mudharabah.*[19]Terkait dengan cara menentukan nisbah bagi hasil yang merupakan aspek yang disepakati bersama antara dua belah pihak yang melakukan transaksi, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, Data usaha, Kemampuan angsuran, Hasil usaha yang dijalankan atau tingkat *return* actual bisnis.Tingkat *return* yang diharapkan, *nisbah* pembiayaan, dan distribusi pembagian hasil.

c. Pengertian PengembanganUsaha

Usaha adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat.[20]Sedangkan perkembangan usaha adalah suatu bentuk usaha kepada usaha itu sendiri agar dapat berkembang menjadi lebih baik dan agar mencapai pada satu titik atau

[19] Ibid.,34.

[20]Purdi E Chandra, *Trik Sukses Menuju Sukses*, (Yogyakarta: Grafika Indah, 2000), 21.

puncak kesuksesan. Perkembangan usaha dilakukan oleh usaha yang sudah mulai terproses dan terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju lagi. Perkembangan usaha merupakan suatu keadaan terjadinya peningkatan omzet penjualan.[21]

Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah kemampuan seorang pengusaha kecil untuk mensosialisasikan dirinya kepada kebutuhan pangsa pasar sehingga ada perbaikan taraf hidup pada diri seorang pengusaha. Pengembangan UMKM bukan sekedar masalah bantuan operasional atau fasilitas. Pengembangan tersebut harus bersifat strategis dan mempunyai dampak jangka panjang. Pengembangan haruslah bersifat meningkatkan kemampuan dan produktivitas UMKM, hal ini menunjuk pada investasi dan peningkatan kesempatan perluasanusaha.

d. Strategi PengembanganUsaha

Setelah merintis dan mengelola usaha, tahap selanjutnya yang harus dilakukan adalah mengembangkan usaha. Dalam perjalanan sebuah usaha, pengusaha harus menyadari bahwa segala sesuatu tidak ada yang mudah, sesuai dengan rencana dan terus tumbuh. Banyak strategi yang dapat dilakukan oleh pengusaha untuk mengembangkan usahanya, diantaranya adalah:

1) Melakukan kerjasama dengan agen/distributor untuk memasarkan barang danjasa.

[21]Ibid.,21.

2) Menambah jumlahproduksi.

3) Melakukan kemitraan dengan pihak lembaga keuangan, baik bank maupun nonbank.

4) Mengembangkan kreasi dan inovasiproduk.

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan perkembangan usaha adalah suatu bentuk kegiatan yang dilakukan pengusaha agar usahanya dapat menjadi lebih baik, juga mampu menumbuhkan dan memperkuat dirinya menjadi usaha yang tangguh danmandiri.[22]

e. Indikator PerkembanganUsaha

Tolak ukur tingkat keberhasilan dan perkembangan usaha dapat dilihat dari peningkatan omzet penjualan. Tolak ukur perkembangan usaha haruslah parameter yang dapat diukur dan dipertanggungjawabkan. Semakin kongkret tolak ukur itu semakin mudah bagi semua pihak untuk memahami serta membenarkan atas diarihnya keberhasilan tersebut.[23]

Menurut para penelitian Lee dan Miller 1996 menjelaskan bahwa usaha dikatakan berkembang apabila omzet penjualan naik, tenaga kerja bertambah dan pertumbuhan pelanggan sebagai pengukur perkembangan usaha. Adapun indikator yang dipakai dalam penelitian ini adalah:[24]

1. ModalUsaha

---

[22]Agung Sudjatmoko, *Cara Cerdas Menjadi Pengusaha Hebat,* (Jakarta: Visi media, 2009), 95.

[23]Muhammad Sholeh, *Analisis strategi Inovasi dan Dampaknya Terhadap Kinerja Perusahaan*,(Semarang:UNDIP, 2008), 25.

[24]Wina Saparingga, "*Analisis Perbandingan Tingkat Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Sebelum dan Sesudah Mendapatkan Fasilitas Pembiayaan Mikro," (studi kasus di BRI Syariah KCP Kopo Bandung),* (Bandung: UINSBA, 2015), 38.

Modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya. Harta benda (uang, barang dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambahkan kekayaan. Modal dalam pengertian ini dapat diiterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan bisnis. [25]

2. OmzetPenjualan

Omzet berarti jumlah, sedangkan penjualan adalah kegiatan menjual barang yang bertujuan mencari laba atau pendapatan. Penjualan adalah usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang dan jasa kebutuhan yang telah dihasilkan kepada mereka yang membutuhkan dengan imbalan uang menurut harga yang telah ditentukan sebelumnya. Sedangkan omzet penjualan berarti jumlah penghasilan atau laba yang diperoleh dari hasil menjual barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh.

3. Keuntungan

Secara teoretis tujuan utama perusahaan adalah untuk memanfaatkan sumber daya (alam dan manusia) guna mendapatkan manfaat (benefit) darinya, dalam pengertian komersial manfaat bisa berupa manfaat negatif yang sering diistilahkan rugi (loss) atau

[25]Jackie Ambadar, *Membentuk Karakter Pengusaha*, (Bandung: Kaifa, 2010), 15.

manfaat positif yang sering disebut untung. Ukuran yang sering digunakan untuk menilai berhasil atau tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah dengan melihat laba yang diperoleh perusahaan. Laba bersih merupakan selisih keuntungan atas penjualan dikurangi biaya-biaya dan pajak.

4. TenagaKerja

Tenaga kerja adalah semua orang yang bersedia untuk sanggup bekerja. Tenaga kerja meliputi mereka yang bekerja untuk diri sendiri ataupun untuk anggota keluarga yang tidak menerima bayaran berupa upah atau mereka yang sesungguhnya bersedia dan mampu untuk bekerja, dalam arti mereka menganggur dengan terpaksa karena tidak ada kesempatan kerja.

Permintaan tenaga kerja berkaitan dengan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan oleh perusahaan atau industri tertentu, permintaan tenaga kerja ini dipengaruhi oleh perubahan tingkat upah dan perubahan faktor-faktor lain yang mempengaruhi permintaan hasil produksi, antara lain naik turunnya permintaan pasar akan hasil produksi dari perusahaan yang bersangkutan, tercermin melalui besarnya volume produksi dan harga barang-barangmodal.[26]

f. Permasalahan Usaha Mikro KecilMenengah

1. KeterbatasanFinansial

[26]Sumarsono, *Ekonomi Sumber Daya Manusia Teori dan Kebijakan Publik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 4.

Pada umumnya modal awal bersumber dari modal sendiri, namun sumber permodalan ini sering tidak memadai dalam bentuk kegiatan produksi maupun investasi. Walaupun begitu banyak skim-skim kredit maupun pembiayaan dari perbankan atau lembaga keuangan lainnya, sumber pendanaan dari sektor informal masih tetap dominan dalam pembiayaan kegiatan UMKM.

2. KesulitanPemasaran

Pemasaran sering dianggap sebagai satu kendala yang kritis bagi perkembangan UMKM. UMKM yang tidak melakukan perbaikan yang cukup disemua aspek yang terkait pemasaran seperti peningkatan kualitas produk dan kegiatan promosi, cukup sulit bagi UMKM untuk dapat turut berpartisipasi dalam era perdagangan bebas.

3. Keterbatasan Sumber Daya Manusia(SDM)

Salah satu kendala serius bagi UMKM diIndonesia adalah keterbatasan SDM dalam aspek manajemen,teknik produksi, pengembangan produk, organisasi bisnis, dan lain sebagainya.Semua keahlian sangat dibutuhkan untuk mempermudah atau memperbaiki kualitas produk, meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam produksi, memperluas pangsa pasar dan menembus pasar barang.[27]

g. Faktor-faktor yang Menyebabkan KegagalanUsaha

Resiko yang timbul di masa yang akan datang disebabkan karena di masa yang akan datang penuh dengan berbagai ketidakpastian. Yang

[27]Musa Hubies, *Prospek Usaha Kecil Dalam Wadah Inkubator Bisnis,* (Jakarta:Ghalia Indonesia, 2009), 4.

paling penting di sini untuk diperhatikan adalah memprediksi resiko yang bakal terjadi nantinya. Adapun faktor-faktor yang menyebabkan kegagalan terhadap hasil yang dicapai adalah sebagai berikut:

1. Data dan Informasi tidakLengkap
2. TidakTeliti
3. SalahPerhitungan
4. Pelaksanaan PekerjaanSalah
5. KondisiLingkungan
6. UnsurKesengajaan[28]

***b.* Pembiayaan**

a) PengertianPembiayaan

Pembiayaan diartikan sebagai suatu kegiatan pemberian fasilitas keuangan atau finansial yang diberikan satu pihak kepada pihak lain untuk mendukung kelancaran usaha maupun untuk investasi yang telah direncanakan.[29] Dalam arti sempit, pembiayaan dipakai untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaanseperti bank syariah kepada nasabah. Sedangkan pembiayaan dalam arti luas adalah *financing* atau pembelanjaan yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dikerjakan oleh orang lain.[30]

Pembiayaan bank syariah adalah sebuah proses perencanaan,

[28] Kasmir, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2012), 9.
[29]Muhammad Lathief Ilham, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, 1.
[30]Ibid.,1.

pengorganisasian, pengkoordinasian dan pengontrolan sumber daya yang dilakukan oleh bank yangmenjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dalam hal pemberian fasilitas keuangan/finansial kepada pihak lain berdasarkan prinsip-prinsip syariah untuk mendukung kelancaran usaha maupun untuk investasi yang telah direncanakan.

b) Unsur-unsurPembiayaan

Setiap pemberi pembiayaan, jika dijabarkan secara mendalam mengandung beberapa arti yang meliputi unsur- unsur sebagai berikut:[31]

1. Kepercayaan yaitu diberikan kepada debitur baik dalam bentuk uang, jasa maupun barang akan benar-benar dapat diterima kembali oleh bank dalam jangka waktu yang telah ditentukan.
2. Kesepakatan: kesepakatan ini dituangkan dalam satu perjanjian dimana masing-masing pihak menandatangani hak dan kewajiban. Kesepakatan penyaluran pembiayaan dituangkan dalam akad pembiayaan yang ditandatangani oleh kedua belah pihak yaitu bank dengan nasabah.
3. Jangka waktu: setiap pembiayaan yang diberikan mempunyai jangka waktu masing-masing sesuai dengan kesepakatan. Jangka waktu ini mencakup waktu pengembalian pembiayaan yang telah disepakati. Hampir dapat dipastikan bahwa tidak ada pembiayaan yang tidak memiliki jangkawaktu.

[31]Muhammad Turmudi, "Pembiayaan Mikro BRI Syariah: Upaya Pemberdayaan dan Peningkatan UMKM oleh BRI Syariah Cabang Kendari", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol 2 No. 2* (2017), 23.

4. Risiko: dalam memberikan pembiayaan kepada pengusaha, bank tidak selamanya mendapatkan keuntungan, bank juga bisa mendapat risiko kerugian. Seperti ketika terjadinya kelalaian, kesalahan yang disengaja, maupun penyembunyian keuntungan nasabah. Suatu resiko tidak tertagih, demikian pulasebaliknya.
5. Balas jasa adalah keuntungan atas pemberian suatu pembiayaan atas jasa tersebut yang kita kenal dengan bagi hasil. Balas jasa dalam bentuk bagi hasil ini dan biaya administrasi merupakan keuntungan yang diperolehbank.[32]

c) TujuanPembiayaan

Dalam praktiknya tujuan pemberian pembiayaan adalah sebagai berikut:

1. MencariKeuntungan

   Tujuan utama pemberian pembiayaan adalah untuk memperoleh keuntungan atau pendapatan. Hasil pendapatan dapat diperoleh berupa bagi hasil atau *margin* keuntungan yang didapat dari pembiayaan. Keuntungan yang diperoleh dapat membesarkan usaha bank.
2. Membantu UsahaNasabah

   Membantu usaha nasabah yang memerlukan dana, baik dana untuk investasi maupun dana untuk modal kerja. Dengan pembiayaan tersebut maka nasabah dapat mengembangkan dan memperluas usahanya. Dalam hal ini pihak bank maupun nasabah

[32]Ibid., 24.

sama-sama mendapatkan keuntungan. [33]

d) FungsiPembiayaan

Pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah berfungsi membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dalam meningkatkan usahanya. Secara terperinci pembiayaan memiliki fungsi antaralain:[34]

1. Pembiayaan dapat meningkatkan arus tukar-mukar barang dan jasa. Dalam hal ini seandainya belum tersedia uang sebagai alat pembayaran, maka pembiayaan akan membantu melancarkan lalu lintas pertukaran barang dan jasa.
2. Pembiayaan sebagai alat pengendali harga. Ekspansi pembiayaan akan mendorong meningkatnya jumlah uang yang beredar, dan peningkatan peredaran uang akan mendorong kenaikan harga. Sebaliknya, pembatasan pembiayaan akan berpengaruh pada jumlah uang yang beredar, dan keterbatasan uang yang beredar di masyarakat memiliki dampak penurunanharga.[35]

e) AnalisisPembiayaan

Analisis pembiayaan merupakan suatu proses analisis yang dilakukan oleh bank syariah untuk menilai suatu permohonan pembiayaan yang telah diajukan oleh calon nasabah. Tujuan utama dari analisis permohonan pembiayaan adalah untuk memperoleh keyakinan apakah nasabah punya

[33]Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 116.
[34]Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2011), 109.
[35]Ibid.,109.

kemauan dan kemampuan memenuhi kewajiban secara tertib, baik pembayaran pokok pinjaman maupun *nisbah* bagi hasil sesuai dengan kesepakatan dengan bankBeberapa prinsip dasar yang perlu dilakukan sebelum memutuskan permohonan pembiayaan yang diajukan oleh calon nasabah dikenal dengan prinsip 5C, antara lainadalah:[36]

1. *Character*

   Character merupakan gambaran watak dan kepribadian calon nasabah. Bank perlu melakukan analisis terhadap karakter calon nasabah dengan tujuan untuk mengetahui bahwa calon nasabah mempunyai keinginan untuk memenuhi kewajiban membayar kembalipembiayaan yang telah diterima hingga lunas. Cara yang perlu dilakukan oleh bank untuk mengetahui calon nasabah antara lain :*BI Checking* dan informasi dari oranglain.

2. *Capacity*

   Capacity merupakan analisis kemampuan nasabah dalam mengelola keuangan. Kemampuan keuangan calon nasabah sangat penting karena merupakan sumber utama pembayaran. Semakin baik kemampuan keuangan calon nasabah, maka akan semakin baik kemungkinan kualitas pembayaran. Beberapa cara yang dapat ditempuh dalam mengetahui kemampuan keuangan calon nasabah antara lain: melihat laporan keuangan, memeriksa slip gaji dan rekening tabungan.

[36]Andrianto Anang Firmansyah, *Bank Syariah Implementasi Teori dan Praktek*, 316.

3. *Capital*

Capital atau modal yang perlu disertakan dalam objek pembiayaan perlu dilakukan analisis yang lebih mendalam. Semakin besar modal yang dimiliki dan disertakan oleh calon nasabah dalam objek pembiayaan akan semakin menyakinkan bagi bank akan keseriusan calon nasabah dalam mengajukan pembiayaan dan pembayaran kembali. Cara yang ditempuh oleh bank untuk mengetahui *capital* antara lain: melihat laporan keuangan calon nasabah dan uangmuka[37].

4. *Collateral*

Collateral merupakan agunan yang diberikan oleh calon nasabah atas pembiayaan yang diajukan. Agunan merupakan sumber pembayaran kedua. Apabila nasabah tidak dapat membayar angsurannya, maka bank dapat melakukan penjualan terhadap agunan.

5. *Condition ofEconomy*

Bank perlu mempertimbangkan sektor usaha nasabah dikaitkan dengan kondisi ekonomi. Bank perlu melakukan analisis dampak kondisi ekonomi terhadap usaha calonnasabah dimasa yang akan datang, untuk mempengaruhi kondisi ekonomi terhadap usaha calon nasabah.

PONOROGO

B. Studi Penelitian Terdahulu

Pada skripsi Ila Kartini, 2017. Dengan judul "Analisis Peran Pembiayaan

[37]Ibid., 122.

Modal Kerja Usaha terhadap Peningkatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam PersfektifEkonomi Islam di BMT Muhamadiyah Bimu Bandar Lampung". Perbandingan penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Ila Kartini terdapat persamaan dan perbedaan yaitu: persamaannya adalah penelitian ini membahas tentang perkembangan usaha mikro kecil menegah setelah adanya bantuan pembiayaan modal usaha.

Perbedaan penelitian Ila Kartini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah kontek penelitiannya yang berbeda yaitu membahas tentang pembiayaan modal kerja usaha secara keseluruhan baik membahas tentang pembiayaan *mudharabah, musyarakah, murabahah*, dan lain-lain yang diberikan oleh BMTMuhamadiyah Bimu Bandar Lampung terhadap peningkatan usaha, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti membahas tentang peran pembiayaan *mudharabah*dalam mengembangkan usaha nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan).

Selain kontek penelitian juga ada lokasi penelitiannya yang berbeda yaitu penelitian yang dilakukan Ila Kartini berlokasi di BMT Muhamadiyah Bimu Bandar Lampung sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti berlokasi di Pacitan. Hasil penelitiannya adalah pembiayaan modal usaha yang diberikan pacitan berpengaruh positif terhadap peningkatan usaha mikro kecil menengah dan pembiayaan pun sesuai dengan kebutuhan usaha bukan untuk kebutuhan pribadi juga dalam mengembangkan usaha nasabah mengalami perkembangan dibandingkan dengan sebelum

melakukan pembiayaan, begitupula dengan tingkat keuntungan juga penyaluran pembiayaan sesuai dengan ketentuan syariah Islam. [38]

Pada skripsi Merry Yanti, 2018. Dengan judul "Peran Pembiayaan *Murabahah* dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima di Pasar Sukoharjo 3 (Studi pada BMT Assyafi'iyah Sukoharjo Pringsewu)". Perbandingan penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Merry Yanti terdapat persamaan dan perbedaan yaitu: perbedaan adalah penelitian ini membahas tentang peran pembiayaan *murabahah*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Merry Yanti adalah mengenai kesejahteraan nasabah setelah menerima pembiayaan *murabahah* di BMT Assyafi'iyah Sukoharjo, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti membahas tentang peran pembiayaan *mudharabah* dalam meningkatkan usaha nasabah (Studi Kasus Bank SyariahIndonesia KCP Pacitan). Dan hasil penelitian ini adalah BMT Assyafi'iyah Sukoharjo telah memberikan pembiayaan *murabahah* sesuai dengan target dan sasaran yang diinginkan. Dengan bertambahnya modal maka akan diikuti dengan volume penjualan. yang tinggi sehingga peran pembiayaan *murabahah* memberikan dampak yang baik terhadap peningkatan kesejahteraan penjualan.[39]

Pada skripsi Gusni, 2016. Dengan judul "Perkembangan Usaha Kecil melalui Pembiayaan *Murabahah* di BMT L-Risma Ipuh". Perbandingan

---

[38]IIa Kartini, ''Analisis Peran Pembiayaan Modal Kerja Usaha terhadap Peningkatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)," Skripsi (BMT Muhamadiyah: Bimu Bandar Lampung 2017), 27.

[39]Mery Yanti, "*Murabahah* dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima,",*Skripsi* (BMT Assyafi'iyah: Sukoharjo Pringsewu, 2018). 198.

penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian yang dilakukan Gusni Yunita terdapat persamaan dan perbedaan yaitu: persamaannya adalah membahas tentang perkembangan usaha nasabah melalui pembiayaan *murabahah,* sedangkan perbedaanya adalah lokasi penelitian, penelitan Gusni berada di BMT L-Risma Ipuh. Sedangkan penelitian peneliti berada di PT BPRS Ummu Bangil. Hasil penelitian adalah sebelum melakukan pembiayaan usahanya tidak mengalami perkembangan namun setelah mendapat pembiayaan *murabahah* dari BMT L-Risma Ipuh usahanya mengalami peningkatan yang baik. Artinya terdapat perkembangan usaha kecil setelah melakukan pembiayaan *murabahah.*[40]

Pada skripsi, Ahmad Hid Pratama, 2018 Dengan judul "Peran Pembiayaan *mudharabah* dalam Peningkatan Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Baitul Tanwil Muhammadiyah Bandar Lampung)". Perbandingan penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian yang dilakukanAhmadHidPratamaterdapatpersamaandanperbedaanyaitu persamaannya adalah membahas tentang pembiayaan *mudharabah,* perbedaannya adalah penelitian Ahmad Hid Pratama membahas tentang peningkatan omzet nasabah setelah melakukan pembiayaan *murabahah*. Sedangkan penelitian peneliti membahas tentang perkembangan usaha

PONOROGO

[40]Gusni, ''Perkembangan Usaha Kecil melalui Pembiayaan *Murabahah* di BMT L-Risma Ipuh," *Skripsi (*BPRS Ummu Bangil, 2016), 98.

nasabah setelah melakukan pembiayaan *mudharabah.* [41]

Pada skripsi. Gresi Ayu Marselina, 2006 Dengan judul "peran pembiayaan *mudharabah* pada perkembangan usaha dan pendapatan anggota BMT". Perbandingan penelitian ini yang dilakukan pneliti yang dilakukan Gresi Ayu Marselina terdapat persamaan dan perbedaan yaitu persamaanya adalah sama-sama membahasan tentang peran pembiayaan *mudharabah*, perbedaanya adalah peneliti Gresi Ayu Marselia membahas tentang perkembangan usaha dan pendapatan anggota BMT[42].

PONOROGO

[41]Ahmad Hid Pratama, ''Peran Pembiayaan *mudharabah* dalam Peningkatan Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil dan Menengah," *Skripsi* (Baitul Tanwil Muhammadiyah Bandar Lampung, 2018), 10.

[42] Gresi Ayu Marselina,"peran pembiayaan mudharabah pada perkembangan usaha dan pendapatan anggota BMT," 2006.

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis dan PendekatanPenelitian

a. Jenis pendekatan

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian adalah penelitian lapangan (*field researce)* yaitu dengan caramemperoleh informasi secara langsung mengenai segmentasi pasar pada peran pembiayaan *mudharabah* dalam menggembangkan usaha nasabah secara mendalam dan komperhensif. Selain itu dengan pendekatan kualitatif diharapkan dapat diharapkan situasi dan permasalahan yang dihadapi dengan menghasilkan kesimpulan berupa data yang mengambarkan secara rinci. [1]

b. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang peneliti digunakan ialah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang berlandasan pada filsafat *postpositisme,*dimana penelitian kualitatif ini merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.. Dalam hal ini peneliti sebagai narasumber secara langsung di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan untuk melakukan wawancara langsung kepada pihak perusahaan sehingga dapat menghasilkan data pada segmentasi pasar dan pengembangan usaha pada nasabah.

[1]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitafi, Kualitatif, dan R & D (*Bandung: Alfabeta CV, 2016), 7.

B. Lokasi Penelitian

Penelitiini mengambil lokasi di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan yang terletak di Jalan Ahmad Yani No. 90, Semanten, Pacitan, Caruban, Sidoharjo, Kec Pacitan, Kabupaten Pacitan, Jawa Timur 63518. Alasan peneliti memilih tempat tersebut adalah bahwa peneliti ingin mengetahui seberapa besar peran kerja pada produk pembiayaan *mudharabah* apakah mampu diterima dengan baik oleh masyarakat, dan juga pelaksanaan dan penerapanya pada pembiayaan *mudharabah* di Bank Syariah Indonesia apakah sudah sesuai dengan aturan, ataukah belum, dan juga sebagai upaya untuk mengetahui produk manakah yang lebih diminati oleh nasabah, terutamnya masyarakat sekitar Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan.

C. Data dan sumber data

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Data

   Data yang digunakan oleh peneliti merupkan data yang terkait studi kelayakan yang didapatkan dengan cara wawancara kepada pihak Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan. Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu segmentasi pasar, pengembangan usaha dan mekanisme segmentasi pasar.

2. Sumber Data

Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya. Dalam hal ini sumber data diperoleh dari narasumber (informasi) melalui wawancara dengan pihak-pihak yang terkait, seperti *analisis mikro* di Bank Syariah KCP Pacitan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik untuk memperoleh data. Maka dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan cara:

1. Interview (wawancara)

   Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide Tanya jawab, sehingga dapat dikontruksikan makna dalam suatu topic tertentu. Wawancara ini bertujuan mengumpulkan data. Data yang dimaksud yaitu data yang berkaitan dengan studi kelayakan menggunakan segmentasi pasar untuk melakukan pembiayaan di BSI KCP Pacitan.

2. Dokumentasi

   Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data ini adalah dokumentasi. Dokumen ini berbentuk tulisan, gambaran, atau karya-karya monumental dari seseorang, studi dokumen merupkan pelengkap dari penggunaan metode wawancara dalam peneelitian kualitatif.

E. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Uji keabsahan ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber. Dengan triangulasi sumber maka peneliti akan menjadikan bagian mekanisme, pembiayaan *mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia KCPPacitan sebagai sumber pengumpulan data sebagai tolak ukur keabsahan data yang akan diolah menggunakan teknik triangulasi.

F. Teknik Pengolahan Data

Secara rinci, langkah-langkah analisis data dilakukan sebagai berikut:

1. Reduksi data dalam penelitian ini memproses penyederhanaan data dengan memilih hal-hal yang pokok sesuai dengan rumusan masalah penelitian yaitu tentang peran pembiayaan *mudharabah* dalam meningkatkan usaha nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan.[2]
2. *Display* data, adalah suatu proses pengorganisasian data sehingga mudah untuk dianalisis dan disimpulkan. Data yang diperoleh setelah direduksi

G. Teknik Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam melakukan penelitian yaitu menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan menguraikan data yang diperoleh dari wawancara yang telah dilakukan dan kemudian mudah dipahami kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secra terus menerus sampai datanya jenuh. Dalam hal ini analisis data kualitatif, dalam

[2]Ibid., 7.

buku Sugiyono menyatakan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara. Metode analisis data yang digunakan adalah metode dekdutif

IAIN
PONOROGO

BAB IV
DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Umum Bank Syariah

1. Sejarah Singkat Bank Syariah Indnesia KCP Pacitan

Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pacitan hadir tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani yang dilandasi dengan syariat Islam. Inilah yang menjadi salah satu keunggulan bank syariah Indonesia, dan memiliki tujuan untuk membangun indonesia yang lebih baik. Nilai-nilai perusahaan yang menjunjung tinggi kemanusiaan dan integritas telah tertanam kuat pada segenap insan Bank Syariah Indonesia (BSI) sejak awal pendiriannya.

Bank ini berdiri pada 25 Oktober 1955 dengan nama Bank Industri Nasional. Bank ini beberapa kali berganti nama dan terakhir kali bergantinama menjadi Bank Syariah Mandiri pada tahun 1999 setelah sebelumnya bernama Bank Susila Bakti yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai Bank Dagang Negara dan PT. Mahkota Prestasi. PT. Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999 PT Bank Syariah Indonesia hadir dan tampil dengan harmonisasi idealisme usaha dengan nilai-nilai spiritual PT Bank Syariah Indonesia.[1]

PONOROGO

[1]Yusuf Mundzirin, *Sejarah Peradaban Islam di Indonesia,* (Universitas Michigan.Pustaka:2006),181.

Memperluas jaringannya dengan membuka kantor-kantor cabang ataupun kantor cabang pembantu diseluruh nusantara. Salah satunya ialah dengan membuka Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu di Pacitan Jawa Timur. Seiring dengan cita-cita Bank Mandiri Syariah untuk berbakti pada negara sampai pelosok nusantara, Bank Syariah Mandiri melihat prospek bisnis yang sangat potensial dan bagus di daerah Pacitan, Jawa Timur sebagai tempat untuk memperluas usahanya dibidangperbankan dengan mengembangkan nilai-nilai syariahnya, sehingga didirikanlah Kantor Cabang Bank Syariah Indonesia di Jalan Ahmad Yani No. 90 Pacitan Sidoarjo, Kecamatan Pacitan, Kabupaten Pacitan, Jawa Timur.[2]

Setelah berapa tahun beroperasi maka Bank Syariah Indonesia Cabang Pacitan resmi berdiri pada tanggal 13 Maret 2012 dengan direktur utama Bapak Yuan Frika Pramoryanto Kantor Cabang Pacitan. Perkembangan Bank Indonesia Cabang Pacitan terbilang sangat pesat awalnya hanya memiliki karyawan 10 orang. Dan sampai sekarang pada bulan Oktober 2020 saat kami melakukan kegiatan magang karyawan Bank Syariah Indonesia Cabang Pacitan semua berjumlah 22 orang dengan pimpinan Bpk. Feri Ahmad Ichbal Khadafi, S.Kom. Pada awal berdirinya BSI Cabang pacitan hanya fokus pada pembiayaan mikro, Karena pada saat itu masyarakat di Pacitan belum banyak yang mengenal BSI dan BSI

[2] Ibid.,181.

CabangPacitan juga termasuk lembaga bank syariah pertama dan satu-satunya bank syariah yang ada di Pacitan saatini.[3]

a.Visi

1. Bank Syariah Terdepan dan Modern"Bank Syariah Terdepan: Menjadi bank syariah yang selalu unggul di antara pelaku industri perbankan syariah di Indonesia pada segmen *consumer*, mikro, SME, *comercial*, dan *corporate*.
2. Bank Syariah Modern : Menjadi bank syariah dengan sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

b. Misi

1. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
2. Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
3. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmenritel.
4. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
5. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
6. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.[4]

PONOROGO

[3]Bank Syariah Mandiri, Visi Misi Bank Syariah Mandiri, 2017, https://www.syariah mandiri.co.id /tentang-kami/visi-misi.diakses pada tanggal 10 Oktober 2020.

[4]Bank Syariah Mandiri, Visi Misi Bank Syariah Mandiri, 2017, https://www.syariah mandiri.co.id /tentang-kami/visi-misi.diakses pada tanggal 10 Oktober 2020.

c. Perkembangan BSI Pacitan

Bank Syariah Indonesia tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan keduanya, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmonisasi idealisme usaha dan nilai-nilai spiritual inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Indonesia dalam kiprahnya di perbankan Indonesia.Saat ini Bank Syariah Indonesia memiliki 1 Kantor Pusat dan 1.736 jaringan kantor yang terdiri dari 129 kantor cabang, 398 kantor cabang pembantu, 50 kantor kas, 1000 layanan syariah bank di Bank Indonesia dan jaringan kantor lainnya, 114 payment point, 36 kantor layanan gadai, 6 kantor mikro dan 3 kantor non operasional di seluruh propinsi di Indonesia, dengan akses lebih dari 200.000 jaringanATM[5]

PT Bank Syariah Indonesia berhasil mempertahankan kinerja positif meski pandemi Covid-19 belum mereda. Capaian ini terlihat dari tumbuhnya sejumlah indikator bisnis utama Bank Syariah seperti penyaluran pembiayaan, dana pihak ketiga (DPK), dan raihan laba setelah pajak hingga akhir Agustus 2020. Direktur Utama Mandiri Syariah Toni EB Subari mengatakan, hingga penghujung Agustus 2020 laba bersih yang dihimpun perseroan tumbuh 26,58 persen secara tahunanan (year on year) menjadi Rp957 miliar (unaudited). Selain itu, Mandiri Syariah juga berhasil meningkatkan pembiayaan hingga 6,18

[5]Bank Syariah Mandiri, Profil Perusahaan,https://www.syariah mandiri.co.id/tentang kami/ profil-perusahaan, diakses pada tanggal 13 Oktber 2020.

persen yoy menjadi Rp76,66 triliun di periode yang sama. Dimana pembiayaan segmen ritel tumbuh 12,52% menjadi Rp48,55 triliun seiring strategi fokus yang ditetapkan. Peningkatan laba bersih dan pembiayaan Mandiri Syariah ditopang pertumbuhan dana pihak ketiga (DPK) yang mencapai 13,17 persen secara *yoy* menjadi Rp99,12 triliun per Agustus. Sementa yaitu, rasio *non performing finance* (NPF) perseroan berhasil ditekan 0,27 persen secara yoy menjadi 2,51 persen di periode yang sama. Meski berpotensi tumbuh pesat, sejumlah tantangan harus dijawab pelaku industri perbankan syariah saat ini. Salah satunya, perbankan syariah harus terus menggencarkan upaya meningkatkan tingkat inklusi dan literasi keuangan syariahmasyarakat.[6]

Sedangkan perkembangan BSI Pacitan juga terbilang sangat pesat. Awalnya BSI Pacitan hanya memiliki karyawan 10 orang dengan kepala BSM Pacitan pada saat itu adalah Yuan Frika Pramoryanto. Per Oktober 2020, yaitu saat kami melaksanakan kegiatan magang, karyawan BSI Pacitan semua berjumlah 22 orang.

d. Prestasi yang Diraih

Pada tahun 2014 lalu BSI Pacitan mendapatkan dua penghargaan yaitu yang pertama atas keberhasilannya dalam memenuhi dan mencapai target bisnis pada aspek pencapaian *funding.* Dan yang kedua atas keberhasilannya dalam memenuhi dan mencapai target bisnis pada aspek

[6]https://pressrelease.kontan.co.id/release/mandiri-syariah-pertahankan-kinerja-positif-di-masa-pandemi.di akses pada tangal 20 Oktober 2020.

pencapaian *Fee Based Income.* Tahun 2017 BSI Pacitan mendapatkan penghargaan cabang terbaik pembiayaan segmen consumer.

e. Struktur Organisasi

Adapun daftar karyawan Bank Syariah Indonesia cabang Pacitan sebagai berikut:

Tabel 4. 1

Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Cabang Pacitan

No	**Nama**	**Jabatan**
1.	FeriAhmad Ichbal Khadafi,S. Kom.	ManajerBank SyariahMandiri CabangPacitan *(BranchManager)*
2.	Handri Purwoko	Manajer Perbankan Mikro (*Micro Banking Manager)*
3.	MohammadArdhan Zainuddin	Manajer Hubungan Konsumen Junior*(ConsumerBankingRelationship Junior)*
4.	Agus Arif Darmawan	Analis Pembiayaan Mikro (*Micro Financing Analys)*
5.	Sigit Harianto Tri Wahono Faris Kurniawan	*Retail Sales Executive*
6.	Sartini	Koordinator Pembiayaan Pensiunan *(CO Area Pensiunan)*

7.	Lukman Hakim Joko Dian Yanuarko IndraDhanu Prasetya	Penjualan Pembiayaan Pensiunan *(Sales Force)*
	Alwi Bashori	
8.	Fauzal Shadiq	Manajer Operasi Cabang *(Branch Operation Service & Manager)*
9.	VikaFitriAnggraita	Pelayanan Pelanggan *(Customer Service)*
10.	Oki Marta Saputri SiwiPamungkas	Kasir *(Teller)*
11.	Siti Nur Aisyah	*Back Office*
12.	IlhamTri Cahyono	Sopir *(Driver)*
13.	ToniWidayanto DeniKurniawan	Keamanan *(Security)*
14.	Didik Sulistiyono	Pesuruh Kantor *(Office Boy)*

Sumber : data diolah

Berdasarkan struktur organisasi tersebut akan diuraikan tugas dan wewenang dari masing-masing divisi, sebagai berikut :[7]

1. *Branch Manager*

   a) Menetapkan dan melaksanakan strategi pemasaran pembiayaan pensiun.

[7] Ibid.

b) Ikut memastikan kelayakan terhadap pembiayaan pension yang diajukan oleh nasabah.

c) Memberikan persetujuan atau menolak permohonan pembiayaan pensiun.

d) Melakukan monitoring atas kelancaran pembiayaan pensiun.

2. *Micro Banking Manager*

a) Memastikan tercapainya target bisnis, yaitu pembiayaan, pendanaan, dan *feebased.*

b) Memastikan kualitas aktiva produktif dalam kondisi *performing, financing* dan *maintenance* terhadap seluruh nasabah segmenmikro.

c) Memastikan pelaksanaan penagihan, restukturisasi dan *recovery* nasabah sesuai target yang ditetapkan.

3. *Customer Banking Relationship Manager*[8]

a) Menganalisis dokumen nasabah untuk memastikan kelayakan nasabah pembiayaan pensiun.

b) Menginput data nasabah yang mengajukan pembiayaan pensiun.

c) Melakukan monitoring atas kelancaran angsuran nasabah pembiayaan pensiun.

d) Menjaga kualitas pembiayaan pensiun.

e) Melakukan penandatanganan akad pembiayaan dengan nasabah pensiunan.

[8]https://pressrelease.kontan.co.id/release/mandiri-syariah-pertahankan-kinerja-positif-di-masa-pandemi.di akses pada tangal 20 Oktober 2020.

f) Melakukan kunjungan lapangan kepada nasabah pembiayaan pensiun.

g) Melakukan monitoring pengambilan manfaat pensiun nasabah yang mengajukan pembiayaan pensiun.

4. *Micro Financing Analys*

a) Melakukan verifikasi usaha, kelayakan usaha dan penilaian agunan.

b) Melakukan penginputan pada sistem aplikasi *financing approved system* (FAS) sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

c) Membuat Nota Analisa Pembiayaan (NAP) melalui sistem FAS atau manual berdasarkan hasil verifikasi dan penilaian agunan.

5. *Retail Sales Executive*

a) Bertanggung jawab terhadap promosi produk untuk mendukung tercapainya penjualan.

b) Menyunsun rencana kerja (proyeksi pencapaian,perencanaan penjualan, rencana produktifitas).

c) Mengatur jadwal yang efektif demi tercapainya pertemuan dan negosiasi.

d) Membuat daftar list seluruh klien dalam sistem dan informasi yang dibutuhkan seperti harga, kode dan segmen.

e) Kegiatan prospecting bersama kelompok atau individu.

f) Kemampuan menjual dengan personalsales.

6. *Sales Force*[9]

[9] Ibid.

a) Mengunjungi nasabah pensiunan untuk menawarkan produk pembiayaan pensiun.

b) Melakukan *pick up* dokumen persyaratan nasabah pembiayaan pensiun.

c) Mendampingi nasabah melakukan *take over* pembiayaan pension dibanklain.

d) Mendampingi CBRM dan nasabah pembiayaan pensiun dalam proses penandatanganan akad pembiayaan.

7. *Customer Service*

a) Memberikan informasi produk dan jasa BSI kepada nasabah.

b) Memproses permohonan pembukaan dan penutupan rekening tabungan, giro dan deposito, serta keluhan nasabah dan *stock opname* kartuATM.

8. *Teller*

a) Melakukan transaksi tunai dan non tunai sesuai dengan ketentuan.

b) Mengelola saldo kas *Teller* sesuai limit yang ditentukan.

c) Mengelola uang yang layak dan tidak layak edar uang palsu.

9. *Branch Funding Operational*

a) Melakukan pencairan pembiayaan pensiun.

b) Melakukan monitoring atas kelancaran pembayaran angsuran pembiayaan pensiun.

10. *General Support Staff*[10]

[10] Ibid.

a) Menyusun laporan atas realisasi biaya-biaya yang berhubungan dengan personalia maupun fasilitas kantor.

b) Mengelola dan membuat laporan penggunaan kas kecil harian sesuai dengan wewenang yang berlaku.

c) Mengelola pengadaan, pendistribusian serta pemeliharaan sarana serta prasarana kantor.

11. *Security*

a) Menjaga keamanan dan ketertiban di lingkungan/kawasan kerjanya.

b) Melaksanakan pengamanan dan pelayanan terbaik kepada nasabah sesuai dengan standar layanan dan ketentuan yang telah ditetapkan.

c) Melaksanakan tugas pengawalan uang/ barang berharga/ dokumen penting.

12. *Driver*

a) Mengantar/menjemput pegawai yang dinas luar dan yang terkait dengan hal tersebut.

b) Menjamin kendaraan dinas/ kendaraan operasional selalu siap pakai dengan memeriksa perlengkapan kendaraan, oli, air radiator, ban, kunci-kunci, dan yang lain terkait hal tersebut.

13. *Office Boy*

a) Menjaga kebersihan di lingkungan/ kawasan kerja terutama terkait dengan layanan nasabah.

b) Menata perlengkapan dan peralatan kerja untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan pegawai dalam bekerja.

PONOROGO

c) Membantu frontliner dalam hal fotokopi dokumen dan yang terkait dengan operasional bank.[11]

1. Kegiatan Umum Perusahaan[12]

1) Menghimpun dana dalam bentuk simpanan berupa giro, tabungan atau bentuk lainnya yang berdasarkan akad *wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
2) Menghimpun dana dalam bentuk investasi berupa deposito, tabungan, atau bentuk lainnya berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
3) Menyalurkan pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad *mudharabah*, akad *musyarakah*, atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
4) Menyalurkan pembiayaan berdasarkan akad *murabahah*, akad *salam*,akad*istishna*, atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
5) Menyalurkan pembiayaan berdasarkan akad *qardh*atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
6) Membeli, menjual, atau menjamin risiko sendiri surat berharga pihak ketiga yang diterbitkan atas dasar transaksi nyata berdasarkan prinsip syariah, antara lain, seperti akad *ijarah*, *musyarakah*, *mudharabah*, *murabahah*, *kafalah*, atau *hawalah*.

[11]Bank Syariah Mandiri, *Tugas Pegawai Bank Syariah Mandiri (Office)*, www.banksyariahmandiri.co.id\struktu rorganisasi\tuga spegawai. diakses pada tanggal 20 Oktober 2020.

[12]Ibid.

7) Membeli surat berharga berdasarkan prinsip syariah yang diterbitkan oleh pemerintah dan Bank Indonesia.
8) Memerima pembayaran dari tagihan atas surat berharga dan melakukan perhitungan dengan pihak ketiga atau antar pihak ketiga berdasarkan prinsip syariah.
9) Melakukan penitipan untuk kepentingan pihak lain berdasarkan prinsip syariah.[13]
10) Menyediakan tempat untuk menyimpan barang dan surat berharga berdasarkan prinsip syariah.

B. Data

1.Segmentasi pasar pada peran pembiayaan *Mudharabah* di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan.

Bedasarkan hasil wawancara diketahui bahwa peran pembiayaan *mudharabah* adalah pihak yang memiliki modal, tetapi tidak bisa berbisnis dan *mudharib* (pengelola atau *entrepreneur)* adalah pihak yang pandai berbisnis, tetapi tidak memiliki modal. Apabila terjadi kerugian karena proses normal dari usaha, dan bukan karena kelalaian atau kecurangan pengelola, kerugian ditanggung sepenuhnya oleh pemilik modal, sedangkan pengelola kehilangan tenaga dan keahlian yang telah dicurahkannya.

Berikut penuturan dari Bapak Agus Arif Dermawan selaku analisis pembiayaan Mikro dari Bank Syariah Indonesia Kcp Pacitanmekanisme

[13] Ibid

segmentasi pasar pada pembiayaan *mudharabah* Bapak Agus Arif Dermawan mengatakan bahwa:[14]

> "Mekanisme segmentasi pasar pada pembiayaan *mudharabah* di BSI KCP Pacitan yaitu menentukan batas pasar, serta memutuskan variabel segmentasi yang dapat digunakan, untuk mengumpulkan dan menganalisis data segmentasi pada pembiayaan *mudharabah* serta merencanakan pemasaran dan juga mempromosikan produk-produk yang sebaik mungkin."

Mekanisme yang dijalankan pada Bank Syarah Indonesia Kcp Pacitan menetukan batas pasar dan juga mempromosikan produk-produk bank sebagaimana yang di ungkapkan oleh Bapak Agus Arif Darmawan. "setelah merencanakan pemasaran maka pihak bank melakukan survey, tahap analisis, tahap pembentukan untuk mencari informasi tentang nasabah."

Menurut Pillip Kolter dalam buku perbankan syariah dijelaskan bahwa mekanisme segmentasi pasar pada pembiayaan *mudharabah* yaitu yang pertama *survey stage, analysis stage, profiling stage*.[15]Dari hasil wawancara Bapak Agus Arif Darmawan menyampaikan bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan lebih mengutamakan *survey* dan *profiling*.

> "betul mbak, akan tetapi di bank kita yang di optimalkan hanya 2 mekanisme saja dari 3 mekanisme tersebut. Yakni *suevey stage* dan *profiling* mengapa bank kita hanya mengoptimalkan kedua mekanisme tersebut? Karena dari kedua mekanisme itu sudah bias mengetahui nasabah."

PONOROGO

[14]Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah (* Bandung : Alfabeta 2019),33.

[15]Agus Arif Darmawan, *Wawancara*, 4 Mei 2021.

Hasil wawancara dari Bapak Agus Arif Darmawan tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam melihat segmentasi pasar, bahwa Bank Syariah Indonesia dalam mekanismesegmentasi bank pada pembiayaan *mudharabah* pasar yang belum dilayani dengan baik. Hal ini juga dapat dilakukan dengan mengidentifikasi segmentasi yang ada.

Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan dapat memahami nasabah dengan baik, nasabah juga mempunyai keinginan untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi dan tidak merugikan satu sama lain sehingga antara kedua belah pihak dapat saling melayani dengan baik. Dengan pembiayaan *mudharabah* dalam segmentasi pasar juga dapat dikatakan sebagai kemampuan yang tidak mempengaruhi bank sehingga dapat melayani para pelanggan atau nasabahnya.

Dari hasil wawancara kepada Bapak Agus Arif Darmawan bahwa setiap memilihmekanisme segmentasi pasar dalam pembiayaan *mudharabah* Bank Syariah Indonesia juga lebih memilih pada pemasaran yang sangat baik agar uasahanya tidak mengalami kendala maupun kemacetan. Dalam mekanisme segmentasi pasar pembiayaan*mudharabah* sangat penting untuk meingkatkan usaha nasabah agar segmentasi pasar juga layak di layani kepada nasabah. Nasabah rata-rata mereka sudah mendapatkan pendapatan lain dan sebagian besar dari mereka adalah masyarakat golongan menengah ke atas.

Di tengah situasi pesaingan yang semakin ketat Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan dalam hal meningkatkan jumlah usaha nasabah.

Dan juga tidak bisa membedakan masing-masing produk karena sudah terlalu banyak pesaing tidak berbeda satu dengan yang lain dari sisi fungsionalnya.

Berikut penuturan dari bapak Agus Arif Darmawan dari Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan mengatakan bahwa:

> "Nasabah kami rata-rata mengunakan pembiayaan *mudharabah* untuk melakukan usaha dalam segmentasi pasar, pada awalnya belum mengunakan pembiayaan *mudharabah* akan tetapi nasabah mengunakan segmentasi pasar pada pembiayaan *mudharabah* yang digunakan untuk memperluas strategi penetapan posisi segmen dengan memasukan segala aspek kombinasi pada pemasaran seperti prodk, harga, promosi dan tempat."[16]

Nasabah yang melakukan pembiayaan *mudharabah* dalam segmentasi pasar harus merencanakan produk yang dapat memenuhi permintaan pasar dan juga nasabah bisa mengatur waktu yang sebaik-baiknya dalam usaha promosi serta siklus kehidupan produk tersebut dari tahap perkenalan sampai tahap penurunan. Dalam praktinya Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan dalam melakukan promosi untuk meningkatkan usaha nasabah dalam segmentasi pasar pada pembiayaan *mudharabah.* Seperti yang dikatakan oleh Bapak Agus Arif Darmawan selaku analisis pembiayaan mikro dari Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan mengatakan bahwa:

> "Dalam melakukan peningkatan pada segmentasi pasar bank lami melakukan promosi dengan cara turun langsung kepada masyarakat agar dapat menarik minat nasabah dan juga melakukan sosialisasi langsung tentang produk-produk yang ada di bank kami, serta

[16]Agus Arif Darmawan, *Wawancara*, 4 Mei 2021.

menyebarkan beberapa brosur untuk member informasi tentang produk-produk yang ada di bank kami."

Akan tetapi ada beberapa faktor yag harus di perhatikan sebelum memasarkan produk-produk yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan. Seperti yang ddikatakan oleh fausal shadiq bahwa:[17]

"bahwa salah satu produk-produk yang di pasarkan harus sesuai dengan kebutuhan nasabah dan sesuai dengan harga yang di jual belikan kepada pembeli. Sebagus apapun produk yang ditawarkan jika tidak sesuai dengan kebutuhan para nasabah akan ditolak, bank juga harus mampu menentukan produksesuai dengan kebutuhan nasabah dan sebelum memasarkanya harus melakukan survey."

Menurut Bapak fausal dalam segmentasi pasar pada pembiayaan *mudharabah* dalam strategi harga, promosi, dan tempat Bapak Fusal mengatakan bahwa:

"Harga merupakan salah satu aspek penting dalam *marketingmix*.Penentuanhargamenjadisangatpentinguntuk diperhatikan, karena harga sangat menentukan laku atau tidaknyaprodukdanjasaperbankantersebut.Salahdalammenentuanharga akan fatal terhadap produk yangditawarkan. Tanpaadanyapromosijangandiharapkannasabahakan mengenalbanktersebut,apalagidenganproduk-produkataupembiayaanyang adadidalamnya.Salahsatutujuanpromosibankadalahmenginformasikansegalajenisprodukyangditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Adaempatmacamsaranapromosiyangdapatdigunakanyaituperiklanan (*advertising*),promosipenjualan (*salespromotion*). Pada Penentuanlokasikantorbesertasaranadanprasaranapendukungmenjadisangatpenting,halinidisebabkanagarnasabah mudah untuk menjangkaun setiap lokasi bank yang ada.Demikian pula saran dan prasarana harus memberikan rasa yangaman dan nyaman kepada seluruh nasabah yang berhubungandenganbaik."

Dari hasil wawancara Bapak Fusal tersebut dapat dikatakan bahawa pada dalam meningkatkan segmentasi pasar pada pembiayaaan

[17] Fausal Shodiq, *Wawancara*, 4 Mei 2021.

mudharabah harus memenuhi kebutuhan calon nasabah maupun nasabah terutama dari segi produk, harga, promosi dan tempat agar dapat membantu masyarakat dengan memberikan pelayanan menghimpun dana pelayanan agar mudah, cepat untuk menghadapi pesaingan.

Akad ini dapat dikombisiskan dengan akad *ijarah, murabahah, musyarakah,* tergantung dengan produknya. *Mudharabah* yang digunakan di BSI Pacitan memberikan porsi dana maupun kerja oleh masing-masing pihak tidak harus sama dengan dan identik sesuai dengan kesepakatan mereka. Karakteristik pendekatan segmentasi pasar menurut Bapak Agus Arif Darmawan mengatakan:[18] "karakteristik pendekatan dalam segmentasi pasar bisa dikelompokkan menjadi tiga dalam sebuah pembiayaan *mudharabah."*

Menurut Buku Hermawan kartanajaya dapat disimpulkan bahwa karakteristik segmentasi pasar dapat di kelompokan menjadi tiga yaitu:[19]

1. *Static attribute segmentation*

   Static attribute segmentation adalah pendekatan yang dilakukan dengan cara membagi pasar berdasarkan atribut-atribut yang bersifat statis, seperti geografis atau demografis. Segmentasi geografis membagi pasar berdasarkan letak, misalnya negara, kawasan, provinsi, maupun kota. Segmentasi demografis membagi pasar berdasarkan umur, jenis kelamin, jenis pekerjaan, jumlah pendapatan, agama dan pendidikan.

---

[18]Agus Arif Darmawan ,*wawancara 1 maret 2021.*
[19]Hermawan Kartajaya Dan Muhammad Syakir Sula, 166.

2. *Dynamic attribute segmentation*

Dynamic attribute segmentation adalah pendekatan yang dilakukan dengan memerhatikan atribut-atribut yang dinamis, seperti psikografis dan perilaku *(behavior)*. Segmentasi psikografis membagi pasar berdasarkan gaya hidup dan kepribadian. Sedangkan segmentasi perilaku berdasarkan sikap, penggunaan, dan respons.

5. *Individual segmentation*

Individual segmentation adalah pendekatan yang dilakukan atas unit terkecil pasar, yaitu individu perseorangan.[20]Melihat segmen yang ada pada bank syari'ah, didalamnya merupakan *emotional market* yang mempunyai potensi pasar yang besar, maka dari itu disamping pendekatan terhadap *spiritual market*, bank sangat perlu melakukan pendekatan *universal* terhadap *emosional market*. Karena jika hanya pendekatan terhadap *spiritual market* saja, maka prinsip-prinsip ekonomi syari'ah tidak bisa berkembang dengan baik.

Adapun beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya kegagalan dalam melakukan usaha. "Bapak Agus Arif Darmawan ia mengatakanfaktor risiko yang timbul di masa yang akan datang disebabkan karena di masa yang akan datang penuh dengan berbagai ketidakpastian. Kondisi Lingkungan, Unsur Kesengajaan."

Meskipun segmentasi pasar dalam pembiayaan *mudharabah* belum memenuhi salah satu kebutuhan nasabah maka mereka sangat puas dengan

[20]Ibid.,166.

adanya pembiayaan *mudharabah* tersebut, akan tetapi menaggapi hal tersebut dari bapak Agus Arif Darmawan selaku Analisis Pembiayaan *Mudhrabah* mengatakan bahwa manfaat dalam pembiayaan.Sesuai dengan teori menurut Ismail beliau mengatakan bahwa segmentasi pasar pada pembiayaan*mudharabah* membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dalam meningkatkan usahanya. Secara terperinci pembiayaan memiliki fungsi antara lain:

Pembiayaan *mudharabah* dapat meningkatkan jual beli barang dan jasa. Dalam hal ini seandainya belum tersedia uang sebagai alat pembayaran, maka pembiayaan akan membantu melancarkan lalu lintas pertukaran barang dan jasa.Pembiayaan sebagai alat pengendali harga. Dan juga ekspansi pembiayaan akan mendorong dan meningkatnya jumlah uang yang beredar dan peningkatan peredaran uang akan mendorong kenaikan harga. Sebaliknya pembatasan pembiayaan akan berpengaruh pada jumlah uang yang beredar dan keterbatasan uang yang beredar di masyarakat memiliki dampak penurunan harga,promosi,dan produk.

Setelah wawancara dengan bapak Agus Arif Darmawan ia mengatakan:"Resiko dalam pembiayaan *mudharabah* antara lain yang pertama asrimetri yang terjadi dalam kecenderungan dari salah satu pihak yang tidak menguasai informasi lebih banyak dari sikap yang jujur, kesalahan yang tidak di sengaja, pengawasan pada pembiayaan *mudharabah* dan minimalisasi risiko pembiayaan *mudaharabah*."[21]

[21]Agus Arif Darmawan, *Wawancara*, 1 maret 2021.

Berdasarkan kesimpulan dari data di atas bahwa risiko pembiayaan *mudharabah* dapat mempercayakan nasabah bila bersikap jujur sejumlah modal kepada pengelola dengan suatu perjanjian yang disepakaati, dalam menghadapi suatu pengawasan keungkinan risiko bank diperkenalkan untuk melakukan pengawasan baik secara aktif dan menimalisasi bank dapat menetapkan suatu dengan cara menetapkan strutur insentif kepada pelaku usaha."Menurut Bapak Agus Arif Darmawan pelayanan BSI dalam mendukung proses segmentasi pasar pada pembiayaan *mudharabah* dalam meningkatkan usaha nasabah dapat memberikan pelayanan yang terbaik dari nasabah, karena BSI memliki pesaing yang cukup banyak terutama pesaing yang sama yaitu bank yang umum maupun bank asing."

Dari kesimpulan data di atas bahwa BSI memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah yang melakukan pembiayaan untuk usahanya, selain itu juga keunggulan yang kompetitif yang cukup besar yang dimiliki oleh BSI tersebut dan juga dapat bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak dari awal maupun akhir agar nasabah merasa nyaman.

> "Dari wawancara bapak Agus Arif Darmawan Adapun kendala yang di hadapi BSI dalam melakukan segmentasi pasar pada pembiayaan *mudharabah*. kendala yang dihadapai oleh BSI dalam itu tingkat pesaingan mbak, kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai bank syariah, tejadi kemacetan dalam angsuran, dan juga sosialisasi dari bank juga belum menyeluruh kemasyarakat."[22]

Hasil wawancara data tersebut dapat disimpulkan bahwa dari bank tersebut kendala dapat disikapinya dengan cara melakukan pelayanan kepada nasabah yang mampu membuat kenyamanan para nasabah,dan juga

[22]Ibid.

memberikan sosialisasi kepada masyarakat untuk penyampaian pemahaman mengenai produk bank secara syariah agar memudahkan pelayanan nasabah tersebut. Dan juga faktor yang dapat mendukung segmentasi pasar agar dapat meningkatkan secara terus menerus dan karakter yang baik yang dimiliki karyawan bank.[23]

Berdasarkan wawancara kepada Bapak Agus Arif Darmawan dampak segmentasi dalam meningkatkan usaha nasabah mengatakan bahwa:

> "Apabila segmentasi pasar dalam meningkatkan usaha tidak efektif maka akan mengakibatkan penurunan minat nasabah. Dan semakin bertambahnya pesaingan yang semakin meningkat, akan tetapi bank kami tidak putus asa untuk memperkenlkan produknya kepada masyarakat. Sehingga produk tersebut tersampaikan kepada masyarakat dan dikenal luas."

Dari paparan diatas bahwa dampak segmentasi pasar dalam meningkatkan usaha nasabah sangat mendukung dengan prosedur dan memberikan pembiayaan yang mudah dan cepat untuk menarik minat nasabah dalam menggunakan produk tersebut.

2. Peran pembiayaan *mudharabah* dalam Pengembangan Usaha Nasabah Sebelum dan Sesudah melakukan pembiayaan.

Tolak ukur tingkat keberhasilan dan perkembangan usaha dapat dilihat dari peningkatan omzet penjualan. Tolak ukur perkembangan usaha haruslah parameter yang dapat diukur dan dipertanggung jawabkan. Semakin kongkret tolak ukur itu semakin mudah bagi semua pihak untuk memahami serta membenarkan atas diarihnya keberhasilan tersebut[24]Data

[23] Kasmir, *Pemasaran Bank, 186-187.*

[24]Muhammad Sholeh, *Analisis strategi Inovasi dan Dampaknya Terhadap Kinerja Perusahaan*,(Semarang:UNDIP, 2008), 25.

perolehan yang saya wawancarai nasabah yang melakukan usaha kecil dengan menggunakan pembiayaan *mudharabah*. Yang mana nasabah yang saya wawancarai atas nama ibu Sutini yang beralamat di Pacitan yang sedang melakukan usaha dengan menggunakan akad pembiayaan *mudharabah* apakah usaha meningkat dengan lancar dan mendapatkan keuntungan yang sangat memuaskan. Ibu Sutini mengatakan bahwa "dalam merintis usahanya bank meminjamkan dana untuk usaha yang sedang saya lakukan tersebut meningkat dalam menggunkan pembiayaan *mudharabah* dan keuntungannya juga lumayan memuaskan."[25]Jadi kesimpulan dari data di atas bahwaa Ibu Sutini menggunakan pembiayaan *mudharabah* usahanya menigkat dan tidak mengalami kemacetan. Data pekembangan usaha ibu Sutini sesudah dan sebelum melakukan pembiayaan*mudharabah.*

Tabel 4.2

Perkembangan Usaha Ibu Sutini Sebelum Melakukan Pembiayaan dan Sesudah Pembiayaan Mudharabah

No	Jenis perkembangan	Sebelum	Sesudah
1	Macam dagangan	Sedikit	Banyak
2	Tenaga kerja	2 pekerja	3 pekerja
3	Pelunasan tempat toko	1 toko	1 toko
4	Omzet penjualan setiap dagang	Rp 35.000.000	Rp 55.000.000

Sumber :Data PrimerDiolah

[25]Sutini, *Wawancara*, 5 maret 2021.

Sedangkan untuk laba yang di dapat ibu Sutini kurang lebih perbulan Rp 5.000.000, ini merupakan peningkatan usaha ibu Sutini yang di dapat setelah melakukan pembiayaan *mudharabah*. "Alasan Ibu Sutini melakukan pembiayaan *mudharabah* karena sangat mudah dan nyaman serta akadnya yang digunakan oleh bank memfasilitasi pemenuhan kebutuhan yang saya butuhkan mbak."Pada tabel di atas bahwa ibu Sutini melakukan pinjaman berupa pembiayaan *mudharabah* usaha yang dilakukan ibu sutini untuk laba yang setiap bulan kurang lebih omzet penjualan meningkat 50% dari pada yang sebelumnya, dan dagangan yang dijual ibu sutini setelah melakukan pembiayaan mudharabah berupa jualan baju, jualan sayuran dan kebutuhan ibu rumah tangga, pada waktu sebelum melakukan pembiayaan mudharabah ibu sutini hanya jualan sayuran saja dan omzet penjualan hanya 10% saja.

Jadi kesimpulan dari data di atas bahwa Ibu Sutini sangat terbantu dari adanya pembiayaan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia dan ibu Sutini bisa meningkatkan pengembangan usahanya dan dapat memenuhi kebutuhan keluarganya dalam sehari-hari. Wawancara dari Bapak Agus Arif Darmawan tujuan memberikan pembiayaan *mudharabah*mengatakan bahwa. [26]

> "Tujuan BSI memberikan pembiayaan *mudharabah* kepada nasabah, supaya usaha nasabah dapat meningkat Membantu usaha nasabah yang memerlukan dana, baik dana untuk investasi maupun dana untuk modal kerja. Dengan pembiayaan tersebut maka nasabah dapat mengembangkan dan memperluas usahanya. Dalam hal ini pihak bank maupun nasabah sama-sama mendapatkan keuntungan."

[26] Agus Arif Darmawan, *Wawancara*. 1 Maret 2021.

Dalam hal ini strategi yang dapat dilakukan dalam mengembangkan usahanya.

> "strategi pengembangan usaha yang dapat dilakukan oleh pengusaha untuk mengembangkan usahanya, diantaranya adalah: Melakukan kerjasama dengan agen/distributor untuk memasarkan barang dan jasa, menambah jumlah produksi, melakukan kemitraan dengan pihak lembaga keuangan, baik bank maupun non bank, mengembangkan kreasi dan inovasi produk."[27]

Dari paparan diatas wawancara dari bapak Agus Arif Darmawan dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan perkembangan usaha adalah suatu bentuk kegiatan yang dilakukan pengusaha agar usahanya dapat menjadi lebih baik, juga mampu menumbuhkan dan memperkuat dirinya menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.

C.ANALISIS DATA

1. Segmentasi pasar pada peran pembiayaan *mudharabah* di bank syariah Indonesia KCP Pacitan.

Segmentasi pasar pada Pembiayaan diartikan sebagai suatu kegiatan pemberian fasilitas keuangan atau finansial yang diberikan satu pihak kepada pihak lain untuk mendukung kelancaran usaha maupun untuk investasi yang telah direncanakan. Dalam arti sempit, pembiayaan dipakai untuk mendefinisikan pendanaan yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan seperti bank syariah kepada nasabah. Sedangkan pembiayaan dalam arti luas adalah *financing* atau pembelanjaan yaitu pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dikerjakan oleh orang lain.

[27]Agus Arif Darmawan, *Wawancara.*1 Maret 2021.

Adapun mekanisme strategi segmentasi pasar yang diterapkan di Bank Syariah Indonesia Kcp Pacitan. Berdasarkandatayangtelahdiperolehdariwawancara di atas, maka penulis dapat mengemukakanbahwa segmentasi pasar tedapat prosedur dan variabelyaitusebagai berikut:

a. *Survey Stage*

Pada tahap ini marketing melakukan eksplorasiyangdikenaldenganistilahsurveystage.Bentuksurveinyaditentukanperusahaansendiri,baik dan juga Tujuan diterapkannyamekanisme ini ialah supaya pihak perusahaan memilikidata di pasar tertentu, memaparkan data dari objekpenelitian,danmenginterprestasikandanmenganalisisnya secarasistematis.

Marketingmelakukankuesionerformaluntukmengumpulkandatamengenai:

1) Atribut-atributdanperingkatkepentingan
2) Kesadaranmerekdanperingkanmerek
3) Polapengunaanproduk
4) Sikatterhadapkategoriproduk
5) Demografis,psikografisdariresponadaduacara yang dilakukan yaitu wawancara langsungyaituwawancarayangdilakukansecaralangsungterhadap

masyarakatyangmenjadikonsumen,yangkeduawawancaratidakl angsungmeliputiwawancaradenganmenggunakankuisioner,telep on,danmelaluisurat.

b. *ProfilingStage*

Prosedur ini perusahaan mulai mengidentifikasibeberapakelompokkonsumen.Patokannyaadalahda ta survei di awal ditambah data-data hasil analisiskonsumen. Dari proses identifikasi ini akan munculnama-namakelompokkonsumenyangakandijadikantargetpenjualan.Jikase muanyasudahlengkapbaruprodukdipasarkankepadanasabahyangses uaidenganinformasiyangsudahdidapatkan. SedangkanmenurutPillipKholterdibukuperbankansyariahada6langk ahdalamprosessegmentasipasaryaitumenentukanbataspasar,memutu skanvariabelsegmentasiyangakandigunakan,mengumpulkandanmen ganalisisdatasegmantasi,mengembangkanprofiltiap-tiapsegmentasi,mendidiksegmentasiyangdilayani,merancang rencana pemasaran.

Darihasillapanganmenunjukanbahwapihak bank belum meganalisis mekanisme pembentukandenganbaik,haliniterjadikarenakesalahansegmentasi berpangkul dari kurangnya informasipasar.Akibatnyapengelompokkankonsumentidaksesuaide ngankondisipasaryangsesungguhnya.

Dengan begitu pihak bank harus membuatkeputusandidasariatasinformasiyangcukup.Parapemasarharusmampumelihatstrukturindustrinyauntukmenghindari dalam melakukan kesalahansegmentasipasar.Bankharusmelakukanstudipasar,memanfaatkanrisetdanmelakukan*marketingIntelligent*agartahupersispasarnyasepertiapa.

Resiko yang timbul di masa yang akan datang disebabkan karena di masa yang akan datang penuh dengan berbagai ketidakpastian. Yang paling penting disini untuk diperhatikan adalah memprediksi resiko yang bakal terjadi nantinya. Adapun risiko yang menyebabkan kegagalan terhadap hasil yang dicapai adalah sebagai berikut:

1. Data dan Informasi tidak Lengkap
2. TidakTeliti
3. SalahPerhitungan
4. Pelaksanaan PekerjaanSalah
5. KondisiLingkungan
6. UnsurKesengajaan[28]

Seperti yang di katakan Kasmir di buku (dasar-dasar perbankan)dalam tujuan untuk memberikan pembiayaan adalah sebagai berikut:

1. Mencari Keuntungan

[28] Kasmir, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2012), 9.

Tujuan utama pemberian pembiayaan adalah untuk memperoleh keuntungan atau pendapatan. Hasil pendapatan dapat diperoleh berupa bagi hasil atau *margin* keuntungan yang didapat dari pembiayaan. Keuntungan yang diperoleh dapat membesarkan usaha bank.

2. Membantu Usaha Nasabah

Membantu usaha nasabah yang memerlukan dana, baik dana untuk investasi maupun dana untuk modal kerja. Dengan pembiayaan tersebut maka nasabah dapat mengembangkan dan memperluas usahanya. Dalam hal ini pihak bank maupun nasabah sama-sama mendapatkan keuntungan.

Sedangkan Menurut Kotler (2000), tingkat kompetisi pemasaran bank semakin ketat, masing-masing perusahaan bank harus semakin jeli dalam memilih pasar sasaranya agar memiliki keunggulan kompetitif dalam memasarkan prouk-produknya. Segmentasi pasar semakin penting dan merupakan salah satu kunci yang menentukan sukses atau tidah dalam suatu perusahaan bank.[29]

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan pihak Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan diketahui bahwasegmentasi pasar pada pembiayaan *mudharabah* sangat penting untuk dilakukan dan juga salah satu upaya yang harus dilakukan dalam setiap lembaga keuangan agar berusaha seaksimal mungkin untuk melakukan strategi pemasaran dalam

[29]Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah (* Bandung : Alfabeta 2019),85.

pembiayaan *mudharabah* agar suatu pembiayaan dalam perbankan tersebut bisa terus mengalami peningkatan dan masyarakat bisa lebih faham sehingga tertarik untuk menggunakan produk-produk yang ada dibank tersebut. Karena didalam dunia perbankan pembiayaan *mudharabah* dalam segmentasi pasar sangatlah penting untuk terus di perkenalkan dalam masyarakat dan memasarkan produk-produk. Dan juga peran dari bank terutama marketing sangat penting dalam segmentasi pemasaran ini. Dan juga menurut Bapak Agus Arif Darmawan penyebab terjadi rendahnya jumlah nasabah pembiayaan *mudharabah* disebabkan karena beberapa risiko yaitu pihak bank menerapkan prinsip kehati-hatian dalam mengeluarkan dana 100% untuk modal usahanya si pengelola serta kurangnya kesiapan dari sumber daya manusia atau nasabah itu sendiri.

Dalam segmentasi pemasaran yang ada menurut BSI KCP Pacitan yang paling digunakan yaitu penjualan pribadi dan selalu disebutkan pendapatan bagi hasil yang selama didapatkan oleh bank tersebut. Dan juga menarik calon nasabah agar bisa dengan produk pembiayaan *mudharabah*, segmentasi tersebut adalah cara yang paling mudah. Akan tetapi segmentasi yang selama ini dilakukan oleh bank syariah Indonesia masih dirasa kurang maksimal, cara yang harus dilakukan sesuai strategi promosi dan strategi harga. [30]

[30]Ibid., 85.

Akan tetapi dalam memasarkan pembiayaan *mudharabah* melalui penyebaran brosur, eduksi dan media sosial. Karena dengan adanya penyebaran brosur dapat mewakili lembaga keuangan dapat memberikan informasi tentang produk-produk yang ada dilembaga keuangan tersebut.

Adanya promosi jangan harap masyarakat dapat mengenal BSI tersebut. Karena promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya, namun tidak hanya promosi saja harus pula strategi harga, dengan mengingat bahwa untuk pembiayaan *mudharabah* harus benar-benar mengatahui karakter dari nasabah yang akan dibiayai. Dengan adanya lembaga keuangan seperti yang di BSI KCP Pacitan walaupun BSI tidak menutup kemungkinan setelah difasilitasi pembiayaan tersebut masih saja mengalami kemacetan. Akan tetapi segmentasi pasar dilakukan untuk menyatukan dari berbagai keragaman kebutuhan masyarakat dan keinginan masyarakat yang heterogen menjadi homogen. Dalam Bank Syariah Indonesia melaksanakan pembiayaan *mudharabah* bertujuan untuk mencari keuntungan dan juga membantu usaha nasabah agar tidak mengalami kemacetan dan juga nasabah agar tertarik dengan adanya pembiayaan *mudharabah* dalam segmentasi pasar tersebut. Seperti yang dikatakan Kasmir dan pendapat dengan teori Ismail beliau mengatakan bahwa pembiayaan *mudharabah* membantu masyarakat dalam memenuhi

kebutuhan dalam meningkatkan usahanya. Secara terperinci pembiayaan memiliki fungsi antara lain:[31]

Pembiayaan *mudharabah* dapat meningkatkan jual beli barang dan jasa. Dalam hal ini seandainya belum tersedia uang sebagai alat pembayaran, maka pembiayaan akan membantu melancarkan lalu lintas pertukaran barang dan jasa. Pembiayaan sebagai alat pengendali harga. Dan juga ekspansi pembiayaan akan mendorong dan meningkatnya jumlah uang yang beredar dan peningkatan peredaran uang akan mendorong kenaikan harga. Sebaliknya pembatasan pembiayaan akan berpengaruh pada jumlah uang yang beredar dan keterbatasan uang yang beredar di masyarakat memiliki dampak penurunan harga.

Menurut M. Nur Rianto Al Arief (2019), bahwa segemntasi pasar pada pembiayaan *mudharabah* adalah seni mengidentifikasikan serta memanfaatkan peluang-peluang yang muncul di pasar, dimana pasar yang dipilih merupakan pasar yang menjadi tujuan untuk memasarkan produk. Selain itu, bank yang merupakan perusahaan berorientasi pada konsumen harus memahami *homogenitas* masing-masing segman tersebut yang disebabkan oleh adanya perbedaan-perbedaan dalam kebiasaan membeli,[32]cara penggunaan barang, kebutuhan pemakai, motif pembelian, tujuan pembelian, dan lain sebagainya. [33]

PONOROGO

[31] Ibid.
[32] Ibid.,9
[33] Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah (* Bandung : Alfabeta 2019),33

Berdasarkan pemaparan data diatas,dapat diketahui bahwa segmentasi pasar padapembiayaan *mudharabah*di BSI KCP Pacitan tidak sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kasmir karena tidak menggunakan sumber risiko padasegmentasi pasar pada pembiayaan mudharabahyangmelalui referensi, lembaga pendidikan. Pada Peran pembiayaan *mudharabah*yang dilakukan diBSI KCP Pacitan hanya menggunakan beberapa sumber saja adanya kondisi lingkungan dan unsur kesengajaan, dan juga melakukan promosi pada nasabah dalam menarik minatagar pembiayaan *mudharabah*dalam segmentasi pasar meningkat. Sehingga Bank mengaku bahwa pelaksanaan peran pembiayaan *mudharabah* dalam segmentasi pasar kurang maksimal dan belum meningkat sehingga terjadi kemacetan pada usaha nasabah. [34]

2. Peran pembiayaan *mudharabah* dalam meningkatkan perkembangan usaha nasabah sebelum dan sesudah melakukan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan.

Sebagaimana paparan data diatas bahwa BSI KCP Pacitan adalah lembaga keuangan syariah yang menjalankan produk pembiayaan *mudharabah* dengan tujuan untuk mengembangkan usaha nasabah agar menjadi lebih baik dari sebelumnya. BSI KCP Pacitan memiliki pelayanan dengan sistem jemput bola. Dengan adanya pedagangan ini yang benama ibu Sutini berada dipasar yang menggunakan pembiayaan *mudharabah* sangatlah terbantu dalam mengakses lembaga keuangan. Pedangan yang

[34] Ibid.,33

ada di pasar Arjowinangun Pacitan salah satunya ibu Sutini yang saya wawancarai lebih mdah mengajukan pembiayaan *mudharabah* melalui Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan.

Pada pembayaran dilakukan melalui potongan tabungan nasabah. Ibu Sutini menyetor dana tabungan setiap hari kepada petugas Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan yang datang ke pasar tersebut. Dengan adanya pembiayaan *mudharabah* ibu Sutini dalam masalah pemodalan sangat teratasi. Seperti yang kita ketahui bahwa modal merupakan faktor utama yang sangat diperlukan oleh nasabah untuk mengembangkan dalam usahanya, serta membantu meningkatkan omzet penjualan serta membantu siklus usaha tetap berjalan. Dalam hasil wawancara dengan nasabah yang menerima pembiayaan *mudharabah* di BSI KCP Pacitan, nasabah merasakan bahwa dengan adanya pembiyaan bisa membeli barang dagangan dan juga memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Adanya bertambahnya barang yang di jual maka semakin bertambah omzet penjualan yang dihasilkan oleh ibu Sutini.

Dalam selisih omzet penjualan selama sebelum melakukan pembiayaan *mudharabah*dan sesudah melakukan pembiayaan *mudharabah*. Akan bertambahnya omzet pada penjualan dan juga dibuktikan dengan bertambahnya jumlah karyawan karena disebabkan jumlah pembelian yang semakin meningkat sehingga perlu bantuan karyawan untuk menjualkan barang dagangannya.

Menurut para penelitian Lee dan Miller 1996 menjelaskan bahwa

usaha dikatakan berkembang apabila omzet penjualan naik, tenaga kerja bertambah dan pertumbuhan pelanggan sebagai pengukur perkembangan usaha.Penjualan adalah usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang dan jasa kebutuhan yang telah dihasilkan kepada mereka yang membutuhkan dengan imbalan uang menurut harga yang telah ditentukan sebelumnya. Sedangkan omzet penjualan berarti jumlah penghasilan atau laba yang diperoleh dari hasil menjual barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh.[35]Modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya. Harta benda (uang, barang dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambahkan kekayaan. Modal dalam pengertian ini dapat diiterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan bisnis. Modal usaha terdiri dari tiga macam yaitu:

1. ModalSendiri adalah Modal yang diperoleh dari pemilik usaha itu sendiri. Modal sendiri terdiri dari tabungan, sumbangan, hibah, dan lain sebagainya.
2. Modal Asing (Pinjaman) Modal asing atau modal pinjaman adalah modal yang biasanya diperoleh dari pihak luar perusahaan dan biasanya diperoleh dari pinjaman. Sumber dana dari modal asing adalah pinjaman dari perbankan dan pinjaman dari lembaga keuangan non

[35]Wina Saparingga, "*Analisis Perbandingan Tingkat Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Sebelum dan Sesudah Mendapatkan Fasilitas Pembiayaan Mikro," (studi kasus di BRI Syariah KCP Kopo Bandung),* (Bandung: UINSBA, 2015), 38.

bank seperti koperasi, pegadaian, atau lembaga pembiayaan.

3. Modal Patungan Selain modal sendiri atau pinjaman, juga bisa menggunakan modal usaha dengan cara berbagi kepemilikan usaha dengan orang lain. Caranya dengan menggabungkan antara modal sendiri dan modal orang lain.[36]

Berdasarkan paparan data di atas, dapat diketahui bahwa pembiayaan *mudharabah* pengembangan usaha nasabah pada omzet penjualan sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh para peneliti Lee dan Miller 1996 karena menggunakan sistem pengembangan produk dan juga omzet penjualan dan modal pinjaman dari Bank Syriah KCP Pacitan. Sehingga nasabah mengaku bahwa omzet penjualan usaha sesudah melakukan pembiayaan *mudharabah* meningkat 50% dari sebelumnya.

PONOROGO

[36] Ibid.,38.

IAIN
PONOROGO

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam pembahasan pada bagian-bagian sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil analisis data dalam peran pembiayaan berdasarkan segmentasi pasar pada pembiayaan *mudharabah* pada BSI KCP Pacitan.

   Dapat diketahui bahwa segmentasi pasar pada pembiayaan *mudharabah*di BSI KCP Pacitan tidak sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kasmir karena tidak menggunakan sumber risiko pada pembiyaan *mudharabah*dalam segmentasi pasar.melalui referensi, lembaga pendidikandan juga bank melakukan promosi pada nasabah dalam menarik minat agar segmentasi pasar pada pembiayaan *mudharabah*meningkat. Sehingga Bank mengaku bahwa pelaksanaansegmentasi pasar pada pembiayaan *mudharabah* kurang maksimal dan belum meningkat sehingga terjadi kemacetan pada usaha nasabah.

2. Berdasarkan hasil analisis data pengembangan usaha nasabah sebelum dan sesudah melakukan pembiayaan *mudharabah*.

   Pada pembiayaan *mudharabah* pengembangan usaha nasabah ibu sutini pada omzet penjualan sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh para peneliti Lee dan Miller 1996 karena menggunakan sistem pengembangan produk dan juga omzet penjualan dan modal pinjaman dari Bank Syriah KCP Pacitan. Sehingga nasabah mengaku bahwa omzet

penjualan usaha sesudah melakukan pembiayaan *mudharabah* meningkat 50% dari sebelumnya.

B. SARAN

1. Bagi Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan Dalam segmentasi pasar pada pembiayaan *mudharabah* untuk meningkatkan usaha nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan di harapkan pihak bank meningkatkan lagi pada segmentasi pasar pada promosi, agar dapat menarik masyarakat lebih banyak lagi.
2. Bagi Masyarakat yang melakukan pembiayaan menggunakan pembiayaan *mudharabah*dengan adanya penelitian ini, dapat menambah pengetahuan masyarakat kepada bank syariah, terutama tentang pembiayaan *mudahrabah*. Agar kedepanya mmiliki manfaat yang berguna bagi masyarakat dan semoga pengembangan usahanya tetap berjalan dengan lancar.

PONOROGO

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Arif, Rianto Nur. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah.* Bandung, Alfabeta, 2019.

Anang, Firmansyah. *Bank Syariah Implementasi Teori dan Praktek.* Yogyakarta: Qiara Media, 2019.

Antonio, Syafi'i. *Dasar- Dasar Manajemen Bank Syariah. Jakarta: Pustaka* Alfabeta, 2006.

Chandra, Purdi E. *Trik Sukses Menuju Sukses.* Yogyakarta: Grafika Indah, 2000.

Ismail, *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2011.

Karim, Adiwarman. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.

Kasmir, *Manajemen Perbankan.* Jakarta: Rajawali Press,2010.

---------.*Dasar-dasar Perbankan.* Jakarta: Rajawali Pers, 2013.

---------.*Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana, 2012.

Mundzirin, Yusuf, *Sejarah Peradaban Islam di Indonesia.* Universitas Michigan.Pustaka,2006.

Musthofa, Imam. *Fiqih Muamalah.* Bandung: 2013.

Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*. Yogyakarta: Ekonisia, 2004.

Shihab, M. Quraish. *Tafsir-Mishbah Pesan, Kesan dan Keserasian al-Qur'an.* Ciputat, Lentera Hati, 2000.

Soemitra, Andri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah.* Jakarta: Kencana, 2009.

Sumarsono, *Ekonomi Sumber Daya Manusia Teori dan Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitafi, Kualitatif, dan R & D* Bandung: Alfabeta CV, 2016.

---------.*Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*). Bandung: Alfabeta, 2015.

Sholeh, Muhammad, *Analisis strategi Inovasi dan Dampaknya Terhadap Kinerja Perusahaan*. Semarang:UNDIP, 2008.

Mundzirin, Yusuf, *Sejarah Peradaban Islam di Indonesia*. Universitas Michigan.Pustaka, 2006.

JURNAL

Hubies, Musa. "Prospek Usaha Kecil Dalam Wadah Inkubator Bisnis*."Jurnal*:Jakarta Ghalia Indonesia, 2009.

Saparingga, Wina. "Analisis Perbandingan Tingkat Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Sebelum dan Sesudah Mendapatkan Fasilitas Pembiayaan Mikro."*Jurnal*:Bandung UINSBA, 2015.

Pratama, Ahmad, Hid. "Peran Pembiayaan mudharabah dalam Peningkatan Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil dan Menengah*." Jurnal:* Universitas Yogyakarta, *2016.*

Turmudi, Muhammad. "Pembiayaan Mikro BRI Syariah: Upaya Pemberdayaan dan Peningkatan UMKM oleh BRI Syariah Cabang Kendari." *Jurnal*; Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol 2 No. 2 2017.

SKRIPSI/THESIS

Gusni. "Perkembangan Usaha Kecil melalui Pembiayaan Murabahah di BMT L-Risma Ipuh." *Skripsi*. BPRS Ummu Bangil, 2016.

Gresi, Ayu, Marselina. "Peran Pembiayaan Mudharabah Pada Perkembangan Usaha Dan Pendapatan Anggota BMT." 2006.

IIa, Kartini. "Analisis Peran Pembiayaan Modal Kerja Usaha Terhadap Peningkatan Usaha Mikro Kecil Menengah UMKM."*Skripsi*. BMT Muhamadiyah Bimu Bandar Lampung, 2017.

Mery,Yanti. "Murabahah Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima."*Skripsi*. BMT Assyafi'iyah Sukoharjo Pringsewu, 2018.

INTERNET/WEBSITE

Bank Syariah Mandiri, Visi Misi Bank Syariah Mandiri, 2017, https://www.syariah mandiri.co.id /tentang-kami/ visi-misi. diakses pada tanggal 10 Oktober 2020.

Bank Syariah Mandiri, Profil Perusahaan,https://www.syariah mandiri.co.id/ tentang kami/ profil perusahaan, diakses pada tanggal 13 Oktber 2020.

https://pressrelease.kontan.co.id/release/mandiri-syariah-pertahankan-kinerja-positif-di-masa-pandemi.di akses pada tangal 20 Oktober 2020.

Bank Syariah Mandiri, *Tugas Pegawai Bank Syariah Mandiri (Office)*, www.banksyaria hmandiri.co.id\struktur rorganisasi\tuga spegawai. diakses pada tanggal 20 Oktober 2020.

WAWANCARA

Agus Arif Darmawan, *Wawancara*, 1 Maret 2021

Sutini, *Wawancara*, 5 Maret 2021

Fausal Shadiq, *Wawancara*, 4 Mei 2021

.

IAIN PONOROGO