

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Pemasaran memiliki peran penting bagi perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan pendapatan perusahaan. Dalam pemasaran terdapat elemen penting yang selalu berkaitan langsung dengan pemasaran yaitu strategi pemasaran. Menurut Kotler, pengertian pemasaran adalah aktivitas sosial dan sebuah pengaturan dengan tujuan yang dilakukan oleh perorangan ataupun sekelompok orang dengan tujuan untuk mendapatkan tujuan mereka dengan jalan membuat produk dan menukarkannya dengan besaran nominal tertentu ke pihak lain.

Strategi pemasaran adalah suatu cara untuk memenangkan persaingan. Penerapan strategi pemasaran dapat dilakukan dengan menggunakan strategi bauran pemasaran yang merupakan alat bagi pemasar yang terdiri dari berbagai unsur program memasarkan seperti *product, price, place, dan promotion*. Strategi pemasaran juga merupakan ujung tombak bagi suatu lembaga keuangan untuk mengenalkan serta memasarkan keunggulan produk-produknya. Salah satu strategi pemasaran yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran perusahaan adalah *marketing mix strategi*. *Marketing mix* (bauran pemasaran) merupakan variabel terkendali yang digabungkan untuk menghasilkan tanggapan yang diharapkan dari pasar sasaran.

Pada saat ini, bank dituntut untuk dapat membuat strategi pemasaran dalam memberikan atau meningkatkan pelayanan kepada nasabah agar sasaran perusahaan tercapai. Strategi pemasaran perbankan kini dilakukan secara terpadu sebagai usaha untuk memuaskan keinginan nasabah. Secara umum strategi pemasaran dilakukan dengan menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi. Bauran pemasaran (*marketing mix*) sangat menentukan keberhasilan dalam merebut pasar. Strategi pemasaran merupakan ujung tombak bagi bank untuk memasarkan keunggulan produk-produknya, tetapi strategi pemasaran

tidak akan optimal apabila produk yang ditawarkan kurang memiliki daya saing dibandingkan dengan produk pesaing.

Adapun salah satu strategi yang dapat diterapkan dalam perusahaan adalah analisis SWOT. Analisis SWOT telah menjadi salah satu alat yang berguna dalam dunia bisnis. Metode ini merupakan sebuah analisa yang cukup baik, efektif dan efisien serta sebagai alat yang cepat dan tepat dalam menemukan dan mengenali kemungkinan-kemungkinan yang berkaitan dengan inovasi baru dalam dunia bisnis.

BPRS merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan syariah, yang dalam pengembangan perusahaanya tidak terlepas dari strategi pemasaran. Dalam melakukan pemasaran produk pembiayaan terdapat dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal pada BPRS . Pada faktor internal dalam analisis SWOT adalah meliputi kekuatan dan kelemahan BPRS dalam melakukan pemasaran produk pembiayaan. Sedangkan faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman bagi BPRS, seperti munculnya pesaing dengan kekuatan manajemen yang lebih baik, dengan mengeluarkan produk yang menarik dengan tujuan untuk memenuhi keinginan dari nasabah. Fungsi dari analisis SWOT dalam strategi pemasaran adalah untuk menganalisa mengenai kekuatan dan kelemahan strategi pemasaran pada produk pembiayaan yang dimiliki oleh BPRS yang dilakukan melalui analisa terhadap kondisi internal pada BPRS. Hal ini juga dilakukan dalam menganalisa mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi BPRS yang dilakukan melalui analisa terhadap kondisi eksternal seperti BPRS lain yang mengeluarkan produk yang menarik yang lebih memenuhi keinginan masyarakat.

Dengan adanya analisis SWOT, maka dapat diidentifikasi berbagai faktor yang secara sistematis untuk merumuskan berbagai strategi BPRS. Dalam analisis tersebut didasarkan terhadap logika yang dapat digunakan untuk memaksimalkan kekuatan (*stregth*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threath*). Pada proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan tujuan, strategi maupun kebijakan BPRS. Oleh karena itu, dalam

perencanaan strategi harus menganalisis mengenai faktor-faktor strategi BPRS pada kondisi yang ada saat ini.

Pada dasarnya peran pemasaran merupakan hal penting untuk memperkenalkan eksistensi BPRS di masyarakat, sehingga bagi masyarakat yang membutuhkan dana cepat tidak perlu ke bank umum karena dengan datang ke BPRS persyaratannya lebih mudah dibandingkan dengan bank umum. Maka dari itu, apabila pemasaran berjalan dengan baik maka berdampak baik pula untuk berkembang dan suksesnya BPRS. Tetapi tidak jarang pula BPRS mengalami kebangkrutan dikarenakan proses pemasaran dan hal lain tidak berjalan dengan baik.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang dituangkan dalam judul **“Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada BPRS Metro Madani Kantor Pusat Metro.”**

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan *murabahah* pada BPRS Metro Madani Kantor Pusat Metro?
2. Bagaimana analisis SWOT terhadap strategi pemasaran produk pembiayaan *murabahah* pada BPRS Metro Madani Kantor Pusat Metro?

C. PEMBATASAN MASALAH

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan atau pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Luas lingkup hanya meliputi informasi seputar strategi pemasaran produk pembiayaan *murabahah*.
2. Informasi yang disajikan yaitu informasi seputar strategi pemasaran produk pembiayaan *murabahah*.

D. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk pembiayaan *murabahah* pada BPRS Metro Madani Kantor Pusat Metro
2. Untuk mengetahui analisis SWOT terhadap strategi pemasaran produk pembiayaan *murabahah* pada BPRS Metro Madani Kantor Pusat Metro

E. KEGUNAAN PENELITIAN

Adapun kegunaan yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara teoritis, penelitian ini dapat bermanfaat bagi ilmu perbankan, khususnya untuk analisis SWOT terhadap strategi pemasaran produk pembiayaan *murabahah*.
2. Secara praktis :
 - a. Bagi penulis, diharapkan dapat analisis SWOT terhadap strategi pemasaran produk pembiayaan *murabahah* pada BPRS Metro Madani Kantor Pusat Metro.
 - b. Bagi perusahaan, diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan kepada pihak BPRS Metro Madani Kantor Pusat Metro.
 - c. Bagi civitas akademika, diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan panduan dalam melanjutkan penelitian ini dimasa yang akan datang, khususnya mengenai analisis SWOT terhadap strategi pemasaran produk pembiayaan *murabahah*.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk memudahkan pembahasannya, peneliti menyusun sistematika penulisan pada tugas akhir ini. Sistematika penelitian terdiri dari lima bab. Lebih jelasnya peneliti akan menguraikan sistematikanya sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan

penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : KAJIAN LITERATUR

Pada bab ini tentang landasan teori yang berhubungan dengan pokok pembahasan analisis SWOT terhadap strategi pemasaran produk pembiayaan *murabahah* pada BPRS Metro Madani Kantor Pusat Metro.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang metode penelitian yang mencakup pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas tentang sejarah singkat perusahaan, lokasi penelitian, analisis SWOT terhadap strategi pemasaran produk pembiayaan *murabahah* pada BPRS Metro Madani Kantor Pusat Metro.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran.

DAFTAR LITERATUR

LAMPIRAN