

## STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN *MURABAHAH* PRODUK MULTIGUNA PADA BANK PERKREDITAN RAKYAT SYARIAH (STUDI KASUS PT BPRS BOGOR TEGAR BERIMAN)

Denia Maulani<sup>1)</sup> Dewi Megawati<sup>2)</sup> Hikmatul Aliyah<sup>3)</sup> Andika Guruh Saputra<sup>4)</sup>

Universitas Ibn Khaldun Bogor

Email : [denia@uika-bogor.ac.id](mailto:denia@uika-bogor.ac.id)<sup>1</sup>, [dewi@uika-bogor.ac.id](mailto:dewi@uika-bogor.ac.id)<sup>2</sup>

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to find out about the Marketing Strategy of Multipurpose Product Murabahah Financing at PT. BPRS Bogor Faithful by using descriptive qualitative research methods. The results of this study indicate that the Multipurpose Product Murabahah Financing Marketing Strategy at PT. BPRS Bogor Tegar Faith based on the target market and marketing mix (Marketing Mix). The target market/target carried out by Bank Syariah BTB is the GOBELTRAP group (fixed income group) and general customers. Meanwhile, the marketing strategy of Murabahah financing for Multipurpose products implemented by BTB Syariah Bank is more about the marketing mix. This mix consists of product (product), price (price), place (place), promotion (promotion), people (people), physical evidence (physical evidence), and process (process). This is done in order to attract customers to do Murabahah financing for Multipurpose products.*

**Keywords:** *Murabaha Financing, Marketing Strategy.*

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang Strategi Pemasaran Pembiayaan *Murabahah* Produk Multiguna Pada PT. BPRS Bogor Tegar Beriman dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi Pemasaran Pembiayaan *Murabahah* Produk Multiguna pada PT. BPRS Bogor Tegar Beriman berdasarkan pasar target atau sasaran dan bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Pasar target atau sasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah BTB merupakan kelompok GOBELTRAP (golongan

berpenghasilan tetap) dan nasabah umum. Sedangkan strategi pemasaran pembiayaan *Murabahah* produk Multiguna yang diterapkan oleh Bank Syariah BTB lebih kepada bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Bauran ini terdiri dari *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical evidence* (bukti fisik), dan *proces* (proses). Hal ini dilakukan dalam rangka untuk menarik minat nasabah melakukan pembiayaan *Murabahah* produk Multiguna.

**Kata kunci: Pembiayaan *Murabahah*, Strategi Pemasaran**

## PENDAHULUAN

Perbankan Syariah pada dasarnya merupakan pengembangan dari konsep ekonomi islam, terutama dalam bidang keuangan yang dikenal dengan *Islamic banking* (Antonio, 2001). Terbentuknya Bank syariah merupakan upaya untuk menyediakan jasa transaksi keuangan yang sesuai dengan kaidah dan prinsip syariah islam tanpa bunga (*riba*), spekulasi (*maisir*), dan ketidakjelasan (*gharar*) (Lestari & Jayanti, 2020; Purwanto, 2017).

Pembiayaan multiguna (PMG) merupakan pembiayaan konsumtif untuk memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat menengah kebawah dengan perekonomian yang minim (Anugrah, 2020; Harti et al., 2021; Lestari & Jayanti, 2020; Purwanto, 2017). Dalam bank syariah keuntungan yang diperoleh atas transaksi yang dilakukan menggunakan sistem kerjasama atau bagi hasil (Ahyani, 2021).

Sistem yang digunakan dalam pembiayaan multiguna yaitu bank dengan nasabah berkongsi atas sebuah pembiayaan yang telah diajukan. Nasabah membayar angsuran kepada bank secara langsung atas pembiayaan yang diajukannya. Besar kecilnya angsuran dalam pembiayaan multiguna tersebut dapat dilakukan tawar menawar sebelum terjadinya kesepakatan antar kedua belah pihak, jika kesepakatan telah terjadi maka diantara keduanya harus memenuhi kesepakatan tersebut (Anugrah, 2020; Damayanti, 2018; Roficoh, 2019).

BTB Syariah menyediakan pembiayaan konsumtif, salah satunya yaitu pembiayaan multiguna (PMG) dengan menggunakan akad *murabahah* (Damayanti, 2018; Lestari & Jayanti, 2020; Roficoh, 2019; Widiawati, 2015). Pembiayaan multiguna diberikan oleh Bank Syariah BTB kepada wirausahawan maupun karyawan yang berpenghasilan tetap untuk memenuhi kebutuhan konsumtif dengan persyaratan yang telah ditetapkan dan disepakati oleh kedua belah pihak. Pembiayaan multiguna yang dapat dibiayai Bank Syariah BTB seperti pembelian rumah

baru ataupun sudah terpakai, pembelian otomotif, biaya pendidikan, tambahan modal usaha dan kebutuhan sehari-hari (Widiawati, 2015).

Berikut ini jumlah nasabah pembiayaan *murabahah* di PT. BPRS Bogor Tegar Beriman sejak tahun 2019 hingga 2020.

Tabel 1.1

Jumlah Nasabah Pembiayaan *Murabahah* di PT. BPRS Bogor Tegar Beriman

Tahun	Kode Produk	Jenis Akad	Jumlah Nasabah
2019	50	<i>Murabahah</i>	152
2020	50	<i>Murabahah</i>	124

Sumber: PT. BPRS Bogor Tegar Beriman (2020)

Tabel 1.1 menunjukkan, data berupa kode produk 50 untuk jenis akad *Murabahah* untuk dua periode yaitu tahun 2019 dan 2020 menggambarkan bahwa ada penurunan jumlah nasabah sebesar 28 nasabah dari sebelumnya tahun 2019 sebesar 152 nasabah menjadi 124 nasabah di tahun 2020. Penurunan jumlah nasabah ini harus segera diatasi dengan diterapkannya strategi pemasaran untuk produk tersebut dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan Multiguna akad *Murabahah* pada BPRS BTB Bogor.

## METODOLOGI

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian dilakukan di PT BPRS Bogor Tegar Beriman untuk melakukan kajian pada objek penelitian. Pada penelitian (*field research*) dianggap sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif (Ardianto, 2019; Dr. Wahidmurni, 2017; Fadli, 2021). Pengumpulan data dilakukan baik secara langsung maupun secara *virtual* ditengah kondisi pandemic seperti saat ini. Secara langsung kegiatan wawancara dilakukan terhadap karyawan bank yang berwenang untuk memberikan data dan dokumentasi-dokumentasi yang dibutuhkan yang tersedia dari pihak BPRS Bogor Tegar Beriman.

## HASIL PEMBAHASAN

### Strategi pemasaran Pembiayaan *Murabahah* produk Multiguna pada PT. BPRS Bogor Tegar Beriman

Pembiayaan *Murabahah* Produk Multiguna merupakan pembiayaan yang diminati oleh para nasabah di Bank Syariah BTB. Hal itu dibuktikan dengan dilihat dari jumlah nasabah keseluruhan pada tahun 2019 hingga 2021 mencapai 465 nasabah, dari keseluruhan nasabah tersebut jumlah nasabah yang melakukan pembiayaan *Murabahah* pada Bank Syariah BTB mencapai setengahnya lebih yaitu 276 nasabah, 152 pada tahun 2019 dan 124 pada tahun 2020 yang terdiri dari pegawai PNS, Karyawan Bank Syariah BTB dan masyarakat umum.

Strategi awal yang diterapkan yaitu dengan menetapkan target sasaran nasabah GOLBERTAP (Golongan berpenghasilan tetap) dan nasabah umum. GOLBERTAP mencakup nasabah pegawai Negri sipil (PNS), guru negri dan swasta, anggota dewan dan Yayasan. Nasabah umum meliputi pelaku UMKM dan pelaku usaha lainnya (Budhiartini, 2021; Fatimah & Metekohy, 2013; Widiawati, 2015). Strategi lainnya yaitu menerapkan bauran pemasaran dengan prinsip 7p (Agrosamdhyo, 2021; Ismi mutmainna, 2020; Juneda, 2019), antara lain:

#### 1. *Product* (produk)

Pembiayaan *Murabahah* Multiguna diharapkan mampu membantu kepada nasabah baik wirausahawan maupun karyawan yang berpenghasilan tetap untuk memenuhi berbagai kebutuhan yang bersifat konsumtif.

Dalam aplikasinya, pembiayaan *Murabahah* produk Multiguna ada beberapa macam jenis diantaranya, yaitu:

##### 1. Pembiayaan multiguna (PMG)

Produk pembiayaan kepada wirausahawan maupun karyawan yang berpenghasilan tetap untuk memenuhi kebutuhan konsumtif.

##### 2. Pembiayaan kolektif untuk PNS tetap dan Honorer (PMG-OPD/SKPD&PWTK)

Produk pembiayaan kolektif untuk pegawai dilingkungan SKPD/OPD dengan status/golongan PNS/tetap dan Honorer/PKWT yang berpenghasilan tetap untuk memenuhi kebutuhan Konsumtif.

##### 3. Pembiayaan Kolektif untuk Profesi (PMG-PROF)

Produk pembiayaan kolektif untuk Profesi (seperti bidan, Apoteker, Guru dan profesi lainnya) yang berpenghasilan tetap untuk kebutuhan konsumtif).

#### 4. Pembiayaan Kolektif untuk Karyawan Swasta (PMG-P2KS)

Produk pembiayaan kolektif untuk karyawan swasta yang bekerja pabrik/perkantoran yang berpenghasilan tetap untuk kebutuhan konsumtif.

## 2. Price ( harga)

Harga pada pembahasan ini berhubungan dengan harga margin yang ditentukan oleh Bank Syariah BTB Bogor, semakin kecil resiko maka margin semakin murah baegitu sebaliknya.

Tabel 2.1  
Golongan Pembiayaan *Murabahah* Multiguna dan Margin

Kode produk	<i>Plafond</i>	Jangka waktu	<i>Uquivalent rate Margin (flat/bulanan)</i>
PMG-10	Rp 5jt-10jt	6-12 bulan	1.80%-1.75%)*
PMG-25	Rp11jt-25t	6-24 bulan	1.70%-1.65%)*
PMG-50	Rp26jt-50jt	6-36 bulan	1.60%-1.55%)*
PMG-100	Rp51jt-100jt	6-48 bulan	1.45%-1.30%)*
PMG Khusus	>100jt	6-60 bulan	1.20%-1.00%)*

Sumber. PT. BPRS Bogor Tegar Beriman (2020)

PT. BPRS BTB *Equivalent rate* dapat ditentukan & ditinjau kembali oleh komite pembiayaan. Untuk melakukan pemberian margin bisa dilakukan penawaran. Dengan demikian dapat digaris bawahi di Bank Syariah BTB Bogor margin dapat dilakukan tawar menawar dengan kesepakatan dua belah pihak. Margin disesuaikan tergantung dengan target sasaran pasar.

## 3. Place (tempat)

Bank Syariah BTB mendirikan kantor di Ruko Cibinong City Center Blok A No. 12 A-B jalan Tegar Beriman Cibinong Bogor kantor Bank Syariah BTB satu-satunya kantor di Bogor. Lokasi strategis, dan akses mudah ke pasar tradisional, pasar modern, mini *market*, hotel.dan disekitar kantor terdapat banyak instansi. Berdasarkan hasil penelitian strategi pemasaran

untuk pemilihan tempat yang dilakukan Bank Syariah BTB sudah sangat baik dengan melihat target pasar yang dapat dicakup dan ancaman persaingan.

#### 4. *Promotion* (promosi)

Promosi pembiayaan *Murabahah* produk Multiguna di Bank Syariah BTB, antara lain:

- a. *Advertaising*, seperti dengan memasang iklan maupun dengan brosur yang disediakan.
- b. *personal selling*, dengan melakukan penjualan secara langsung kepada nasabah.
- c. *Piblicity*, dengan pengenalan produk. Promosi ini dilakukan untuk memudahkan nasabah mengetahui keberadaan Bank Syariah BTB serta produk yang ada pada Bank Syariah BTB.

#### 5. *People* (Orang)

Karyawan merupakan human capital sebagai capital yang dimiliki perbankan, bukan hanya sekedar sumber daya manusia, oleh karenanya diberikan keterampilan dalam pengembangan *hardskill* dan *softskill*.

#### 6. *Procces* (Proses)

Kelengkapan berkas-berkas harus dilengkapi di bagian *account officer*. Terlebih lagi jika nasabah yang mengajukan tersebut adalah nasabah yang berasal dari PNS, proses pengajuan pembiayaan *Murabahah* bisa lebih cepat lagi dikarenakan diketahui Bank Syariah BTB melakukan kerjasama oleh Pemda dan MOU nasabah yang berasal dari PNS tersebut di *back up* oleh Pemda.

Namun untuk saat ini proses pembiayaan *Murabahah* pihak Bank Syariah BTB lebih selektif dalam melakukan Pembiayaan nasabah baru ataupun lama, dikarenakan pada saat ini sedang terjadi pandemi yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi masyarakat yang menurun, maka dari itu Bank Syariah BTB melakukan strategi bertahan dalam proses penyaluran dana pembiayaan dengan nasabah yang ada dan lebih selektif lagi dalam memilih nasabah baru untuk mengurangi resiko kerugian.

Proses pemberian pembiayaan *Murabahah* pada Bank Syariah BTB melakukan tahapan pengecekan terhadap calon nasabah yang mengajukan pembiayaan, antara lain sebagai berikut:

a. Melengkapi persyaratan pembiayaan

Tahapan awal yang dilakukan dengan melengkapi seluruh persyaratan pembiayaan yang telah ditentukan oleh pihak BTB.

b. Mengisi formulir pembiayaan

c. Melakukan Survei

Setelah berkas dilengkapi oleh calon nasabah, dimana pihak BTB memeriksa kelayakan nasabah serta jaminan yang diajukan, selain melakukan survei terhadap nasabah, pihak bank juga melakukan analisis terhadap kelayakan calon nasabah berupa analisis 5C yaitu penilaian terhadap karakter nasabah, penilaian terhadap modal yang dimiliki nasabah, penilaian kemampuan terhadap nasabah dalam menjalankan dan menghasilkan keuntungan. Penilaian terhadap jaminan yang diberikan oleh calon nasabah dan penilai terhadap kondisi ekonomi calon nasabah.

d. Analisis permohonan nasabah

Setelah dilakukan survei, pihak BTB melakukan analisis terhadap hasil survei kelayakan calon nasabah.

e. Membuat surat persetujuan pembiayaan

Setelah dilakukan analisis terhadap permohonan calon nasabah, maka pihak BTB melakukan akad persetujuan pemberian pembiayaan *Murabahah* Bersama nasabah didampingi oleh notaris yang dilakukan di kantor Bank Syariah BTB.

f. Persetujuan Pimpinan

Setelah semua persyaratan pembiayaan terpenuhi dan layak untuk diberikan pinjaman maka pimpinan akan menandatangani permohonan pembiayaan *murabahah* yang diajukan oleh nasabah.

g. Pencairan dana

Calon nasabah bisa langsung mencairkan dana pembiayaan pada bagian *teller*.

7. *Physical Evidence* (Bukti fisik)

Bank Syariah BTB menyediakan sarana di lingkungan pemerintah daerah kabupaten Bogor dengan kemudahan akses yang diberikan.

## KESIMPULAN

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah BTB khususnya pada Pembiayaan *Murabahah* produk Multiguna yaitu dengan target pasar dan *marketing mix*. Pasar target/sasaran merupakan kelompok GOBELTRAP (golongan berpenghasilan tetap) dan nasabah pelaku usaha. Sedangkan *marketing mix* diterapkan pada aspek yang dikenal dengan 7P, yaitu: *product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan procces*. Hal ini dilakukan dalam rangka untuk menarik minat nasabah melakukan pembiayaan *Murabahah* produk Multiguna. Adapun terjadinya penurunan pada nasabah disebabkan adanya pertumbuhan perekonomian masyarakat menurun yang disebabkan adanya pandemi dan pemberlakuan pemerintah dalam PSBB (pembatasan sosial berskala besar) yang mengatur pembatasan jarak fisik yang lebih tegas, disiplin dan efektif menyebabkan mobilitas terganggu, sehingga Bank Syariah BTB cepat mengambil tindakan dengan menerapkan strategi pemasaran bertahan dalam rangka menghindari resiko yang akan terjadi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agrosamdhyo, R. (2021). Implementasi Bauran Pemasaran Terhadap Produk Simpanan Pada PT. BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) Kantor Cabang Pembantu A.Yani Singaraja. *Widya Balina*. <https://doi.org/10.53958/wb.v6i11.71>
- Ahyani, H. (2021). Perspektif Ekonomi Syariah Di Indonesia Tentang Riba, Bunga Bank, dan Bagi Hasil. *Jurnal Ekonomi Syariah*.
- Anugrah, Y. D. Y. (2020). Analisis Konsep Penerapan Pembiayaan Murabahah pada Perbankan Syariah. *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam, 1*(2).
- Ardianto, Y. (2019). Memahami Metode Penelitian Kualitatif. In *Djkn*.
- Budhiartini, D. (2021). Peranan Tenaga Pemasaran dalam Mencari Pangsa Pasar untuk Memperluas Daerah pada Danamon Simpan Pinjam. *Juripol (Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan), 4*(1). <https://doi.org/10.33395/juripol.v4i1.10969>
- Damayanti, E. (2018). Aplikasi Murabahah Pada Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia. *El-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam, 5*(2). <https://doi.org/10.24090/ej.v5i2.1880>
- Dr. Wahidmurni, M. P. (2017). Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif. *Repository Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *HUMANIKA*. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Fatimah, & Metekohy, E. Y. (2013). Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah pada Bank X Syariah Cabang Tangerang Selatan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 12*(1).
- Harti, F. P., Sunarto, S., & Wiratno, E. (2021). Analisis Pengaruh Pembiayaan Murabahah dan Simpanan Mutiguna terhadap SHU KSPPS BMT BAREPAN CAWAS KLATEN Tahun 2013-2017. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*. <https://doi.org/10.53950/jma.v3i2.81>
- Ismi mutmainna. (2020). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Market Share pada Produk di BRI SYARIAH KCP PINRANG. *Malaysian Palm Oil Council (MPOC)*.

- Juneda, J. (2019). Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan PT. BNI Syariah KC. Parepare. *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*. <https://doi.org/10.35905/balanca.v1i2.1145>
- Lestari, U. P., & Jayanti, F. D. (2020). Pembiayaan Murabahah pada Perbankan Syariah di Indonesia. *Stability: Journal of Management and Business*, 3(1). <https://doi.org/10.26877/sta.v3i1.6430>
- Purwanto, H. (2017). Kebijakan Pengendalian Moneter di Indonesia dalam Perspektif Perbankan Syari'ah. *Syariati : Jurnal Studi Al-Qur'an Dan Hukum*, 3(01). <https://doi.org/10.32699/syariati.v3i01.1146>
- Roficoh, L. W. (2019). Kepatuhan Syariah Akad Murabahah Dalam Konsep Pembiayaan Pada Perbankan Syariah Di Indonesia. *HUMAN FALAH: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(6).
- Widiawati, R. (2015). Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada Bank Mega Syariah Cabang Ungaran. In *ekonomi syariah*.