

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian

Pelaksanaan wawancara terhadap informan terpilih telah dilaksanakan di PT Bank Pembangunan Daerah Jambi Kantor Cabang Syariah, Tanggapan informan disajikan sebagai berikut:

5.1.1 Mekanisme Penerapan Segmentasi Pasar Produk Pembiayaan Murabahah Produktif di Bank 9 Jambi Cabang Syariah

Mekanisme adalah Sebuah proses pelaksanaan suatu kegiatan yang dilaksanakan seseorang atau beberapa orang dengan menggunakan tatanan aturan serta adanya alur komunikasi dan pembagian tugas sesuai dengan profesionalis. Proses mekanisme merujuk pada langkah-langkah atau tahap-tahapan terkait yang terjadi dalam suatu system atau fenomena tertentu.

Dalam Proses penerapan Segmentasi Pasar Produk Pembiayaan Murabahah, Bank 9 Jambi Cabang Syariah memulai dengan tahap analisa awal, dimana Bank 9 Jambi Cabang Syariah melakukan survei dan analisis untuk mengidentifikasi jumlah masyarakat diwilayah operasional bank. Analisa ini bertujuan untuk memahami potensi pasar serta kebutuhan nasabah.

Setelah proses analisa selesai, Bank 9 Jmabi Cabang Syariah mengambil langkah sosialisasi dengan mengadakan kegiatan seminar, Promosi pada media social, iklan di media cetak, Penyebaran Brosur tentang produk Pembiayaan serta Customer gathering guna untuk memberikan informasi terkait produk Pembiayaan Murabahah Produktif untuk meningkatkan pemahaman tentang produk ini.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dijelaskan oleh Head Pembiayaan di Bank 9 Jambi Cabang Syariah sebagai berikut :

“Tentunya kegiatan promosi produk itu sangat penting buat kami lakukan untuk menarik nasabah untuk bergabung bersama kami, bentuk kegiatan promosi yang kami lakukan adalah menggunakan Instagram @bank_jambisyariah, melakukan sosialisasi kepada masyarakat dan penyebaran brosur”
Head Pembiayaan Bank 9 Jambi Cabang Syariah, 15 februari

1. Kriteria Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah Produktif

Kriteria adalah standar atau faktor-faktor yang digunakan sebagai dasar untuk mengevaluasi, memilih, atau membuat keputusan tentang suatu.

Pembiayaan Murabahah dapat diberikan kepada tipe nasabah Perorangan atau badan usaha yang sudah melewati penilaian dan dikategorikan sebagai nasabah yang layak dibiayai sesuai kriteria analisa pembiayaan yang sehat.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah di jelaskan oleh Head Pembiayaan Bank 9 Jambi Cabang Syariah sebagai berikut:

“Kami harus selektif dalam menganalisa calon nasabah untuk memberikan pembiayaan yang sesuai dengan kriteria calon nasabah dengan tujuan agar nasabah dapat menggunakan produk ini dengan bijak dan efektif ”
Head Pembiayaan Bank 9 Jambi Cabang Syariah, Jambi 15 Februari

Untuk memudahkan pengelolaan resiko, calon nasabah dapat dikelompokkan menjadi beberapa segmentasi nasabah seperti :

No	Segmentasi	Kriteria
1	Mikro	1. Warga Negara Indonesia 2. Penjualan tahunan <Rp 300 Juta 3. kekayaan bersih <Rp 50 Juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) 4. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan yang dikuasai dengan orang lain atau badan usaha lainnya
2	Kecil	1. Warga Negara Indonesia 2. Penjualan tahunan > Rp300 Juta – Rp 2,5 Miliar 3. kekayaan bersih Rp50 Juta - Rp 500 Juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) 4. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan yang dikuasai dengan orang lain atau badan usaha lainnya
3	Menengah	1. Warga Negara Indonesia

		<p>2. Penjualan tahunan > Rp2,5 Miliar – Rp 50 Miliar</p> <p>3. kekayaan bersih Rp500 Juta – Rp10 Miliar (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)</p> <p>4. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan yang dikuasai dengan orang lain atau badan usaha lainnya</p>
4	Besar	<p>1. Warga Negara Indonesia</p> <p>2. Penjualan tahunan > Rp 50 Miliar</p> <p>3. kekayaan bersih > Rp10 Miliar (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)</p> <p>4. Plafond Pembiayaan diatas Rp 20 Miliar</p>

2. Prosedur Penerimaan Pembiayaan Murabahah Produktif

Prosedur adalah serangkaian langkah-langkah atau tindakan yang terorganisir dan terstruktur yang harus diikuti untuk mencapai tujuan tertentu.

Prosedur dan persyaratan penyaluran dana berdasarkan akad pembiayaan Murabahah secara garis besar dapat ditentukan dalam prosedur dan persyaratan sesuai dengan ketentuan umum dan ketentuan dari masing-masing Bank.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah di jelaskan oleh salah satu Analis pembiayaan adalah sebagai berikut :

“Biasanya tuh, Para Calon nasabah datang ke bank untuk bertanya tentang produk pembiayaan, nah setelah itu kami akan menjelaskan terkait prosedur, syarat dan ketentuan pinjaman disini dan plafond pinjaman dari produk pembiayaan ini.”

Analis pembiayaan Bank 9 Jambi Cabang Syariah, Jambi 15 Februari

Adapun tahapan calon nasabah untuk mendapatkan pembiayaan murabahah produktif adalah sebagai berikut :

1. Pengajuan Pembiayaan.

- a) Calon Nasabah mengisi lengkap Formulir Aplikasi Permohonan Pembiayaan atau mengajukan Surat Permohonan Pembiayaan
- b) Calon Nasabah menyerahkan dokumen-dokumen persyaratan lain yang diminta oleh Bank

2. Verifikasi dokumen calon nasabah

- a) Pihak Bank akan melakukan verifikasi terhadap data diri Nasabah
- b) Pihak Bank akan melakukan analisa terhadap hal-hal sebagai berikut:
 - Profil Usaha Nasabah atau Profil Nasabah
 - Profabilitas Usaha
 - Analisa Arus Kas Usaha dan Laporan Keuangan
- c) Pihak Bank akan melakukan penilaian jaminan yang diberikan Nasabah guna dijadikan pertimbangan dalam memberikan keputusan.
- d) Pihak Bank akan membuat Usulan Pembiayaan berdasarkan analisa dan verifikasi terhadap dokumen Calon Nasabah.

3. Persetujuan Pengajuan Pembiayaan

- a) Pihak Bank akan memberi keputusan perihal layak/tidaknya calon Nasabah diberikan pembiayaan
- b) Apabila Calon Nasabah dinyatakan layak, pihak Bank memberikan Surat Persetujuan Prinsip Pembiayaan kepada Calon Nasabah
- c) Apabila Nasabah dinyatakan tidak layak, maka Pihak Bank akan segera mengkonfirmasi dan memberikan Surat Penolakan Pembiayaan kepada Nasabah

4. Pengikatan Jaminan

- a) Apabila Nasabah telah dinyatakan layak dan disetujui untuk diberikan pembiayaan, Nasabah diminta datang ke Bank untuk melakukan pengikatan
- b) Pihak Bank akan mengecek keaslian dokumen jaminan
- c) Nasabah akan melakukan pengikatan pembiayaan dan jaminan yang dilakukan dan dibuat oleh Notaris rekanan Bank
- d) Setelah pengikatan dilakukan, Bank menyimpan asli dokumen pengikatan pembiayaan dan jaminan

5. Pembayaran biaya sebelum pencairan

- a) Sebelum setting Fasilitas Pembiayaan, Nasabah dan Pihak Bank akan menyepakati seluruh biaya yang timbul

b) Biaya yang mungkin akan timbul antara lain:

- Biaya administrasi
- Biaya Asuransi Jiwa
- Biaya Asuransi Kebakaran
- Biaya Notaris
- Biaya Penilaian Jaminan
- Biaya Materai

6. Pembelian asset pembiayaan murabahah

a) Bank melakukan proses penyediaan atau pemesanan barang untuk dapat dikirim atau diterima Nasabah.

7. Pelunasan Pembiayaan

- a) Nasabah membayar sesuai dengan tanggal pembayaran angsuran yang telah disepakati
- b) Pembayaran pengembalian dana Bank dilakukan otomatis ketika terdapat dana di rekening Nasabah
- c) Nasabah melakukan pelunasan melalui penyetoran dana sesuai dengan sisa dana angsuran
- d) Setelah seluruh kewajiban Nasabah lunas maka pihak Bank akan melakukan pelepasan jaminan dan penghentian permintaan angsuran.

3. Syarat dan Ketentuan Produk Murabahah Produktif

Syarat dan ketentuan adalah peraturan atau kondisi-kondisi yang harus dipatuhi atau dipenuhi oleh individu atau entitas yang menggunakan suatu produk atau layanan tertentu.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dijelaskan oleh salah satu Analis Pembiayaan Bank 9 Jambi Cbang Syariah sebaga berikut :

“Biasanya tuh, Para Calon nasabah datang ke bank untuk bertanya tentang produk pembiayaan, nah setelah itu kami akan menjelaskan terkait prosedur, syarat dan ketentuan pinjaman disini dan plafond pinjaman dari produk pembiayaan ini.”

Analisis pembiayaan Bank 9 Jambi Cabang Syariah, Jambi 15 Februari

Adapun syarat dan ketentuan yang harus dipenuhi calon Nasabah pembiayaan Murabahah produktif sebagai berikut :

- a. Calon nasabah harus berusia minimal 21 tahun dan maksimal 60 tahun

- b. Berkewarganegaraan Indonesia
- c. Harus memiliki pengalaman usaha minimal 2 tahun
- d. Memiliki laporan keuangan yang lengkap
- e. Menyediakan jaminan yang sesuai dengan nilai pembiayaan

4. Strategi Analisa Segmentasi Pasar Produk Pembiayaan Murabahah Produktif

Segmentasi pasar adalah teknik yang membagi pasar menjadi beberapa kelompok pelanggan yang memiliki kebutuhan yang serupa, yang kemudian menjadi target pasar yang harus dicapai oleh strategi pemasaran perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dijelaskan oleh salah satu Analis Pembiayaan di Bank 9 Jambi Cabang Syariah sebagai berikut :

“ Ya. Sebelum kami melakukan kegiatan promosi produk, biasanya kami melakukan identifikasi atau analisa faktor apa saja yang dapat mempengaruhi perilaku masyarakat dengan menggunakan prinsip segmentasi pasar untuk memahami kebutuhan dan preferensi nasabah yang berbeda dan mengembangkan strategi pemasaran agar lebih efektif, Dengan Prinsip Segmentasi Demografis kami mengklasifikasikan calon nasabah berdasarkan Usia Produktif dengan Pendapatan yang stabil, kemudian Segmentasi Psikografis kami menargetkan kepada Wirausaha ataupun PNS, dan segmentasi Perilaku dengan mengetahui penggunaan dana pembiayaan dan juga mencari tahu daftar riwayat nasabah pada saat melakukan pinjaman di tempat lain. ”

Analisis Pembiayaan Bank 9 Jambi Cabang Syariah, 15 Februari.

Dengan menggunakan segmentasi pasar, perusahaan dapat memfokuskan upaya mereka untuk membuat produk yang lebih khusus yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

1. Segmentasi Demografi

- Usia 25 - 35 tahun = Pembiayaan untuk nasabah pada usia ini biasanya memiliki pendapatan yang stabil dan kebutuhan untuk modal usaha atau investasi.
- Usia 36 – 45 tahun = Pembiayaan untuk nasabah ini biasanya memiliki pengalaman usaha yang lebih luas dan kebutuhan pembiayaan untuk memperluas usaha.
- Usia 46 – 55 tahun = Pembiayaan untuk nasabah ini biasanya memiliki pengalaman usaha yang luas dan kebutuhan pembiayaan untuk mempertahankan atau meningkatkan bisnis.

- Pendapatan rendah = Pembiayaan untuk nasabah ini biasanya membutuhkan pembiayaan dengan suku bunga rendah atau tenor yang panjang.
- Pendapatan menengah = Pembiayaan untuk nasabah ini biasanya membutuhkan pembiayaan dengan suku bunga yang kompetitif dan tenor yang fleksibel.
- Pendapatan tinggi = Pembiayaan untuk nasabah ini biasanya membutuhkan pembiayaan dengan suku bunga yang kompetitif dan tenor pendek

2. Segmentasi Psikografis

- Pengusaha = Nasabah ini biasanya memiliki tujuan untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan pendapatan
- Nasabah dengan nilai keagamaan yang kuat = Nasabah ini biasanya memiliki komitmen untuk menjalankan Prinsip islam dalam usaha dan keuangan
- Nasabah dengan perilaku Proaktif = Nasabah ini biasanya memiliki inisiatif untuk mencari peluang/ide bisnis baru
- Nasabah dengan tujuan jangka panjang = Nasabah ini biasanya memiliki visi dan misi untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan bisnis dalam jangka waktu yang panjang

3. Segmentasi Perilaku

- Penggunaan untuk investasi = Nasabah ini biasanya menggunakan produk pembiayaan untuk investasi dengan membeli properti atau peralatan
- Penggunaan untuk modal kerja = Nasabah ini biasanya menggunakan produk pembiayaan seperti membeli bahan baku atau membayar gaji karyawan

5.1.2 Kendala dan Hambatan yang dihadapi dalam Penerapan Produk Pembiayaan Murabahah Produktif

Kendala adalah faktor atau keadaan yang membatasi, menghalangi, atau mencegah pencapaian sasaran, finansial, teknis, hukum, atau faktor-faktor lain yang menyulitkan atau menghambat suatu proses atau usaha.

Adapun kendala yang dihadapi Bank Pembangunan Daerah Jambi Kantor Cabang Syariah dalam menerapkan Produk Pembiayaan Murabahah Produktif sebagai berikut :

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dijelaskan oleh salah satu Analis Pembiayaan Bank 9 Jambi Cabang Syariah sebagai berikut :

“Kalau hambatan dan tantangan sudah pasti ada, hambatan saat ini yang kami hadapi adalah tidak melakukan sosialisasi secara signifikan untuk mempromosikan produk dari Bank 9 Jambi Cabang Syariah ini, banyaknya

saingan dari Bank lain, keterbatasan akses dan juga minimnya literasi keuangan syariah di kalangan masyarakat sehingga sulit meemahami dari produk dari Bank 9 Jambi Cabang Syariah ini.”

Analisis Pembiayaan Bank 9 Jambi Cabang Syariah, 15 Februari

1. Kurangnya Sosialisasi

Dalam konteks memperkenalkan produk, sosialisasi adalah proses pemasaran yang bertujuan untuk memperkenalkan, mendidik, dan mempengaruhi persepsi konsumen tentang produk baru atau layanan.

Saat ini Bank 9 Jambi Cabang Syariah melakukan kegiatan sosialisasi di lokasi pasar ramai penduduk, Aula pelatihan CPNS, dan Organisasi perangkat daerah. Dalam hal ini bank harus menempuh strategi yang efektif untuk melakukan sosialisasi dengan memanfaatkan segala peluang seperti menggunakan kemajuan teknologi, melakukan seminar untuk masyarakat umum, serta menggunakan media masa sebagai sarana dalam proses sosialisasi, karena media ini banyak memberikan informasi yang dapat menambah wawasan masyarakat.

2. Masyarakat yang belum memahami Prinsip Perbankan Syariah

Prinsip Perbankan Syariah berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam yang melarang riba, spekulasi, dan kegiatan usaha yang tidak etis. Hal ini bertujuan untuk menciptakan system keuangan yang adil, transparan dan sesuai dengan nilai-nilai islam.

Ketidakmampuan atau kesalahan dalam penanganan transaksi akan sulit mengatasi permasalahan yang timbul dalam transaksi di perbankan syariah, dan tidak memahami secara komprehensif terkait prinsip kehalalan dan keadilan pada hukum perbankan syariah yang akan menyebabkan kehilangan nasabah dan berpindah ke lembaga keuangan lainnya.

3. Persaingan antar Lembaga Keuangan

Persaingan adalah interaksi antara individu, perusahaan, atau entitas lain yang berusaha untuk mencapai tujuan yang sama atau serupa, seperti memenangkan pasar, pelanggan, atau sumber daya.

Bank 9 Jambi cabang syariah dihadapkan pada tantangan yang perlu di atasi untuk bersaing secara efektif dengan lembaga keuangan lainnya, diantaranya melakukan inovasi produk dalam balutan prinsip perbankan syariah, layanan dan efisiensi operasional yang sering kali menjadi tuntutan dalam industri perbankan.

4. Keterbatasan Akses Geografis

Keterbatasan adalah batasan atau pembatas yang menghalangi atau membatasi kemampuan seseorang atau sesuatu dalam mencapai tujuan atau melakukan suatu tindakan.

Keterbatasan Akses pasar dalam menjangkau masyarakat di daerah terpencil menjadi tantangan yang signifikan bagi Bank 9 Jambi Cabang Syariah, yang menghambat pertumbuhan jumlah nasabah yang disebabkan oleh ruang lingkup pemasaran produk pembiayaan murabahah yang lebih kecil, serta kurangnya pemahaman masyarakat pada konsep produk perbankan syariah.

5.1.3 Strategi Analisa Segmentasi Pasar Dalam Penerapan Produk Murabahah

Produktif Pada Bank 9 Jambi Kantor Cabang Syariah Menggunakan Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah metode untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang terkait dengan suatu proyek atau situasi bisnis.

1. Kekuatan Produk Murabahah Produktif di Bank 9 Jambi Cabang Syariah

- a) Memanfaatkan platform media social untuk mempromosikan serta memberikan kesadaran pada masyarakat tentang produk Bank 9 Jambi Cabang Syariah.
- b) Akad menjadikan produk Pembiayaan Murabahah lebih menarik bagi nasabah yang mengutamakan prinsip syariah dan dapat meningkatkan kepercayaan nasabah
- c) Bank 9 Jambi menggunakan BI CHEKING atau SLIK OJK untuk mengetahui daftar riwayat pinjaman nasabah
- d) Memiliki lokasi usaha yang strategis

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dijelaskan oleh salah satu Analis Pembiayaan Bank 9 Jambi Cabang Syariah sebagai berikut:

“Disini para pegawai sudah dibekali sertifikasi ilmu perbankan syariah sehingga bisa menerapkan konsep syariah pada produk pembiayaan dan juga di setiap bank syariah itu pasti ada Dewan Pengawas Syariah yang kompeten untuk mengawasi transaksi pembiayaan disini sehingga nasabah terjamin keamanannya.”
Analisis Pembiayaan Bank 9 Jambi Cabang Syariah, 15 Februari

2. Kelemahan Produk Pembiayaan Murabahah Produktif di Bank 9 Jambi Cabang Syariah

- a) Kurangnya sosialisasi produk yang dilakukan pihak Bank
- b) Keterbatasan akses untuk mempromosikan produk ke masyarakat secara luas.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dijelaskan oleh salah satu Analis Pembiayaan Murabahah Produktif sebagai berikut :

“Untuk saat ini kegiatan sosialisasi yang kami lakukan masih belum optimal dan masih jarang dilakukan sehingga sulit untuk menjangkau masyarakat secara luas, dikarenakan faktor kesibukan menyelesaikan tugas”
Analisis Pembiayaan Bank 9 Jambi Cabang Syariah, 15 Februari

3. Peluang Produk Pembiayaan Murabahah Produktif di Bank 9 Jambi Cabang Syariah

- a) Peluang memasarkan Produk Pembiayaan murabahah lebih mudah karena nasabah atau sebagian masyarakat sudah mengetahui tentang Produk Pembiayaan ini
- b) Berpeluang untuk bekerjasama dengan berbagai pihak dalam mensosialisasikan Produk Pembiayaan Murabahah ini
- c) Sosialisasi produk dengan memanfaatkan media sosial
- d) Masih banyaknya pelaku usaha yang bisa dijadikan calon nasabah

“Saat ini perbankan syariah sudah cukup dikenal di masyarakat, sehingga menjadi nilai tambah bagi kami untuk memudahkan promosi produk bank syariah ini, dengan memanfaatkan sosial media untuk mempermudah masyarakat dalam mengenal produk bank syariah disini”
Analisis Pembiayaan Bank 9 Jambi Cabang Syariah, 15 Februari

4. Ancaman Produk Pembiayaan Murabahah Produktif di Bank 9 Jambi Cabang Syariah

- a) Persaingan antar bank lain
- b) Perubahan dalam regulasi perbankan dapat mempengaruhi kebijakan dan produk pembiayaan
- c) Perubahan perilaku masyarakat dapat mengurangi permintaan terhadap produk pembiayaan.

“tentunya persaingan antar lembaga keuangan ini sangat kompetitif yang memperkecil ruang lingkup promosi kami serta adanya

perubahan regulasi sehingga membuat kami kesulitan untuk bersaing”

Analisis Pembiayaan Bank 9 Jambi Cabang Syariah, 15 Februari

Tabel 5. 1 Faktor Internal

Faktor Internal	
<i>Strength (Kekuatan)</i>	<i>Weakness (Kelemahan)</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Pada penerapan segmentasi pasar Geografis, bank menggunakan platform media social untuk mempromosikan serta memberikan kesadaran pada masyarakat tentang produk Bank 9 Jambi Cabang Syariah. • Akad menjadikan produk Pembiayaan Murabahah lebih menarik bagi nasabah yang mengutamakan prinsip syariah dan dapat meningkatkan kepercayaan nasabah • Bank 9 Jambi menggunakan BI CHEKING atau SLIK OJK untuk mengetahui daftar riwayat pinjaman nasabah • Memiliki lokasi usaha yang strategis 	<ul style="list-style-type: none"> • Kurangnya sosialisasi produk yang dilakukan pihak Bank • Keterbatasan akses untuk mempromosikan produk ke masyarakat secara luas.

Tabel 5. 2 Faktor Eksternal

Faktor Eksternal	
<i>Opportunities (Peluang)</i>	<i>Threats (Ancaman)</i>

<ul style="list-style-type: none"> • Peluang memasarkan Produk Pembiayaan murabahah lebih mudah karena nasabah atau sebagian masyarakat sudah mengetahui tentang Produk Pembiayaan ini • Berpeluang untuk bekerjasama dengan berbagai pihak dalam mensosialisasikan Produk Pembiayaan Murabahah ini • Sosialisasi produk dengan memanfaatkan media sosial • Masih banyaknya pelaku usaha yang bisa dijadikan calon nasabah 	<ul style="list-style-type: none"> • Persaing antar bank lain • Perubahan dalam regulasi perbankan dapat mempengaruhi kebijakan dan produk pembiayaan • Perubahan perilaku masyarakat dapat mengurangi permintaan terhadap produk pembiayaan
--	---

5.2 Pembahasan

5.2.1 Mekanisme Analisa Segmentasi Pasar Pada Produk Pembiayaan Murabahah Produktif Pada Bank 9 Jambi Kantor Cabang Syariah

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa mekanisme penerapan produk pembiayaan Murabahah Produktif adalah dengan beberapa tahap proses, dimulai dengan tahap awal melakukan analisa atau identifikasi calon nasabah diwilayah operasional Bank 9 Jambi Cabang Syariah.

Tahap berikutnya setelah identifikasi adalah bank melakukan sosialisasi Produk Pembiayaan Murabahah Produktif setelah melakukan analisa segmentasi pazaar. Dengan demikian untuk memperkenalkan dan menyebarkan pemahaman tentang Produk Pembiayaan Murabahah Produktif.

Adapun kriteria calon penerima Pembiayaan Murabahah Produktif adalah tipe nasabah Perorangan atau badan usaha yang sudah melewati penilaian dan dikategorikan sebagai nasabah yang layak dibiayai sesuai kriteria analisa segmentasi.

Sedangkan Prosedur menjadi nasabah Produk Pembiayaan Murabahah Produktif adalah Calon nasabah harus melengkapi dokumen permohonan Pembiayaan dan selanjutnya akan diverifikasi oleh pihak Bank, kemudian Bank akan melakukan peninjauan terkait jaminan yang

akan dijaminan oleh calon nasabah, guna menilai kelayakan dan kesetaraan jaminan sesuai dengan agunan pinjaman, setelah penilaian prosedur telah di diverifikasi, Bank akan memberikan Surat persetujuan atas pembiayaan yang di mohonkan, dan dana pembiayaan di cairkan pada rekening nasabah.

Adapun syarat dan ketentuannya adalah Warga Negara Indonesia yang berumur minimal 21 tahun dan memiliki tempat usaha yang sudah berjalan selama lebih dari 2 tahun dan memiliki jaminan atas pinjaman serta melengkapi dokumen persyaratan.

Penerapan Segmentasi pasar pada Produk Pembiayaan Murabahah di Bank 9 Jambi Cabang Syariah, telah sesuai dengan kaidah segmentasi pasar sebagaimana yang di konsepkan oleh *Kotler*, yaitu dengan menggunakan prinsip Geografis (tempat), Demografis (karakteristik nasabah), Psikografis dan perilaku.

Sehingga memusatkan Segmentasi Demografis yang memusatkan kepada nasabah yang memiliki Usia Produktif, memiliki pendapatan yang relative stabil, serta berpengalaman dalam mengelola sebuah tempat usaha, kemudian Segmentasi Psikografis yang memusatkan kepada para pengusaha yang memiliki tujuan untuk mengembangkan usahanya, serta nasabah yang memiliki ide/peluang bisnis untuk jangka panjang yang memegang prinsip keuangan syariah, kemudian Segmentasi Perilaku yang dilihat dari penggunaan dana pembiayaan serta riwayat nasabah dalam melakukan pinjaman sebelumnya.

5.2.2 Kendala Yang Dihadapi Dalam Penerapan Produk Pembiayaan Murabahah Produktif Pada Bank 9 Jambi Kantor Cabang Syariah

Berdasarkan hasil penelitian, kendala yang dihadapi Bank 9 Jambi Cabang Syariah dalam menerapkan Produk Pembiayaan Murabahah adalah Kurangnya sosialisasi dan inovasi produk. Hal ini bisa menghambat kesadaran dan minat masyarakat terhadap Produk Pembiayaan Murabahah. Selain itu, faktor pemahaman prinsip Perbankan Syariah juga menjadi kendala dalam menerapkan produk Pembiayaan Murabahah karena dengan menguasai prinsip/hukum perbankan Syariah dapat meyakinkan nasabah sehingga tidak terjadi miss persepsi terkait produk bank syariah dibandingkan dengan bank konvensional.

Selanjutnya, persaingan dengan bank atau lembaga keuangan lainnya juga menjadi kendala dalam menerapkan Produk Pembiayaan Murabahah, bank lain yang menawarkan produk serupa juga menjadi hambatan bagi Bank 9 Jambi Cabang Syariah dalam mencapai pasar. Persaingan ini dapat mempengaruhi penetrasi pasar dan penerimaan produk mereka.

Terakhir, keterbatasan akses juga menjadikan kendala yang harus diatasi. Keterbatasan ini dapat membatasi kemampuan Bank 9 Jambi Cabang Syariah untuk menjangkau target pasar potensial di wilayah mereka..

5.2.3 Strategi Segmentasi Pasar Dalam penerapan Produk Pembiayaan Murabahah Produktif Pada Bank 9 Jambi Cabang Syariah Menggunakan Analisa SWOT

Berdasarkan analisis diatas menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Gabungan kedua faktor tersebut ditunjukkan dalam tabel *matrix* SWOT. Berikut adalah hasil analisis SWOT sebagai berikut :

Tabel 5. 3 Matriks SWOT

<p><i>Internal</i></p> <p><i>Eksternal</i></p>	<p style="text-align: center;">Strenghts (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pada penerapan segmentasi pasar Geografis, bank menggunakan platform media social untuk mempromosikan serta memberikan kesadaran pada masyarakat tentang produk Bank 9 jambi Cabang Syariah (S1). • Akad menjadikan produk Pembiayaan Murabahah lebih menarik bagi nasabah yang mengutamakan prinsip syariah dan dapat meningkatkan 	<p style="text-align: center;">Weakness (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kurangnya sosialisasi produk yang dilakukan oleh pihak Bank (W1) • Keterbatasan akses untuk mempromosikan produk ke masyarakat secara luas (W2)
--	--	---

	<p>kepercayaan nasabah (S2)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bank 9 Jambi menggunakan BI CHEKING atau SLIK OJK untuk mengetahui daftar riwayat pinjaman nasabah (S3). • Menerapkan instrument Dual Banking Leverage Model (DBLM) untuk memperluas jangkauan perbankan syariah (S4) • Tempat yang strategis (S5) • Melakukan riset pasar secara berkala (S6). 	
<p>Opportunity (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Peluang memasarkan Produk Pembiayaan murabahah lebih mudah karena nasabah atau sebagian masyarakat sudah mengetahui tentang Produk Pembiayaan ini (O1) 	<p>Strategi SO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memanfaatkan SDM yang memadai untuk bekerjasama dengan pihak-pihak yang mendukung produk Pembiayaan Murabahah (S1-O2) • Memanfaatkan lokasi yang strategis dalam 	<p>Strategi WO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengatasi minimnya sosialisasi dengan dukungan dari pihak lain (W1-O2) • Mengatasi keterbatasan akses akibat kurangnya akses dengan menggunakan media sosial untuk

<ul style="list-style-type: none"> • Berpeluang untuk bekerjasama dengan berbagai pihak dalam mensosialisasikan Produk Pembiayaan Murabahah ini (O2) • Sosialisasi produk dengan memanfaatkan media sosial (O3) • Masih banyaknya pelaku usaha yang bisa dijadikan calon nasabah (O4) 	<p>menjangkau setiap pihak (S4-O4)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memanfaatkan Dual Banking Leverage Model (DBLM) untuk calon nasabah (S4-O4) 	<p>menjangkau pasar dalam skala besar (W2-O2)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manfaatkan ketidaktahuan nasabah tentang keuangan syariah dengan bantuan sosial media (W2-O3)
<p><i>Threats (T)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Persaing antar bank lain (T1) • Perubahan dalam regulasi perbankan dapat mempengaruhi kebijakan dan produk pembiayaan (T2) • Perubahan perilaku masyarakat dapat mengurangi permintaan terhadap produk pembiayaan (T3) 	<p><i>Strategi ST</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan riset pasar secara berkala untuk mengetahui kebutuhan nasabah (S6-T1) • Menggunakan akad murabahah sebagai keunggulan utama dalam praktek pembiayaan produk yang membedakan dengan produk pesaing (S2-T1) 	<p><i>Strategi WT</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan usaha sosialisasi produk melalui berbagai media, termasuk promosi dalam bentuk iklan dan sosialisasi produk untuk bersaing lebih efektif dengan bank lain (W1-T1) • Menjalankan program-program sosialisasi yang dapat membentuk nasabah untuk memahami pentingnya

<ul style="list-style-type: none"> • Minimnya literasi keuangan pada masyarakat (T4) 	<ul style="list-style-type: none"> • Manfaatkan daya tarik produk untuk mengenalkan produk pada calon nasabah (S1-T3) • Manfaatkan Dual Banking Leverage Model (DBLM) untuk memberikan pilihan produk dan layanan pada masyarakat (S4-T4) 	<p>investasi, sekaligus membantu mereka mengatasi faktor ekonomi yang menjadi hambatan (W2-T1)</p>
---	---	--

1. Strategi SO

- Memanfaatkan SDM yang memadai untuk bekerjasama dengan pihak-pihak yang mendukung produk Pembiayaan Murabahah
- Memanfaatkan lokasi yang strategis dalam menjangkau setiap pihak.
- Memanfaatkan Dual Banking Leverage Model (DBLM) untuk calon nasabah.

2. Strategi WO

- Mengatasi minimnya sosialisasi dengan dukungan dari pihak lain.
- Mengatasi keterbatasan akses akibat kurangnya akses dengan menggunakan media sosial untuk menjangkau pasar dalam skala besar.
- Manfaatkan ketidaktahuan nasabah tentang keuangan syariah dengan bantuan sosial media.

3. Strategi ST

- Melakukan riset pasar secara berkala untuk mengetahui kebutuhan nasabah.
- Menggunakan akad murabahah sebagai keunggulan utama dalam praktek pembiayaan produk yang membedakan dengan produk pesaing.
- Manfaatkan daya tarik produk untuk mengenalkan produk pada calon nasabah.
- Manfaatkan Dual Banking Leverage Model (DBLM) untuk memberikan pilihan produk dan layanan pada masyarakat.

4. Strategi WT

- a. Meningkatkan usaha sosialisasi produk melalui berbagai media, termasuk promosi dalam bentuk iklan dan sosialisasi produk untuk bersaing lebih efektif dengan bank lain
- b. Menjalankan program-program sosialisasi yang dapat membentuk nasabah untuk memahami pentingnya investasi, sekaligus membantu mereka mengatasi faktor ekonomi yang menjadi hambatan.