

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Perbankan syariah merupakan salah satu sektor industri yang cukup menjanjikan di Indonesia. Sebagai salah satu negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam banyak pihak berkeyakinan bahwa perbankan syariah akan mudah diterima masyarakat dan cepat berkembang. Terbitnya berbagai regulasi tentang perbankan yang diawali dengan Undang-undang Nomor 7 tahun 1998 menandakan cukup tingginya dukungan pemerintah dalam penerapan sistem perbankan syariah di Indonesia. (Karim, 2007). Perkembangan perbankan syariah dinilai cukup baik dengan meningkatnya market share yang sudah mencapai 6,18 persen dengan nilai aset yang dimiliki senilai Rp545,39 triliun pada tahun 2020. (Syahrizal, 2021).

Di bidang keuangan, lembaga keuangan berfungsi sebagai organisasi yang menawarkan layanan keuangan kepada nasabahnya. Perbankan merupakan salah satu jenis lembaga keuangan. Sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 yang diundangkan pada tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah suatu badan usaha yang menghimpun simpanan masyarakat umum dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau cara lain, dengan tujuan akhir meningkatkan standar hidup masyarakat secara keseluruhan. Selain fungsi utamanya menerima rekening giro dan tabungan, bank juga dikenal sebagai lokasi peminjaman kredit.

Bank syariah menyalurkan dana pada masyarakat melalui pembiayaan murabahah, mudharabah, musyarakah, dan qardh. Bank Syariah yang menyediakan dana mendapatkan suatu imbalan yaitu pada murabahah berupa margin keuntungan, sedangkan pada mudharabah dan musyarakah berupa bagi hasil, dan pada qardh berupa biaya administrasi. (Sri Mahargiyantie, 2020).

Bank 9 Jambi Cabang Syariah merupakan sebuah lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan perbankannya. Bank ini terletak di Kota Jambi, dan berfokus pada penawaran produk dan layanan perbankan yang sesuai dengan hukum Islam, seperti pembiayaan syariah, tabungan syariah, dan produk-produk lain yang bebas dari unsur riba dan aktivitas yang diharamkan oleh syariah.

Setiap Bank Syariah menawarkan berbagai produk yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Saat melakukan pemasaran produknya, bank akan menghadapi persaingan dengan bank syariah lainnya. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran yang efektif untuk

membedakan diri dari pesaing. Diantara contohnya bank syariah di Provinsi Jambi adalah Bank 9 Jambi Syariah, yang merupakan bank yang dimiliki oleh pemerintah daerah dan beroperasi berdasarkan prinsip syariah.

Pada era globalisasi seperti sekarang ini, mengetahui segmen pasar dan menentukan target pasar merupakan kunci dan faktor penting untuk mencapai sukses. menjadi efektif dan efisien merupakan tujuan utama perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Bila mengacu pada permasalahan diatas perusahaan perlu melakukan segmentasi pasar untuk meminimalisir kesalahan-kesalahan yang terjadi serta kerugian-kerugian yang dapat ditimbulkan. (Setiyawan, 2024)

Segmentasi pasar menurut Assauri, dalam Hanggarito adalah sebagai kegiatan membentuk suatu pasar kedalam kelompok-kelompok yang berbeda. Sesuai. (Setiyawan, 2024)

Segmentasi pasar pada dasarnya merupakan suatu cara untuk membedakan pasar menurut beberapa karakter dari pelanggan yang secara umum digolongkan menjadi 4 (empat), yaitu: Geografis, Demografis, Psikografis, dan Tingkah Laku. (Ahmadi, 2017).

Perbedaan yang ada dapat dikumpulkan dalam segmen-segmen yang bersifat homogen misalnya kebutuhan, hobi, dan gaya hidup. Target atau sasaran pasar yaitu proses penilaian dan penentuan kelompok unggul sebagai sasaran pelayanan dengan program pemasaran yang ada, (Hasna Inayah Nur Mahabbah, 2024). Dengan menerapkan segmentasi pasar, perusahaan dapat mengalokasikan fokusnya untuk mengembangkan produk yang lebih spesifik dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Secara umum, pengelompokan pasar ke dalam segmen-segmen bertujuan untuk membuatnya menjadi kelompok-kelompok yang seragam, terutama karena beragamnya produk yang tersedia. Variasi produk tersebut menjadi pemicu bagi sebuah organisasi untuk menetapkan segmentasi pasar yang sesuai untuk setiap produknya. Dengan dasar penjelasan tersebut, segmentasi pasar adalah proses identifikasi kelompok atau kumpulan pelanggan potensial terhadap produk, yang meliputi segmentasi pasar berdasarkan Geografis, Psikografis, Demografis, dan Perilaku.

Dari gambaran fenomena yang dijelaskan, penting untuk menekankan pada program segmentasi pasar. Ini berarti, langkah awal yang harus diambil adalah menetapkan segmentasi pasar sehingga perusahaan dapat merancang strategi pemasaran yang dapat mengatasi tantangan dan mencapai keberhasilan di tengah berbagai perubahan kondisi ekonomi

Kesimpulan dari pemahaman tersebut adalah bahwa segmentasi pasar berperan sebagai alat dan panduan dasar bagi perusahaan dalam mencapai tujuan pemasaran. Saat perusahaan menyusun dan mengelola upaya pemasaran, mereka menghadapi berbagai variabel internal dan eksternal yang memerlukan sikap yang fleksibel untuk mengadaptasi strategi pemasaran dalam menghadapi perubahan lingkungan.

Bank Syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima oleh bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dan bank. (Marbun, 2022). Bank syariah dalam menyalurkan dana kepada nasabah dalam bentuk pembiayaan. Pembiayaan adalah penyediaan uang yang didasarkan pada kesepakatan antara pihak bank dengan pihak lain yang pengembaliannya sesuai dengan jangka waktu dan hasil yang telah disepakati sebelumnya sesuai syariah Islam.

Salah satu dari produk yang ditawarkan oleh Bank 9 Jambi Syariah adalah Pembiayaan Murabahah Produktif, yang dirancang untuk mendukung pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah. Produk ini merupakan salah satu unggulan yang dimiliki oleh Bank 9 Jambi Syariah. Sebelum menawarkan produk, setiap lembaga perbankan syariah perlu melakukan analisis pasar dan masyarakat untuk memahami keinginan serta kebutuhan mereka. Lingkungan pasar memiliki dampak yang signifikan terhadap strategi pemasaran yang akan diimplementasikan. Dengan pemahaman yang baik tentang keinginan dan kebutuhan masyarakat, serta kondisi lingkungan pemasaran, bank akan lebih mudah untuk memikat hati nasabah.

Dalam definisinya, Murabahah secara bahasa berasal dari kata *Ribh* yang berarti keuntungan, (Syauqoti, 2018). Dalam pengertian lain murabahah adalah akad jual beli barang dengan harga jual sebesar biaya perolehan ditambah keuntungan yang disepakati yang di dalamnya penjual harus mengungkapkan biaya perolehan barang kepada pembeli (Shindy Marcela Nasir, 2015).

Murabahah menurut Ikatan Akuntansi Indonesia dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 102 Paragraf 5 Murabahah adalah menjual barang dengan harga jual sebesar harga perolehan ditambah keuntungan yang disepakati dan penjual harus mengungkapkan harga perolehan barang tersebut kepada pemilik.

Murabahah adalah salah satu produk di perbankan syariah yang paling diminati masyarakat. Dalam pembiayaan murabahah bank menetapkan harga jual barang yaitu harga

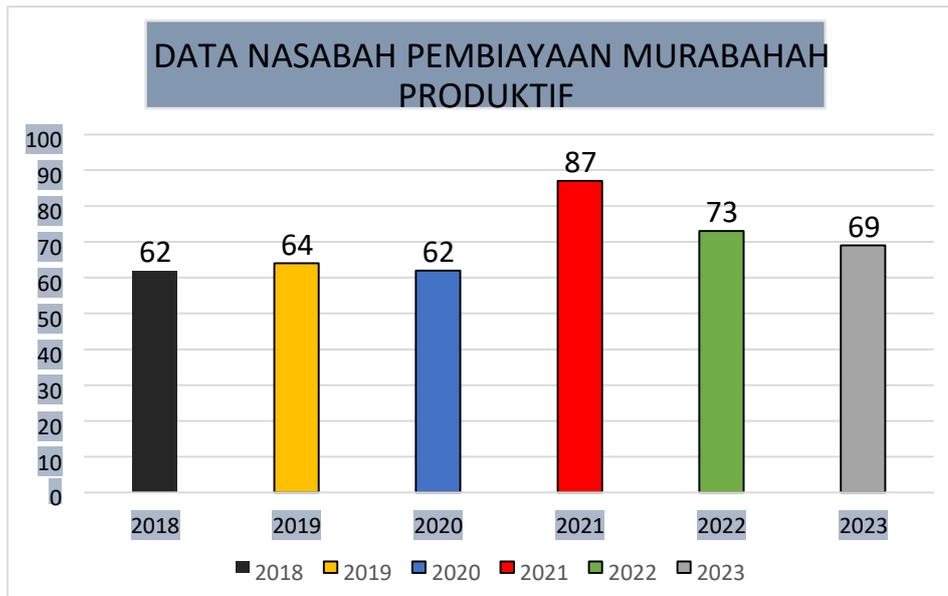
pokok perolehan barang ditambah sejumlah margin keuntungan bank. Harga jual yang telah disepakati di awal akad tidak boleh berubah selama jangka waktu pembiayaan. (Padma Malikhani, 2022).

Pemasaran dalam Al-Qur'an diatur di dalam Surat AnNisa" (29):

*Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu," (QS An Nisa: 29).*

Menurut Wahbah Zuhaili dalam Tafsir Al-Munir, ayat ini diinterpretasikan sebagai prinsip utama dalam hubungan bisnis, yang menekankan pentingnya adanya unsur kerelaan atau kesepakatan dari semua pihak yang terlibat. Wahbah Zuhaili menjelaskan bahwa menurut Al-Zuhailī, kerelaan itu dapat diwujudkan melalui tiga bentuk: (1) kesepakatan verbal, (2) pemberian hak pilihan, dan (3) perilaku atau tindakan yang menunjukkan kesepakatan. Dalam ayat tersebut, Allah melarang orang-orang beriman untuk menggunakan atau memanfaatkan harta orang lain secara tidak sah, yaitu melalui tindakan yang tidak sesuai dengan ajaran agama. Namun, Allah mengizinkan transaksi dengan harta orang lain melalui perdagangan dengan prinsip kesepakatan dan kerelaan. Selain itu, dalam ayat tersebut, Allah juga menegaskan larangan terhadap tindakan bunuh diri, baik secara individu maupun melalui tindakan membunuh orang lain. Semua ini ditegaskan sebagai bentuk kasih sayang Allah yang besar terhadap umat manusia.

Jika dilihat dari data pertumbuhan nasabah pembiayaan murabahah produktif saat observasi lapangan di Bank 9 Jambi Cabang Syariah, jumlah nasabah pembiayaan Murabahah Produktif tidak menunjukan konsistensi naik pada setiap tahunnya dan ketika diamati selama penulis mengobservasi dapat ditemukan nasabah pembiayaan Konsumtif yang banyak berdatangan, sementara itu untuk Pembiayaan Murabahah Produktif cenderung lebih sedikit jika dibandingkan jumlah nasabah penerima Produk Pembiayaan Konsumtif yang dimiliki Bank 9 Jambi Cabang Syariah. Karena hal ini penulis ingin mengkaji lebih dalam mengenai strategi Segmentasi Pasar yang dilakukan Pimpinan Bank 9 Jambi Cabang Syariah dalam mempromosikan Produk Pembiayaan Murabahah Produktif kepada masyarakat, hal ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan Murabahah Produktif.



Sumber : PT Bank Pembangunan Daerah Jambi Cabang Syariah

**Gambar 1. 1**

**Gambar Diagram Pertumbuhan Nasabah Pembiayaan Murabahah Produktif**

Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat bahwa perkembangan jumlah Nasabah pembiayaan dari tahun 2018 sampai dengan 2023 setiap tahunnya mengalami fluktuasi jumlah Nasabah. Pada tahun 2018 jumlah nasabah pembiayaan murabahah sebanyak 62 dan tahun 2019 jumlah nasabah pembiayaan mengalami peningkatan yaitu 64, namun pada tahun 2020 perusahaan mengalami penurunan jumlah nasabah pembiayaan yaitu 62, karena itu perlu dianalisa lebih mendalam, untuk meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan agar mencapai profitabilitas yang optimal.

Kemampuan sebuah perusahaan untuk menghasilkan keuntungan merupakan faktor utama dalam menentukan keberhasilannya, karena keuntungan menjadi indikator kinerja perusahaan yang penting dan digunakan dalam mengevaluasi performa perusahaan. Keberhasilan ini berdampak pada kelangsungan usaha perusahaan dan memengaruhi hubungan kerjasama antara perusahaan-perusahaan. Salah satu cara untuk menilai apakah kinerja perusahaan tersebut baik atau tidak adalah melalui analisis strategi segmentasi pasar.

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan di atas Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam dengan mengangkat penelitian yang berjudul **“Analisis Segmentasi Pasar Pada Produk Pembiayaan Murabahah Produktif Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Bank 9 Jambi Cabang Syariah”**

**1.2. Rumusan Masalah**

Dari penjelasan latar belakang tersebut, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Penerapan Segmentasi Pasar Produk Pembiayaan Murabahah Produktif dalam upaya meningkatkan Jumlah Nasabah pada Bank 9 Jambi Cabang Syariah ?
2. Apa saja Kendala dan Hambatan dalam menerapkan Segmentasi Pasar pada Produk Pembiayaan Murabahah Produktif dalam upaya meningkatkan Jumlah Nasabah pada Bank 9 Jambi Cabang Syariah ?
3. Bagaimana Strategi Bank 9 Jambi Cabang Syariah dalam upaya meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan Murabahah Produktif sesuai dengan prinsip Segmentasi Pasar ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan konteks latar belakang dan perumusan masalah, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui penerapan Segmentasi Pasar pada Produk Pembiayaan Murabahah Produktif dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pada Bank 9 Jambi Cabang Syariah.
2. Untuk mengetahui Kendala dan Hambatan Segmentasi Pasar pada Produk Pembiayaan Murabahah Produktif dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pada Bank 9 Jambi Cabang Syariah.
3. Untuk mengetahui Strategi Bank 9 Jambi Cabang Syariah dalam upaya meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan Murabahah Produktif sesuai dengan prinsip Segmentasi Pasar.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut :

- a) Manfaat Teoritis
  1. Sebagai sumber referensi yang diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan pembaca khususnya tentang strategi Segmentasi Pasar pada Produk Pembiayaan Murabahah.
  2. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan pembaca tentang Ekonomi Islam, khususnya tentang bagaimana menerapkan Segmentasi Pasar yang sesuai dengan hukum Islam.
- b) Manfaat Praktis
  1. Sebagai cara untuk mengembangkan pemikiran penulis tentang bagaimana teori-teori yang ada dapat diterapkan dalam situasi di dunia nyata

2. Kepada masyarakat dan pembaca penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan informasi serta pengetahuan tentang penerapan strategi Segmentasai Pasar.