



Sharef
https://journal.unisnu.ac.id/jsef
ISSN:
Volume: 1
DOI:

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA JUAL BELI MOTOR DI BMT AL-HIKMAH SEMESTA CABANG PECANGAAN JEPARA

Resi Levianingrum

Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

e-mail: Resilvania@gmail.com

Motorcycle financing is one of the leading financing products offered at BMT Al Hikmah Semesta Pecangaan branch and is in demand by BMT members, increasing yearly. This study aims to analyze (1) the marketing strategy of Murabahah financing products; (2) The factors that cause BMT Al-Hikmah Semesta Pecangaan Branch members to purchase a motorbike at BMT Al-Hikmah Semesta. This type of research is a field (field research). Primary data sources with interviews with 5 members, marketing, and managers of BMT Al-Hikmah Semesta Pecangaan Branch. The results of the study explain that the marketing strategy of Murabahah financing (buying a motorbike) at BMT Al-Hikmah Semesta Pecangaan Branch uses prospecting, approaching, presentation, handling objection, closing deals. The factors that caused BMT Al-Hikmah Semesta Pecangaan Branch members to purchase a motorcycle at BMT Al-Hikmah were discounts, no keifarat, precise goods, transparent transactions, and can be represented.

Keywords: *marketing, murabahah financing, BMT Al-Hikmah Semesta*

Abstrak

Pembiayaan Murabahah (Beli Motor) merupakan salah satu produk pembiayaan unggulan yang ditawarkan di BMT Al Hikmah Semesta cabang Pecangaan dan diminati oleh anggota BMT yang meningkat setiap tahunnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) Strategi pemasaran produk pembiayaan Murabahah. (2) Faktor yang menyebabkan anggota BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Pecangaan memilih pembelian Motor di BMT Al-Hikmah Semesta. Jenis penelitian ini merupakan lapangan (field research). Sumber data primer dengan wawancara kepada 5 anggota, marketing, dan manajer BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Pecangaan. Hasil studi menjelaskan bahwa strategi pemasaran pembiayaan Murabahah (beli motor) pada BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Pecangaan menggunakan cara prospecting, approaching, presentasi, handling objection, clossing deal. Faktor penyebab anggota BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Pecangaan memilih pembelian sepeda motor di BMT Al-Hikmah adalah karena adanya diskon, tidak ada keifarat, barang jelas, transaksi jelas, dan bisa diwakilkan.

Kata Kunci: *pemasaran, pembiayaan murabahah, BMT Al-Hikmah Semesta*

PENDAHULUAN

BMT (*Baitul Maal Wat Tamwil*) merupakan lembaga keuangan mikro yang menggunakan prinsip syariah dan berlandaskan ajaran Islam. Secara etimologis BMT terdiri atas dua arti yaitu, *Baitul Maal* yang artinya "Rumah Uang" sedangkan *Baitul Tamwil* artinya

History of Article
Received
Accepted
Pusblished

✉Corresponding author :
Address:
E-mail:

“Rumah Pembiayaan” (Darmawan and Fasa 2020). BMT dapat dipandang memiliki 2 fungsi utama yaitu, sebagai media penyalur pendayagunaan harta untuk ibadah seperti, zakat, infaq, shodaqoh, dan wakaf serta dapat juga berfungsi untuk institusi yang bergerak dibidang investasi yang bersifat produktif sebagaimana seperti layaknya bank.

Berdasarkan UU RI No. 25 tahun 1992 Koperasi merupakan salah satu jenis lembaga keuangan non bank, yang didefinisikan sebagai badan usaha yang beranggotakan seorang atau badan hukum koperasi yang tugasnya sesuai dengan prinsip koperasi dan berdasarkan dengan asas kekeluargaan bagi gerakan ekonomi masyarakat. Salah satunya adalah KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah).

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) di Jepara, salah satunya ada KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Pecangaan yang berpusat di Mlonggo Kecamatan Mlonggo Kabupaten Jepara ini merupakan lembaga keuangan syariah dengan sistem bagi hasil. Hal tersebut dapat dilihat dari produk-produknya seperti simpanan, pembiayaan, dan jasa layanan lainnya.

BMT Al-Hikmah Semesta memiliki produk tabungan dan pembiayaan. Produk pembiayaan di BMT tersebut terdiri dari pembiayaan *Murabahah*, *Gadai Emas*, *Rahn Tasjili*, dan *Musyarakah Mutanaqisob*. Akad murabahah yang di BMT Al Hikmah banyak digunakan untuk jual-beli sepeda motor.

Murabahah masuk ke dalam jenis pembiayaan, lembaga keuangan bertindak sebagai penjual menyediakan barang yang diinginkan oleh nasabah dan diperkenankan menentukan margin keuntungan dari harga jual (Maruta 2016).

Karakteristik pembiayaan dengan prinsip jual beli pada BMT Al-Hikmah Semesta, BMT sebagai penjual suatu barang harus memberitahu kepada nasabah sebagai pembeli, tentang harga produk yang sudah di beli BMT dan menentukan margin (keuntungan) sebagai tambahannya. Anggota BMT dapat melakukan pembayaran dengan diangsur atau dicicil dengan kesepakatan bersama (anggota dan BMT). Pembiayaan Murabahah sangat cocok bagi anggota BMT yang membutuhkan tambahan aset, namun kekurangan dana untuk membelinya secara lunas. Pembiayaan yang digunakan untuk pemenuhan kebutuhan anggota BMT yang bersifat konsumtif (Pembelian sepeda motor).

Pemasaran sangat penting untuk dilakukan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran lembaga keuangan adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat dengan cara memberikan

kepuasan. Agar cepat berkembang, maka perusahaan harus mempunyai strategi pemasaran yang bagus. Strategi pemasaran pada dasarnya memberikan arah yang berkaitan dengan variabel-variabel seperti segmentasi pasar, mengidentifikasi pasar sasaran, positioning, elemen bauran pemasaran dan biaya bauran pemasaran (Wijaya and Sirine 2016).

Strategi yang tepat sangat diperlukan dalam pemasaran, dengan aspek pendukungnya untuk mampu bertahan di pasaran, perusahaan senantiasa dengan berbagai cara untuk berusaha agar tetap bertahan dalam eksistensinya dengan cara strategi pemasaran dan merumuskan strategi-strategi bisnis harus dikembangkan, serta tanggap dan mampu dalam menyesuaikan diri di lingkungan tersebut. Strategi untuk mengatasi ancaman eksternal dan merebut peluang yang ada, setiap perusahaan harus bisa mengembangkan. Apabila lembaga keuangan dihadapkan dengan permasalahan terkait pemasaran, maka strategi pemasaran harus dirumuskan secara efektif dan kompetitif. Perusahaan mendapatkan sejauh mana sesuatu mengenai pesaingnya perusahaan harus terus menerus membandingkan produk, harga, saluran promosi, miliknya dan milik pesaing, dengan cara tersebut perusahaan dapat menemukan kekurangan dan keunggulan kompetitif yang ada dan dapat melakukan kampanye yang kuat terhadap pesaing.

Berikut data pembiayaan Murabahah sepeda motor di BMT Al-Hikmah cabang Pecangaan.

Tabel 1
Jumlah Anggota Produk Murabahah Sepeda Motor

No.	Tahun	Jumlah
1	2017	5 anggota
2	2018	8 anggota
3	2019	9 anggota
4	2020	15 anggota
5	2021	21 anggota

Dilihat dari tabel tersebut jumlah pembiayaan Murabahah beli Motor di BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Pecangaan meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui strategi pemasaran pembiayaan murabahah sepeda motor pada BMT Al-Hikmah Cabang Pecangaan; (2) mengetahui faktor penyebab anggota memilih produk pembiayaan murabahah sepeda motor pada BMT Al-Hikmah Cabang Pecangaan

KAJIAN PUSTAKA

Penelitian Terdahulu

(Asse 2018) meneliti mengenai strategi pemasaran offline di sebuah warung bakso yang menggunakan facebook sebagai sarana pemasaran dan menunjukkan hasil pemasaran yang dilakukan secara online lebih berdampak daripada pemasaran secara konvensional. Perbedaan pada penelitian ini, penulis meneliti strategi pemasaran secara offline.

(Fatimah and Metekohy 2012) melakukan penelitian terhadap strategi marketing yang dilakukan salah satu bank syariah di Tangerang Selatan menggunakan analisis SWOT dengan matriks IFAS dan EFAS. Hasilnya menunjukkan bahwa lembaga tersebut berada pada posisi kuadran yang menguntungkan dan produk pembiayaan murabahah dapat dipasarkan secara maksimal melalui penerapan kebijakan bauran pemasaran seperti kebijakan produk, kebijakan harga, kebijakan tempay dan promosi yang mendukung pertumbuhan pembiayaan murabahah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Lokasi penelitian berada di Kantor Cabang BMT Al-Hikmah Semesta yang berada di Pecangaan Kulon, Kecamatan Pecangaan, Kabupaten Jepara.

Teknik pengumpulan data pada studi ini menggunakan wawancara yang dengan narasumber karyawan BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Pecangaan yaitu Marketing, Manajer Cabang, lima anggota BMT Al-Hikmah Cabang Pecangaan (yang mempunyai pembiayaan Murabahah).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah pada BMT Al-Hikmah Cabang Pecangaan

Strategi pemasaran pembiayaan Murabahah di BMT Al-Hikmah Semesta memerlukan strategi khusus dan keterampilan tersendiri di dalam praktiknya untuk memasarkan produk pembiayaan Murabahah di BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Pecangaan.

Hasil wawancara dengan Manajer, Marketing, dan 5 anggota BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Pecangaan, strategi pemasaran pembiayaan Murabahah di BMT Al-Hikmah Semesta dapat disimpulkan bahwa, BMT Al-Hikmah Semesta menggunakan cara tersendiri yang di praktikkan yaitu *Prospecting, Approaching, Presentasi, Handling Objection, Closing Deal*. Strategi tersebut sudah di praktikan oleh pihak BMT Al-Hikmah Semesta dan sudah diterima oleh anggota BMT Al-Hikmah Semesta. Adapun terdapat salah satu anggota BMT yang tidak menerima strategi tersebut, yaitu anggota datang langsung ke Kantor BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Pecangaan dan konsultasi secara langsung.

Berdasarkan Bauran Pemasaran 7P (*Place, Prodduct, Process, Promotion, People, Physical Evidence, Price*) BMT menerapkan strategi yang di praktikkan sendiri yaitu *Prospecting, Approaching, Presentasi, Handling Objection, Closing Deal* dan BMT hanya menggunakan 1P yaitu *Process*.

B. Faktor yang Menyebabkan Anggota BMT Al-Hikmah di Cabang Pecangaan memilih pembelian Sepeda Motor di BMT Al-Hikmah

Faktor yang menyebabkan anggota BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Pecangaan memilih pembelian Sepeda Motor di BMT Al-Hikmah Semesta karena di BMT ada diskonnya, tidak ada kifarat, barangnya jelas, transaksi jelas, dan bisa diwakilkan. Hasil wawancara dengan lima (5) anggota BMT Al-Hikmah Semesta yang mempunyai Pembiayaan Murabahah (Beli Motor) terdapat alasan yang berbeda – beda yaitu ada diskonnya, tidak ada kifarat, barang yang dibeli jelas, transaksi jelas, dan bisa diwakilkan. Berdasarkan bauran pemasaran 7P (*Place, Prodduct, Process, Promotion, People, Physical Evidence, Price*) yang mempengaruhi pada faktor anggota BMT Al-Hikmah Semesta cabang Pecangaan hanya pada *Price, Product, dan Process*. Adapun *Price* terdiri dari ada diskon dan tidak ada kifarat, *Product* terdiri dari Barangnya jelas, *Process* terdiri dari transaksi jelas dan bisa diwakilkan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah (Beli Motor) BMT Al - Hikmah Semesta Cabang Pecangaan menggunakan cara sendiri yaitu:
 - a. *Prospecting*
 - b. *Approaching*
 - c. Presentasi
 - d. *Handling Objection*
 - e. *Closing Deal*
2. Faktor Penyebab Anggota BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Pecangaan memilih Pembelian Sepeda Motor di BMT Al-Hikmah adalah:
 - a. Ada diskonnya
 - b. Tidak ada kifarat
 - c. Barang yang akan dibeli jelas
 - d. Transaksinya Jelas
 - e. Bisa diwakilkan

REFERENSI

- Asse, Ridho Azlam Ambo. 2018. "Strategi Pemasaran Online (Studi Kasus Facebook Marketing Warunk Bakso Mas Cingkrank Di Makassar)." *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi* 7 (2).
- Darmawan, and Muhammad Iqbal Fasa. 2020. *Manajemen Lembaga Keuangan Syariah*. Edited by Dini Maulana Lestari. I. Yogyakarta: UNY Press.
- Fatimah, and Elisabeth Yansye Metekohy. 2012. "Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada Bank X Syariah Tangerang Selatan." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 11 (2).
- Maruta, Heru. 2016. "Akad Mudharabah, Musyarakah, Dan Murabahah Serta Aplikasinya Dalam Masyarakat." *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 5 (2).
- Wijaya, Hari, and Hani Sirine. 2016. "Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok Di Cilacap." *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship* 1 (3).