

BAB I

PENDAHULUAN

A. KONTEKS PENELITIAN

Dalam memasarkan sebuah produknya, lembaga keuangan seperti bank syariah perlu melakukan strategi pemasaran yang lebih baik supaya mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya. Strategi pemasaran adalah suatu rencana yang menyeluruh, terkoordinasi, dan konsisten dalam bidang pemasaran, yang memberikan panduan mengenai aktivitas yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan.¹

Strategi pemasaran yang lebih inovatif merupakan hal penting dalam menjalankan bisnis yang efektif dan efisien, ini merupakan cara yang tepat dalam memasarkan produk dan jasa untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Strategi pemasaran yang digunakan di BSI KCP Kediri Pare Lawu yaitu melakukan strategi pemasaran yang sesuai dengan akad syariah dan menerapkan *segmentasi, targeting, dan positioning*. Selanjutnya BSI KCP Kediri Pare Lawu menerapkan system strategi bauran pemasaran terdapat seperangkat alat pemasaran yang terbagi menjadi 4P yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat/ saluran distribusi) dan *Promotion* (promosi).

Promosi merupakan strategi untuk menyampaikan informasi dan memperkenalkan produk kepada audiens yang ditargetkan oleh perusahaan.² Harga adalah sejumlah uang atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang dibayar untuk mendapatkan hak kepemilikan atau penggunaan suatu

¹ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009), 168.

² Daniel Ortega dan Anas Alhifni, "Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah" 5, no. 1 (2017): 87–98.

barang dan jasa.³ Harga yang jelas, dapat meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap bank syariah. Produk *murabahah* memiliki karakteristik yang jelas, karena nasabah mengetahui harga barang yang dibeli serta margin keuntungan yang ditambahkan oleh bank.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya dengan mengikuti prinsip-prinsip syariah Islam. Bank syariah terbagi menjadi dua kategori, yaitu Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.⁴

Bank syariah yang berkembang dengan prinsip bagi hasil menunjukkan penerimaan masyarakat secara luas dalam mengelola harta atau aset, karena berlandaskan pada hukum Islam yang melarang praktik riba dan tidak sesuai dengan nilai-nilai kemanusiaan.⁵

Di wilayah Kecamatan Pare Kabupaten Kediri terdapat dua bank syariah yang terkenal yaitu BSI KCP Kediri Pare Lawu, dan BSI KCP Kediri Pare Supratman. Adapun perbandingan dari kedua bank syariah yang ada di Pare tersebut sebagai berikut:

Tabel 1. Perbandingan Bank Syariah di Pare – Kediri

Keterangan	BSI KCP Kediri Pare Lawu	BSI KCP Kediri Pare Supratman
Lokasi	Jl.Lawu No. 6A, Perdana,	Jl.WR Supratman No.11

³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, 3 ed. (Yogyakarta: Andi Offset, 2015).

⁴ Republik Indonesia, “Undang- Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah”.

⁵ Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar dkk., “Telaah Unsur Syariah Aplikasi iB Hasanah Card,” *Jurnal Iqtisaduna* 4, no. 1 (25 Juni 2018): 109–22.

	<p>Kecamatan Pare, Kabupaten Kediri.</p> <p>Berada di lingkup pasar pusat pertokoan yang cukup ramai, dekat dengan Kantor Kecamatan Pare, dekat Rumah Sakit, dan dekat dengan perhotelan.</p>	<p>Tarun Sakti, Kecamatan Pare, Kabupaten Kediri.</p> <p>Berada di lingkup pasar, pusat pertokoan.</p>
Jam Operasioanal	<p>Senin- Kamis: 08.00-15.00 WIB</p> <p>Jumat: 07:30- 15:30 WIB</p> <p>Sabtu- Minggu Tutup</p>	<p>Senin- Kamis: 08.00-15.00 WIB</p> <p>Jumat: 07:30- 15:30 WIB</p> <p>Sabtu- Minggu Tutup</p>
Fasilitas	<p>a. Tempat ruang tunggu yang nyaman dan cukup luas dilengkapi dengan tempat duduk, AC dan TV</p> <p>b. Meja yang digunakan untuk mengisi slip transaksi</p> <p>c. Tempat parkir yang luas</p>	<p>a. Tempat ruang tunggu yang nyaman dengan tempat duduk, AC dan TV</p> <p>b. Tempat atau meja yang digunakan untuk mengisi slip transaksi</p> <p>c. Tempat parkir yang luas</p>
Promosi	<p>a. Melakukan kegiatan sosialisasi di berbagai Instansi dan dipasar-pasar di Kabupaten Kediri dan Sekitarnya</p> <p>b. Melakukan perluasan Promosi lewat media</p>	<p>a. Melakukan acara open booth di CFD</p> <p>b. Melakukan promosi lewat media sosial (whatsapp)</p> <p>c. Memasang banner di depan kantor BSI</p>

	<p>sosial (instagram, tiktok, facebook dan whatsapp)</p> <p>c. Memasang banner di depan kantor BSI KCP Kediri Pare Lawu</p> <p>d. Menyebarkan brosur secara luas seperti: saat melakukan sosialisasi semua audience diberikan brosur, dan di kantor disediakan tempat khusus brosur untuk menyediakan nasabah yang sedang melakukan transaksi di kantor</p> <p>e. Mempromosikan layanan online berbasis aplikasi yaitu BSI mobile sehingga angsuran bisa dibayar kapanpun dan dimanapun tanpa repot datang ke kantor</p>	<p>KCP Kediri Pare Supratman</p> <p>d. Menyebarkan brosur saat melakukan open booth CFD dan di kantor disediakan tempat khusus brosur untuk menyediakan nasabah yang sedang melakukan transaksi di kantor</p> <p>e. Mempromosikan layanan online berbasis aplikasi yaitu BSI mobile sehingga angsuran bisa dibayar kapanpun dan dimanapun tanpa repot datang ke kantor</p>
<p>Nilai Rating</p>	<p>4.2</p>	<p>3.8</p>

Jumlah Nasabah	410	375
----------------	-----	-----

Sumber data: Observasi pada masing-masing objek

Berdasarkan tabel 1 diatas menunjukkan bahwa dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa BSI KCP Kediri Pare Lawu memiliki banyak keunggulannya, mulai dari letak lokasinya yang strategis, promosinya yang di gunakannya, rating dari nasabahnya masing-masing cabang, dan sampai jumlah nasabahnya yang berbeda lebih banyak BSI KCP Kediri Pare Lawu daripada BSI KCP Kediri Pare Supratman.

Strategi promosi adalah sebuah rencana tindakan yang disusun untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh suatu unit bisnis, dengan tujuan menarik perhatian konsumen agar mereka membuat keputusan untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan.⁶

Pendapatan margin *murabahah*, yaitu "Penerimaan angsuran *murabahah* yang dilakukan secara tunai menghasilkan aliran kas masuk berupa pendapatan margin *murabahah*, yang kemudian menjadi bagian dari pendapatan dalam perhitungan pembagian hasil usaha yang akan disalurkan kepada nasabah".⁷

Meskipun kedua bank tersebut merupakan kantor cabang pembantu BSI. Tetapi keduanya memiliki jumlah pendapatan *murabahah* yang berbeda. Berikut ini adalah tabel pendapatan *murabahah* BSI KCP Kediri Pare Lawu

⁶ Shilma Indriyani dan Erwin Permana Permana, "Penggunaan Media Sosial Dalam Pengembangan Pemasaran dan Strategi Promosi Pada Usaha Menengah di Kota Pangkalpinang," *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis* 13, no. 2 (1 November 2022): 110–21.

⁷ Fidyah, SE,MM, "Analisis Pendapatan Margin Murabahah Pada Bank Muamalat Indonesia" 9, no. 1 (2017): 23.

dan BSI KCP Kediri Pare Supratman pada tahun 2024 dalam menghimpun dana:

Tabel 2. Nominatif Pendapatan *Murabahah* Di BSI KCP Kediri Pare Lawu, dan BSI KCP Kediri Pare Supratman (Periode Januari 2024)

BSI KCP Kediri Pare Lawu	BSI KCP Kediri Pare Supratman
Rp. 718. 848. 567	Rp. 675.550.050

Sumber: Data Diolah Pada Tanggal 12 Januari 2024

Berdasarkan tabel 2 diatas terkait data perbandingan pendapatan dari BSI KCP Kediri Pare Lawu dan BSI KCP Kediri Pare Supratman. BSI KCP Kediri Pare Lawu memiliki pendapatan yang tinggi dari pada BSI KCP Kediri Pare Supratman, ini terjadi karena BSI KCP Kediri Pare Lawu memiliki jumlah nasabah yang banyak, sehingga pendapatan BSI KCP Kediri Pare Lawu pun ikut meningkat.

Strategi promosi yang digunakan oleh BSI KCP Kediri Pare Lawu cukup banyak terdiri dari berbagai macam strategi salah satunya, sosialisasi. Sosialisasi yang diterapkan dari BSI KCP Kediri Pare Lawu menjadi strategi promosi yang unggul dari pada strategi promosi yang lain, “Sosialisasi ini biasanya yang diterapkan oleh BSI KCP Kediri Pare Lawu dengan cara meminta jadwal atau waktu dari masyarakat, contohnya: Kementerian Agama Kabupaten Kediri, KPP, PLN, Balai Desa, Pasar Tradisional Kabupaten Kediri, dll.⁸

⁸ Vivin Silvianawati, *Wawancara Ibu Vivin Sub Branch Manager Mengenai Strategi Promosi dan Data Jumlah Nasabah* (BSI KCP Kediri Pare Lawu, 22 Mei 2024 sampai saat ini).

**Tabel 3. Jumlah Nasabah Sosialisasi di BSI KCP Kediri Pare Lawu
Pada Tahun 2024**

Jumlah Nasabah (Bulan)	Jumlah Nasabah (Tahun)	Jumlah Pembiayaan (Tahun)
6	72	8.400.255.050

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 3 diatas, strategi promosi yang dilakukan oleh BSI KCP Kediri Pare Lawu melalui cara sosialisasi diberbagai Instansi dan pasar-pasar yang ada di Kabupaten Kediri ini sudah tersusun jadwal kegiatan dengan rapi dan di rencanakan dengan baik pada setiap 1 bulan sekali dan setiap bulan mendapatkan kurang lebih 6 nasabah dari promosi sosialisasi ini.

Strategi promosi yang lain untuk menambahkan jumlah nasabah untuk meningkatkan pendapatan dapat dilakukan dengan cara melalui *social media* menggunakan beberapa media platform yaitu, WhatshApp, Instagram, Tiktok, dan Facebook, semua tim memposting brosur atau pamflet di *social media* masing- masing akun tim, dan di akun @cahbsipare yaitu akun resmi BSI KCP Kediri Pare Lawu. Promosi melalui *social media* yaitu dengan membuat postingan dan bikin konten mengenai pembiayaan yang ada di BSI KCP Kediri Pare Lawu di akun official BSI KCP Kediri Pare Lawu di Instagram, Tiktok, maupun Facebook supaya informasi terkait pembiayaan, dapat tersampaikan oleh masyarakat dengan jangkauan yang luas dan calon nasabah yang ingin mengetahui mengenai pembiayaan kita ada apa saja, bisa melihat diberbagai *social media* BSI KCP Kediri Pare Lawu.⁹

⁹ Zilfita Ainun Latifa, *Wawancara Ibu Zilfita Mengenai Strategi Promosi Pembiayaan Murabahah Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada BSI KCP Kediri Pare Lawu* (BSI KCP Kediri Pare Lawu, 2024).

Memasang banner di depan kantor supaya orang mengetahui keberadaan kita dan di banner itu diberitahu apa saja produk pembiayaan kita supaya orang yang lewat depan jalan mengetahuinya. Membagikan brosur pada setiap kegiatan acara supaya brosur kita menyebar dengan luas dan banyak orang yang mengetahuinya dan juga menyediakan tempat untuk brosur di kantor supaya nasabah kita bisa mengambilnya siapa tau nasabah kita dengan melihat-lihat brosur itu terus tertarik.

Di BSI KCP Kediri Pare Lawu mempunyai banyak pembiayaan umum yang digunakan diantara lain, *murabahah*, *musyarakah*, dan *ijarah*. Pembiayaan *murabahah* melibatkan transaksi penjualan barang dengan harga yang mencakup margin keuntungan yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Transaksi ini dapat diselesaikan secara tunai, pembayaran ditanggguhkan, atau melalui angsuran.¹⁰ *Musyarakah* adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih untuk melakukan usaha bersama, di mana setiap pihak menyumbangkan modal sesuai dengan kesepakatan yang diatur dalam akad di awal.¹¹ *Ijarah* merupakan kesepakatan untuk menyewakan barang atau jasa untuk jangka waktu tertentu dengan pembayaran sewa atau upah, tanpa perpindahan kepemilikan barang tersebut.¹²

¹⁰ Tri Setiady, "Pembiayaan Murabahah Dalam Perspektif Fiqh Islam, Hukum Positif Dan Hukum Syariah," *Fiat Justisia: Jurnal Ilmu Hukum* 8, no. 3 (14 Agustus 2015): 520.

¹¹ Ziqhri Anhar, "Penerapan Akad Musyarakah Pada Perbankan Syariah," *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* 4, no. 2 (30 Desember 2022): 110–22.

¹² Dara Fitriani dan Nazaruddin Nazaruddin, "Ijarah dalam Sistem Perbankan Syariah," *Al-Hiwalah : Journal Syariah Economic Law* 1, no. 1 (30 Juni 2022): 37–52.

Tabel 4. Data Perbandingan Jumlah Nasabah dan Pembiayaan yang ada di

BSI KCP Kediri Pare Lawu (Pada Tahun 2022- 2024)

Pembiayaan	Jumlah Nasabah 2022	Jumlah Nasabah 2023	Jumlah Nasabah 2024	Jumlah Pembiayaan 2022	Jumlah Pembiayaan 2023	Jumlah Pembiayaan 2024
<i>Murabahah</i>	142	318	410	10.150.540.000	13.570.070.050	17.575.050.000
<i>Musyarakah</i>	21	28	38	5.500.550.000	7.700.070.071	9.550.045.000
<i>Ijarah</i>	24	25	30	3.335.630.050	7.400.050.080	8.454.050.050
Total Jumlah	187	371	478	19.986.720.050	29.670.190.201.	35.579.145.050

Sumber: Data diolah

Berdasarkan data tabel 4 terkait perbandingan jumlah nasabah pembiayaan *murabahah*, *musyarakah*, dan *ijarah*, pembiayaan dengan akad *murabahah* memiliki jumlah nasabah lebih unggul dari pada *musyarakah* dan *ijarah* dikarenakan pembiayaan *murabahah* banyak kelebihan yang ada pada pembiayaan *murabahah*, diantara lain yaitu, dibutuhkan banyak masyarakat, sangat mudah dilakukan dan dijangkau, dan minim resiko.

Di BSI KCP Kediri Pare Lawu mempunyai 2 macam pembiayaan *murabahah* yaitu, pembiayaan *murabahah* produktif dan konsumtif.

Tabel 5. Perbandingan Jumlah Nasabah Pembiayaan *Murabahah* Produktif dan Konsumtif di BSI KCP Kediri Pare Lawu Pada Tahun 2024

<i>Murabahah</i> Produktif	<i>Murabahah</i> Konsumtif
400	18
Total Jumlah Nasabah	418

Sumber: Observasi Pada tanggal 12 Januari 2024

Berdasarkan tabel 5 kebanyakan nasabah menggunakan pembiayaan *murabahah* produktif ini dibandingkan dengan pembiayaan *murabahah* konsumtif, dikarenakan nasabah memerlukan sesuai dengan kebutuhan mereka

seperti: kebutuhan modal awal kerja untuk menambahkan stock barang mereka dan selain itu banyak orang yang mengambil pembiayaan ini dikarenakan memiliki harga yang cukup terjangkau, jadi pembiayaan *murabahah* produktif ini lah yang paling cocok dan banyak diminati oleh masyarakat.

Harga merupakan elemen penting dalam pemasaran sebab harga merupakan salah satu penentu keberhasilan lembaga atau perusahaan dalam menentukan besar pendapatan yang didapat dari penjualan produk baik berupa barang maupun jasa. Dalam penentuan harga pembiayaan *murabahah* BSI KCP Kediri Pare Lawu disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 6. Simulasi Harga Pembiayaan *Murabahah*

Plafon	6/ bulan	12/ bulan	24/ bulan	36/ bulan
Rp. 5.000.000	Rp. 847.977	Rp. 430.332	Rp. 221.603	Rp. 152.110
Rp. 10.000.000	Rp. 1.695.955	Rp. 860.664	Rp. 443.206	Rp. 304.219
Rp. 15.000.000	Rp. 2.543.932	Rp. 1.290.996	Rp. 664.809	Rp. 456.329
Rp. 20.000.000	Rp. 3.391.909	Rp. 1.721.329	Rp. 886.412	Rp. 608.439
Rp. 25.000.000	Rp. 4.239.885	Rp. 2.151.661	Rp. 1.108.015	Rp. 750.545
Rp. 50.000.000	Rp. 8.479.773	Rp. 4.303.321	Rp. 2.216.031	Rp. 1.521.097
Rp. 100.000.000	Rp. 16.959.546	Rp. 8.606.643	Rp. 4.432.061	Rp. 3.042.194
Rp. 150.000.000	Rp.25.439.3318	Rp. 12.909.964	Rp. 6.648.092	Rp. 4.563.291
Rp. 200.000.000	Rp.33.919.091	Rp. 17.211.286	Rp. 8.864.122	Rp. 6.054.387

Sumber: Observasi Pada Tanggal 12 Januari 2024

Berdasarkan tabel 6 diatas, harga pembiayaan *murabahah* memiliki margin setara dengan 0,27% per bulannya dan 6% pertahunnya dengan berapapun nominalnya, dengan menggunakan pembiayaan ini sangat berguna untuk masyarakat yang sedang membutuhkan untuk modal kerja maupun kebutuhan lain dengan minim resiko, dan mudah diambil.

Tabel 7. Nominatif Pendapatan Pembiayaan *Murabahah* di BSI KCP Kediri Pare Lawu Pada Tahun 2023-2024

Bulan	Tahun		
	2022	2023	2024
Januari	333.242.624	554.694.287	718.848.567
Februari	342.765.406	565.350.970	725.050.500
Maret	352.407.695	576.090.612	730.990.090
April	362.159.342	586.913.963	739.335.050
Mei	372.020.339	597.822.510	745.454.050
Juni	381.990.694	508.818.982	751.300.330
Juli	392.070.409	619.905.775	760.500.450
Agustus	402.259.481	631.085.072	771.450.575
September	412.558.914	642.359.047	785.850.550
Oktober	422.968.711	649.730.775	792.440.550
November	431.489.873	652.203.427	800.775.070
Desember	444.123.403	655.779.169	810.775.775
Jumlah	5.536.056.892	7.689.779.598	9.576.770.512

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel perbandingan 7 diatas, setiap tahun pendapatan pembiayaan *murabahah* mendapatkan peningkatan. BSI KCP Kediri Pare Lawu menargetkan uang yang harus dikeluarkan senilai Rp. 700.000.000/ bulan jadi semua tim wajib bekerja sama untuk mencari nasabah supaya targetnya bisa tercapai.

Menurut, Arsenius¹³, menemukan bahwa strategi promosi dapat meningkatkan pendapatan bagi perbankan. Promosi yang dimaksud mereka dengan cara menawarkan produk pembiayaannya melalui metode iklan, *personal selling*, *social media*, *door to door* dan lain sebagainya. Meningkatkan pendapatannya yang dimaksud dengan meningkatkan pendapatan yaitu dengan cara penyaluran produk pembiayaan dengan jangkauan yang sangat luas, dengan tersalurkan pembiayaannya kepada nasabah otomatis pendapatannya juga meningkat.

Menurut Fuadi¹⁴, menyatakan bahwa ada hal lain di dalam *mix marketing* yang juga dapat meningkatkan pendapatan meskipun tidak signifikan seperti promosi dengan demikian peneliti memutuskan membuat sebuah penelitian yang berjudul “Strategi Promosi Dan Harga Pembiayaan *Murabahah* Dalam Meningkatkan Pendapatan” sebagai langkah memperdalam apakah benar promosi dan harga itu dapat meningkatkan pendapatan perbankan.

Dalam hal ini penulis tertarik melakukan penelitian di lembaga keuangan syariah Bank Syariah Indonesia yang berlokasi Jl. Lawu No.6A, Kecamatan Pare, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64211. Dikarenakan mempunyai letak yang cukup strategis untuk dikembangkan lagi supaya BSI KCP Kediri Pare Lawu dapat dikenal lebih banyak lagi oleh masyarakat.

¹³ Arsenius Arsenius dan Dety Mulyanti, “Pengaruh Promosi terhadap Peningkatan Hasil Penjualan Produk Jasa Perbankan pada Pt. Bank Muamalat Indonesia Tbk,” *Syntax Idea* 5, no. 4 (24 April 2023): 459.

¹⁴ Sintia Yulia Fuadi Ahmad, sinaga Asmawarna, “Strategi Promosi Kredit Usaha Rakyat dalam Meningkatkan Pembiayaan pada Bank Syariah Indonesia KCP Stabat,” *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam* 5, no. 2 (1 Desember 2023): 244–60.

Peneliti memilih judul ini dikarenakan peneliti ingin meneliti lebih dalam bagaimana strategi promosi dan harga yang dilakukan BSI KCP Kediri Pare Lawu dalam mempromosikan penjualannya dan harga yang terjangkau dari pembiayaan *murabahah* untuk meningkatkan pendapatan maka atas dasar pemaparan tersebut penulis menetapkan judul: **Strategi Promosi dan Harga Pembiayaan *Murabahah* Dalam Meningkatkan Pendapatan (BSI KCP Kediri Pare Lawu)**

B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana Strategi Promosi dan Harga Pembiayaan *Murabahah* pada BSI KCP Kediri Pare Lawu?
2. Bagaimana Strategi Promosi dan Harga Pembiayaan *Murabahah* Dalam Meningkatkan Pendapatan pada BSI KCP Kediri Pare Lawu?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk Menjelaskan Strategi Promosi dan Harga Pembiayaan *Murabahah* pada BSI KCP Kediri Pare Lawu
2. Untuk Menjelaskan Strategi Promosi dan Harga Pembiayaan *Murabahah* Dalam Meningkatkan Pendapatan pada BSI KCP Kediri Pare Lawu

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoris

Penelitian ini akan menjadi sumber ilmu, referensi, dan panduan bagi semua pihak yang mempelajari perbankan syariah serta mampu menyumbangkan ide-ide lainnya yang bisa menambah wawasan

pengetahuan mengenai strategi promosi dan harga pembiayaan *murabahah* untuk meningkatkan pendapatan pada BSI Kediri Pare Lawu.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat memperluas wawasan, pengalaman, dan pengetahuan dalam bidang penelitian yang terkait memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur penelitian mengenai strategi promosi dan harga pembiayaan *murabahah* dalam meningkatkan pendapatan pada BSI KCP Kediri Pare Lawu.

b. Bagi Lembaga

Dapat membantu BSI KCP Kediri Pare Lawu mengambil keputusan yang tepat di masa depan, terutama tentang strategi promosi dan harga pembiayaan *murabahah* dalam meningkatkan pendapatan BSI KCP Kediri Pare Lawu.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai referensi dan sumber data untuk peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut, khususnya terkait dengan strategi promosi dan harga pembiayaan *murabahah* dalam meningkatkan pendapatan pada BSI KCP Kediri Pare Lawu.

E. PENELITIAN TERDAHULU

1. Dwi, Noviantari dengan judul "Strategi Promosi Produk Simpanan *Wadiah Yaddhamanah* Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Dalam

Perspektif Marketing Syariah (Studi Kasus: KSP Al-‘Ula Mitra Sejahtera di Desa Nglawak, Kertosono), (2021)”¹⁵

Koperasi simpan pinjam perlu menggunakan strategi promosi yang efektif untuk mengatasi ketidakpastian dalam operasional mereka. Melalui strategi promosi yang tepat, koperasi dapat mempertahankan anggota yang sudah ada dan menarik anggota baru. Selain itu, promosi juga berperan penting dalam meningkatkan citra lembaga keuangan di mata anggota mereka. Sementara penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dalam mempertimbangkan strategi promosi, perbedaan utamanya adalah fokus penelitian sebelumnya pada peningkatan jumlah nasabah, sedangkan penelitian ini lebih berorientasi pada peningkatan pendapatan koperasi.

2. Pratama Putri, Aldela, “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan *Murabahah* (Studi di BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih), (2024).”¹⁶

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan pada produk pembiayaan *murabahah* di BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih mencakup beberapa aspek. Pertama, strategi produk memberikan kemudahan bagi nasabah dalam memilih penggunaan dana.

Dalam hal harga, bank menawarkan bagi hasil yang relatif rendah karena

¹⁵ Dwi Noviantari, “Strategi Promosi Produk Simpanan Wadiah Yaddhamanah Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Dalam Perspektif Marketing Syariah (Studi Kasus: KSP Al-‘Ula Mitra Sejahtera di Desa Nglawak, Kertosono)” (Kediri, Institut Agama Islam Negeri Kediri IAIN, 2021).

¹⁶ Aldela Pratama Putri, “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan *Murabahah* (Studi di BPRS Artha Pamenang Kantor Kas Ngadiluwih).” (Kediri, Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2024).

adanya pengawasan dari OJK. Untuk strategi promosi, dilakukan pembukaan booth di berbagai acara, promosi melalui media sosial, serta penyebaran pamflet dan brosur. Selain itu, terdapat dengan cara komunikasi melalui WhatsApp dengan nasabah lama, mengajak mereka untuk merekomendasikan kepada kerabat, serta *follow-up* terhadap nasabah yang telah mengajukan pembiayaan dengan penawaran proses yang lebih cepat. Persamaan peneliti ini dengan peneliti terdahulu yaitu sama-sama membahas mengenai memasarkan produk supaya banyak orang yang mengenal produk kita. Perbedaan peneliti ini dengan peneliti terdahulu yaitu peneliti ini untuk meningkatkan pendapatan, sedangkan peneliti terdahulu untuk meningkatkan jumlah nasabah.

3. R. Sumia Herlina, “Pengaruh Strategi Promosi Pembiayaan *murabahah* Terhadap Minat Nasabah, (Studi Kasus Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah Perambabulan Al-Qomariyah Babadan-Cirebon), (2013).”¹⁷

Peneliti mengkaji strategi promosi pembiayaan *murabahah* di Koperasi Jasa Keuangan Syariah Babadan-Cirebon dan bagaimana hal itu berdampak pada minat pelanggan. Penyebaran kuesioner, dokumentasi, dan observasi digunakan untuk mengumpulkan data. Peneliti memilih 70 nasabah sebagai sampel, yang merupakan 10% dari total populasi, dari total 700 nasabah yang diteliti. Persamaan peneliti ini dengan peneliti terdahulu membahas mengenai faktor- faktor yang mempengaruhi strategi promosi, sedangkan perbedaanya peneliti terdahulu

¹⁷ R. Sumia Herlina, “Pengaruh Strategi Promosi Pembiayaan Murabahah Terhadap Minat Nasabah” (Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon, 2013).

menggunakan metode kuantitatif sedangkan peneliti ini menggunakan metode kualitatif.

4. Nailal Husna, Ikfi, “Peran Pembiayaan *Murabahah* Dalam Meningkatkan Pendapatan Anggota Usaha Mikro Kecil Dan Menengah BMT UGT Nusantara Capem Mojo Kediri, (2023).”¹⁸

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan KSPPS BMT UGT Nusantara Capem Mojo Kediri dapat menjadi solusi bagi berbagai masalah yang dihadapi oleh pelaku usaha, khususnya para pedagang di Mojo. Masalah utama yang dihadapi adalah keterbatasan modal yang dapat menghambat kelancaran usaha. Dengan adanya pembiayaan berbasis sistem *murabahah* yang diberikan kepada masyarakat, khususnya pelaku usaha yang membutuhkan tambahan modal, usaha mereka dapat berkembang. Peningkatan modal ini berdampak langsung pada peningkatan pendapatan. Hal ini terlihat dari peningkatan pendapatan pelaku usaha UMKM setelah mendapatkan pembiayaan, jika dibandingkan dengan sebelum mereka mendapatkan pembiayaan. Dengan demikian, masyarakat Mojo, terutama para pelaku usaha, semakin terbantu dalam hal permodalan. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian sebelumnya, yaitu membahas produk pembiayaan *murabahah* dalam meningkatkan pendapatan. Namun, perbedaan utama terletak pada fokus penelitian, di mana penelitian ini

¹⁸ Ikfi Nailal Husna, “Peran Pembiayaan *Murabahah* Dalam Meningkatkan Pendapatan Anggota Uasaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Kasus BMT UGT Nusantara Capem Mojo Kediri)” (Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2023).

lebih menekankan pada peningkatan pendapatan bank, sementara penelitian terdahulu berfokus pada peningkatan pendapatan UMKM.

5. Sri Lestari Ritonga, “Strategi Pemasaran Pembiayaan PT Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, (2022).”¹⁹

Perkembangan jumlah pelanggan yang menggunakan pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua dari tahun 2015 hingga 2020 mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Fluktuasi ini disebabkan oleh rendahnya pemahaman masyarakat akan produk pembiayaan serta persepsi yang menyamakan bank syariah dengan bank konvensional. Oleh karena itu, untuk meningkatkan minat pelanggan terhadap produk pembiayaan di Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua, dibutuhkan strategi pemasaran yang efektif. Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa strategi pemasaran pembiayaan *murabahah* yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua mengandalkan bauran pemasaran (*marketing mix*), yang meliputi produk, harga, tempat, promosi, orang, dan proses. Dalam aspek produk, Bank menawarkan margin yang kompetitif serta menonjolkan kelebihan dan kualitas produk. Dari sisi harga, Bank menetapkan harga sesuai dengan ketentuan yang berasal dari kantor pusat. Sedangkan dalam hal tempat, layanan diberikan melalui PT. Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua. Persamaan peneliti ini dengan peneliti terdahulu yaitu sama-sama melakukan strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah dan pendapatan

¹⁹ Sri Lestari Ritonga, “Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah PT Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Tua” (Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, 2022).

pada pembiayaan, sedangkan perbedaanya kalo peneliti ini hanya menggunakan strategi promosi sedangkan peneliti terdahulu menggunakan strategi pemasaran.