



**STRATEGI PEMASARAN SKIM PEMBIAYAAN UMKM
PADA PT BANK BNI SYARIAH
KANTOR CABANG (KC) MIKRO TANJUNG JEMBER**

SKRIPSI

Oleh
Anggi Trivina Palupi
NIM 100210301045

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2014**



**STRATEGI PEMASARAN SKIM PEMBIAYAAN UMKM
PADA PT BANK BNI SYARIAH
KANTOR CABANG (KC) MIKRO TANJUNG JEMBER**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Ekonomi (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh
Anggi Trivina Palupi
NIM 100210301045

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2014**

PERSEMBAHAN

Dengan penuh kebahagiaan dan rasa syukur yang tak terhingga pada Allah SWT. yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas rahmat dan hidayah-Nya, dan sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Ibunda Farida dan almarhum Ayahanda Sutadji tercinta yang tidak pernah lelah selalu memberikan doa dan dukungan dalam hidup, semoga Allah SWT. selalu memberikan ampunan dan pertolongan serta membalas dengan surga-Nya;
2. Kakak-kakakku tercinta mas Soekarno, mbak Dian Christanty Ferina, mas Agung Prasetyo yang selalu memberikan dorongan semangat;
3. Keponakanku Krisna Duta Persada, Rafika Sekar Putri Anjani, dan Hendi Dwi Cahyo;
4. Nenekku tersayang, nenek Subaidah yang sudah turut merawat dan memberikanku semangat tiada henti sejak kecil;
5. Seseorang tersayang yang selalu membantu dan selalu sabar memberikan nasehat selama pengerjaan skripsi ini;
6. Guru-guruku sejak taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi;
7. Sahabat-sahabatku di kampus: Dian, Ivon, almarhumah Evin, Sofi, Munawaroh, Syifa, Umi, Marthalyta, Fafan, Humaidi, Yayang, Very, dan lainnya yang tidak bisa aku sebutkan satu-persatu, yang telah menemaniku dan mendukungku selama ini;
8. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Ekonomi 2010 Universitas Jember, terima kasih telah memberikan banyak kenangan indah selama kuliah;
9. Almamater Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

MOTO

*Even if you are on the right track,
you will get run over if you just sit there. *)*

Kita menilai diri dari apa yang kita pikir bisa kita lakukan,
padahal orang lain menilai diri kita dari apa yang sudah kita lakukan. **)

*) Will Rogers.

**) Mario Teguh.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anggi Trivina Palupi

NIM : 100210301045

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul **“Strategi Pemasaran Skim Pembiayaan UMKM Pada PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mikro Tanjung Jember”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 28 Januari 2014

Yang menyatakan,

Anggi Trivina Palupi

NIM 100210301045

HALAMAN PERSETUJUAN

STRATEGI PEMASARAN SKIM PEMBIAYAAN UMKM PADA PT BANK BNI SYARIAH KANTOR CABANG MIKRO TANJUNG JEMBER

SKRIPSI

diajukan guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana Strata Satu Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Program Studi Pendidikan Ekonomi pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Kependidikan Universitas Jember

Nama Mahasiswa : Anggi Trivina Palupi
NIM : 100210301045
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Angkatan Tahun : 2010
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 19 Mei 1992

Disetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Bambang Suyadi, M. Si
NIP. 19530605 198403 1 003

Drs. Pudjo Suharso, M. Si
NIP. 19591116 198601 1 001

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Strategi Pemasaran Skim Pembiayaan UMKM Pada PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mikro Tanjung Jember**” telah diuji dan disahkan pada:

Hari, tanggal : Kamis, 30 Januari 2014

Tempat : Gedung I Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Tim Penguji :

Ketua

Sekretaris

Drs. Bambang Suyadi, M. Si
NIP. 19530605 198403 1 003

Drs. Pudjo Suharso, M. Si
NIP. 19591116 198601 1 001

Anggota :

1. Dr. Sukidin, M. Pd
NIP. 19660323 199301 1 001
1.(.....)
2. Drs. Djoko Widodo, M.M
NIP. 19600217 198603 1 003
2.(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Prof. Dr. Sunardi, M.Pd.
NIP. 19540501 198303 1 005

RINGKASAN

Strategi Pemasaran Skim Pembiayaan UMKM Pada PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mikro Tanjung Jember; Anggi Trivina Palupi, 100210301045; 2014: 73 halaman; Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi negara kita yang semakin lama semakin membaik serta kebutuhan masyarakat akan perbankan yang juga semakin bertambah, sangat memberikan pengaruh khususnya bagi industri perbankan. Pertumbuhan ekonomi Indonesia yang semakin membaik ini terlihat dari data yang dikeluarkan oleh Kementerian PPN/Bappenas tentang perkembangan ekonomi terkini yang menunjukkan bahwa pada tahun 2012 pertumbuhan ekonomi Indonesia adalah sebesar 6,2% dan mengalami kenaikan yang baik pada tahun 2013 sebesar 6,6%. Selain menjadikan timbulnya banyak peluang, juga meningkatnya jumlah bank sehingga menimbulkan adanya persaingan kompetitif antar bank. Setiap bank semakin berlomba-lomba meningkatkan pelayanan prima terhadap nasabah, khususnya dalam memberikan pinjaman atau pembiayaan bagi usaha mikro, kecil, dan menengah yang produktif.

Persaingan antar bank menjadi semakin kompetitif dengan adanya perbankan berbasis syariah yang saat ini juga telah banyak mengalami peningkatan kinerja. Oleh karena itu, PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mikro Tanjung Jember perlu melakukan suatu strategi pemasaran yang tepat khususnya dalam memasarkan pembiayaan UMKM. Data yang telah terkumpul dan telah diuji kebenarannya kemudian dianalisis lebih lanjut dengan pendekatan analisis SWOT dengan langkah-langkah sebagai berikut: Pengumpulan data melalui wawancara mendalam (*indepth interview*), observasi, dan dokumentasi, data yang telah terkumpul kemudian diinterpretasikan dan diuji keabsahannya melalui teknik triangulasi menggunakan tiga pendekatan metode yang berbeda sebagai pembanding sehingga menjadi sebuah

informasi ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan. Informasi tersebut kemudian dianalisis lebih lanjut dengan menggunakan matriks SWOT-K (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat- Klasik*).

Melalui matriks tersebut, nantinya kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari perusahaan dapat dipandang sebagai satu kesatuan yang integral dalam perumusan strategi. Strategi yang didapatkan di akhir penelitian akan menjadi rekomendasi bagi perusahaan khususnya PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang (KC) Mikro Tanjung Jember khususnya dalam memasarkan pembiayaan untuk UMKM. Strategi tersebut antara lain: Strategi SO (*Strenght-Opportunity*); Strategi ini berusaha memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki perusahaan untuk mengeksploitasi peluang eksternal yang ada. Biasanya strategi ini disebut maksi-maksi karena perusahaan hanya memanfaatkan situasi-situasi positif yang dimiliki perusahaan. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*); Strategi ini berusaha memanfaatkan peluang eksternal yang ada untuk mengurangi bahkan menghilangkan kelemahan perusahaan. Strategi ini biasa disebut dengan strategi mini-maksi, karena yang bisa dimanfaatkan maksimal hanya salah satu saja, yaitu peluang perusahaan, sedangkan yang lainnya tidak.

Strategi ST (*Strenght-Threat*); Strategi ini hampir serupa dengan strategi WO, dimana hanya satu saja yang dapat dimanfaatkan secara optimal. Strategi ST berusaha memanfaatkan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk menghindari atau menghadapi ancaman dari luar. Jika perusahaan bertindak salah, akan berakibat membuat perusahaan menjadi tidak sehat. Strategi WT (*Weakness-Threat*); Strategi ini lebih tepat disebut dengan strategi bertahan, dimana perusahaan hanya berusaha mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman. Perusahaan telah berada pada posisi hidup atau mati. Biasanya dalam tahap ini, perusahaan akan melakukan suatu tindakan, seperti likuidasi, merger dengan perusahaan lain, atau bahkan mengurangi skala operasi secara besar-besaran.

PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT. atas segala rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah, berupa skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Skim Pembiayaan UMKM Pada PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mikro Tanjung Jember”. Karya tulis ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Sunardi, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Drs. Pudjo Suharso, M.Si., selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Dr. Sukidin, M.Pd., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Drs. Bambang Suyadi, M. Si selaku Dosen Pembimbing I dan Drs. Pudjo Suharso, M. Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesainya penyusunan skripsi serta Dr. Sukidin, M. Pd selaku dosen pembahas dan Drs. Djoko Widodo, M. M selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan pada skripsi ini;
5. Semua dosen-dosen FKIP Program Studi Pendidikan Ekonomi yang selama ini telah banyak membimbing serta memberikan ilmu kepada penulis sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini;
6. Bapak Pimpinan PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mikro Tanjung Jember yang telah memberikan izin penelitian;

7. Sahabat-sahabatku yang bersedia menjadi tempat bercurah hati dan terima kasih atas kebersamaannya selama ini.
8. Semua teman-teman Pendidikan Ekonomi terutama angkatan 2010 yang senasib dan sepejuangan;
9. Seluruh teman-teman KK-PPL yang pernah hadir dalam perjalanan studiku di Universitas Jember ini,
10. Semua pihak yang membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Jember, 28 Januari 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori tentang Bank	8
2.3 Landasan Teori tentang Bank Syariah	10
2.4 Landasan Teori tentang Pemasaran Jasa	15
2.5 Landasan Teori tentang Pemasaran Bank	19
2.6 Landasan Teori tentang Strategi Pemasaran Bank	21
2.7 Kerangka Berfikir	27

2.8 Asumsi Penelitian	27
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	29
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	30
3.4 Data dan Sumber Data	31
3.5 Metode Pengumpulan Data	31
3.6 Metode Analisis Data	33
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	37
4.1.1 Sejarah dan Profil Perusahaan.....	37
4.1.2 Lokasi Penelitian.....	38
4.1.3 Visi dan Misi BNI Syariah.....	39
4.1.4 Logo BNI Syariah	39
4.1.5 Struktur Organisasi	39
4.1.6 Job Description	40
4.1.7 Ruang Lingkup Kegiatan Perusahaan	45
4.1.8 Produk Pembiayaan BNI Syariah.....	46
4.2 Strategi Pemasaran Skim Pembiayaan UMKM.....	49
4.2.1 Identifikasi Faktor Internal.....	49
4.2.2 Identifikasi Faktor Eksternal	57
4.3 Pembahasan Penelitian.....	61
BAB 5 PENUTUP.....	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Matriks SWOT-K.....	35
Tabel 4.1 Produk Pembiayaan BNI Syariah Mikro	47
Tabel 4.2 Daftar Kekuatan dan Kelemahan	56
Tabel 4.3 Daftar Peluang dan Ancaman	61
Tabel 4.4 Matriks SWOT	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Tiga Jenis Pemasaran dalam Dunia Jasa.....	17
Gambar 4.1 Logo BNI Syariah	39
Gambar 4.2 Struktur Organisasi.....	40
Gambar 4.3 Ruang Lingkup Kegiatan Usaha	46

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Matriks Penelitian.....	79
Lampiran B Tuntunan Penelitian	80
Lampiran C Pedoman Wawancara.....	82
Lampiran D Hasil Wawancara	88
Lampiran E Dokumentasi Kegiatan	126
Lampiran F Peta Prasarana Bank	131
Lampiran G Daftar Riwayat Hidup.....	132
Lampiran H Lembar Konsultasi.....	133
Lampiran I Surat Ijin Observasi	135
Lampiran J Surat Ijin Penelitian.....	136