

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, dunia perbankan di Indonesia juga semakin berkembang. Sekarang tidak hanya didominasi oleh Bank konvensional saja, namun juga banyak bermunculan Bank yang berprinsip syariah. Kemunculan perbankan syariah di Indonesia dilandasi oleh keinginan masyarakat untuk melaksanakan kegiatan atau transaksi ekonomi dan perbankan yang sejalan dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip syariah.

Dalam kehidupan sehari-hari, bank merupakan peranan yang sangat penting. Apalagi sejak semakin berkembangnya masalah ekonomi, bank merupakan lembaga keuangan yang tugasnya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat serta memberikan jasa lainnya, baik itu menghimpun dana atau hanya menyalurkan dana dengan tujuan memperoleh keuntungan pada Bank tersebut. Di Indonesia regulasi mengenai bank syariah terdapat pada UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Bank syariah bukan sekedar bank bebas bunga, tetapi juga memiliki orientasi pencapaian kesejahteraan. Sementara perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah (UUS), mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Berbagai usaha yang dilakukan oleh bank dalam upaya menghimpun dana masyarakat antara lain menerima simpanan dalam bentuk tabungan, giro, deposito atau dalam bentuk lainnya.

Bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Tujuan utama dari pendirian lembaga keuangan berlandaskan etika ini adalah tiada lain sebagai upaya kaum muslimin untuk mendasari segenap aspek kehidupan ekonominya berlandaskan Al-Qur'an dan As-Sunnah. Sebagaimana diketahui bahwa bank syariah dibentuk adalah sebagai koreksi atas bank konvensional yang beroperasi dengan sistem bunga yang dianggap oleh sebagian ulama sebagai riba. Oleh karena itu dengan bank syariah dioperasikan tidak menggunakan sistem bunga melainkan dengan sistem bagi hasil walaupun tidak sepenuhnya benar, sebab ada sistem lain dalam bank syariah yaitu sistem jual beli dan sewa menyewa.

Setiap bank syariah mempunyai bermacam-macam produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. . Di dalam menawarkan produk bank maka akan terjadinya persaingan antara bank syariah lainnya, sehingga perlu adanya strategi di dalam pemasaran masing-masing Bank tersebut. Salah satu bank syariah di Bojonegoro adalah Bank Syariah Indonesia (BSI), BSI merupakan Bank milik pemerintah yang melandaskan operasionalnya menurut prinsip Syariah. BSI awalnya berasal dari Bank Syariah Mandiri (BSM) yang beroperasi menjadi sistem syariah.

Salah satu produk perbankan syariah yang dicari oleh masyarakat atau nasabah adalah produk (akad). BSI juga mengeluarkan produk-produk inovatis dengan sistem bagi hasil yang disesuaikan dengan jenis produk yang terdiri dari pendanaan atau penghimpunan dana dan pembiayaan atau penyaluran dana dan produk jasa. Salah satu yang diminati masyarakat dalam produk BSI yaitu pendanaan atau penghimpunan dana karena adanya sistem bagi hasil.

Adapun bedanya bank syariah dan konvensional dari segi hubungan kerjanya. Dimana bank syariah menjalani hubungan dengan nasabahnya begitu akrab dan humoris yang di kedua belah pihak saling menguntungkan. Sedangkan bank konvensional merupakan bank dimana sebagai debitnya, lalu nasabahnya sebagai kreditur.²

BSI telah beroperasi di banyak daerah tepatnya di Bojonegoro, salah satunya yaitu BSI KC Bojonegoro. Dimana nasabah yang bertransaksi dan membuka tabungan pada BSI KC Bojonegoro, bahwasanya tidak menunjukkan konsisten naik setiap tahunnya. Jumlah nasabah yang membuka tabungan di BSI tahun 2016-2021 dapat dilihat pada tabel 1.1 di bawah ini:

² Jamaiyah dan Susianto, *Analisis Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah dalam Menarik Minat Masyarakat pada Pt. Bank Sumut Syariah Kcp Marelan Raya*, Jurnal FEB, Volume 1, Nomor 1, Tahun 2011, hal 774

Tabel 1.1
Nasabah BSI Tahun 2016-2021

| Tahun | Nasabah Tabungan |
|--------------|-------------------------|
| 2017 | 984 |
| 2018 | 1.364 |
| 2019 | 955 |
| 2020 | 1.279 |
| 2021 | 1.950 |

Sumber: BSI Kantor Cabang Bojonegoro (2021)

Pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah nasabah yang membuka tabungan di BSI KC Bojonegoro pada tahun 2017 nasabah yang membuka tabungan 984 orang, tahun 2018 nasabah tabungan bertambah menjadi 1.364 orang, tahun 2019 kembali menurun menjadi 955 orang, tahun 2020 jumlah kembali naik menjadi 1.279 orang dan di tahun 2021 naik lagi menjadi 1.950 orang yang membuka tabungan di BSI KC Bojonegoro.

Dari uraian di atas dapat dilihat bahwa pada tahun 2017 sampai dengan 2021 nasabah yang membuka tabungan BSI dan bertransaksi di BSI KC Bojonegoro jumlahnya tidak menunjukkan konsisten naik setiap tahunnya. Dilihat dari perkembangan setiap tahunnya, perlu kita analisis lebih mendalam karena untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dijalankan.

Strategi pemasaran di bank ialah suatu cara untuk mencapai tujuan perusahaan atau bank tersebut. Dengan demikian strategi pemasaran ialah yang keseluruhan langkahnya untuk mencapai sasaran tertentu. Oleh karena itu setiap organisasi keuangan atau perbankan syariah dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif karena semakin ketat persaingan bisnis maka

dibutuhkan strategi pemasaran yang baik pula. Karena pemasaran merupakan faktor utama yang penting dalam kelangsungan hidup lembaga keuangan atau perbankan syariah tersebut.

Dengan adanya suatu proses pemasaran dalam sebuah perusahaan tersebut akan berdampak baik minat nasabah mengenai produk yang akan digunakannya, sehingga dengan demikian perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Strategi pemasaran yang digunakan oleh BSI dalam meningkatkan nasabah dengan cara mengoptimalkan kinerja marketing yang sangat berpengaruh terhadap meningkatnya minat nasabah yaitu dengan menggunakan strategi bauran pemasaran. Secara umum diantaranya yaitu produk, promosi, tempat, dan harga atau yang sering disebut 4p (product, promotion, place dan price). Dari strategi pemasaran yang diterapkan oleh BSI tujuannya untuk menarik minat menabung masyarakat.

Minat dapat dikatakan suatu ketertarikan terhadap sesuatu dan kecenderungan memilih apa yang diinginkan. Salah satunya dengan ketertarikan dan kecenderungan terhadap minat menabung, misalnya kecenderungan seseorang yang religius cenderung memilih bank syariah dari pada bank konvensional karena berdasarkan syariat agama konsep riba dalam bank konvensional itu tidak dibenarkan dalam islam. Menurut Damayanti (2017:18) “seorang calon nasabah akan berminat pada bank

syariah Ketika ada produk atau sistem yang dirasakan menguntungkan dirinya”³

Menurut Roisah & Riana, (2016:103) menyebutkan perilaku seseorang biasanya dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kebiasaan dalam keluarga, keyakinan, budaya, gaya hidup, dan hal-hal lain yang berhubungan dengan lingkungan hidup. Hal ini menjelaskan bahwa kaitan perilaku seseorang berkaitan erat dengan pemilihan minat terhadap sesuatu. Perilaku seseorang juga berkaitan dengan pengambilan keputusan sesuai dengan kebutuhan dan pertimbangan orang tersebut.⁴

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, sehingga peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian sebagai berikut **“Analisis Strategi Pemasaran Transaksi Syariah Dalam Menarik Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah Indonesia”**

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dibahas diatas, maka masalah penelitian dalam pembahasan ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan BSI Bojonegoro terhadap minat menabung masyarakat?

³ Damayanti, S. *Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri*. Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa, (2017), hal 17–34.

⁴ Yulia Putri dkk, *Strategi Meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas*, Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 16, Nomor 1, Maret 2019, hal 78

2. Bagaimana minat menabung masyarakat terhadap produk yang ada di BSI Bojonegoro?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran transaksi syariah terhadap minat menabung masyarakat di BSI Bojonegoro
2. Untuk mengetahui minat menabung masyarakat pada produk yang ada di BSI KC Bojonegoro

D. Batasan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dapat di identifikasikan bahwasannya penelitian ini memiliki batasan masalah yang akan diteliti, yakni strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan minat menabung masyarakat di BSI Bojonegoro.

E. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini semoga dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah intelektual pengetahuan tentang analisis strategi pemasaran transaksi syariah dalam menarik minat menabung masyarakat bagi aktivitas akademika IAIN Tulungagung maupun institusi pendidikan lain.

2. Manfaat Praktis

Selain dilihat dari segi teoritis, semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak antara lain :

- a. Bagi masyarakat khususnya di wilayah kecamatan Bojonegoro

Penelitian ini diharap dapat memberikan ilmu dan manfaat bagi masyarakat mengenai pengetahuan masyarakat di Kecamatan Bojonegoro tentang akad di perbankan syariah.

- b. Bagi Institut Agama Islam (IAIN)

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam hal pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di lembaga keuangan syariah.

- c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman baru serta wawasan terkait pengetahuan masyarakat tentang akad di perbankan syariah bagi saya selaku peneliti.

F. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a. Analisis

Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab-musabab, duduk perkaranya, dan

sebagainya) atau penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri serta hubungan antarbagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan⁵

b. Strategi Pemasaran

Menurut Charles strategi pemasaran adalah keseluruhan konsep bagaimana sebuah perusahaan mengatur dirinya sendiri dan semua kegiatan dengan tujuan agar bisnis yang dijalankan berhasil melakukan persaingan, dan melakukan imbalan hasil kepada pemegang saham.⁶

c. Transaksi Syariah

Transaksi syariah yang berarti pelaksanaan; perjanjian (berunding); pelaksanaan perjanjian dan “syariah” yang berarti sesuai hukum Islam, transaksi syariah berarti pelaksanaan kegiatan bermuamalah sesuai dengan syariah/hukum Islam.

d. Bank Syariah

Bank Islam atau selanjutnya disebut dengan bank syari'ah., adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga,

⁵ Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam <https://kbbi.web.id/analisis>

⁶ Charles, Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta, *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, Volume 1, Nomor 2, Oktober 2018, hal. 58

adalah lembaga perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al Qur'an dan Hadits Nabi SAW. Dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.⁷

2. Definisi Operasional

a. Analisis

Analisis adalah usaha dalam mengamati sesuatu secara mendetail dengan cara menguraikan komponen-komponen pembentuknya atau menyusun komponen tersebut untuk dikaji lebih lanjut.

b. Stratei Pemsaran

Adalah suatu usaha untuk memperkenalkan serta memasarkan suatu produk maupun jasa pada masyarakat. Dengan menggunakan rencana dan taktik yang matang, maka jumlah penjualan dapat meningkat.

c. Transaksi Syariah

Transaksi secara umum adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh organisasi maupun perorangan yang mampu

⁷ Setia Budhi Wilardjo, Pengertian, *Peranan dan Perkembangan Bank Syari'ah di Indonesia*, Jurnal Unimus, Volume 2, Nomor 1, September 2004, Maret 2005, hal. 1-2

membuat perubahan atas harta yang dimilikinya. Transaksi syariah merupakan kegiatan bermuamalah yang sesuai dengan prinsip syariah.

d. Minat Menabung

Menabung ialah kecenderungan nasabah untuk memilih suatu produk atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pemilihan untuk tingkat kemungkinan nasabah melakukan penyimpanan.

e. Bank Syariah

Bank Syariah adalah suatu sistem perbankan yang pelaksanaannya berdasarkan hukum Islam (syariah). Pembentukan sistem syariah berdasarkan adanya larangan dalam agama Islam untuk meminjamkan atau memungut pinjaman dengan mengenakan bunga pinjaman (riba), serta larangan untuk berinvestasi pada usaha-usaha yang bersifat (haram).

A. Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian ini berisi tentang isi keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir penelitian. Bagian awal memuat sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan penguji, halaman pernyataan keaslian, motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak. Adapun bagian isi, penelitian terdiri dari enam bab.

- Bab I Pendahuluan, berisi uraian mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, identifikasi penelitian dan batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan skripsi.
- Bab II Kajian pustaka, memuat uraian tentang tinjauan pustaka atau buku-buku teks yang berisi teori-teori besar (grand theory) dan hasil dari penelitian terdahulu. Teori-teori yang dibahas dalam bab ini mengenai analisis strategi pemasaran transaksi syariah dalam menarik minat menabung masyarakat di BSI Bojonegoro.
- Bab III Metode Penelitian, berisi tentang rancangan penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, waktu penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.
- Bab IV Hasil Penelitian meliputi: paparan data dan temuan penelitian.
- Bab V Pembahasan berisi tentang pembahasan data penelitian, dan hasil analisis data. hasil penelitian yang memuat keterkaitan antara temuan penelitian dengan teori-teori besar yang diuraikan di kajian.
- Bab VI Penutup, dalam bab ini dikemukakan kesimpulan dan saran.