

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada zaman yang semakin modern ini, bank selalu memainkan perannya yang penting dalam memberikan kemudahan bagi pelaku ekonomi untuk melakukan berbagai transaksi. Bank merupakan lembaga keuangan yang memiliki tugas untuk menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat serta memberikan jasa lainnya, baik hanya menghimpun atau menyalurkan dana dengan tujuan untuk memperoleh sebuah keuntungan.<sup>2</sup>

Menurut Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Bank Syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, bank syariah bukan sekedar bank yang bebas akan bunga, tetapi bank syariah juga mampu bersaing dalam menciptakan berbagai produk unggulan yang menguntungkan dan yang dapat berorientasi pada kesejahteraan.<sup>3</sup>

Bank Syariah selain berfungsi sebagai lembaga keuangan juga berfungsi sebagai lembaga ekonomi. Bagi suatu perusahaan yang bergerak pada bidang jasa perbankan, memuaskan nasabahnya merupakan sebuah hal pokok yang tidak boleh di abaikan, karena kepuasan nasabah merupakan

---

<sup>2</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), h. 11.

<sup>3</sup> Thomas Suyatno, *Kelembagaan Perbankan*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007), hal. 43

aspek strategis yang dianggap bisa memenangkan persaingan dalam mempertahankan citra perusahaan tersebut di masyarakat luas, sehingga terciptanya pelayanan yang bermutu bagi nasabah merupakan hal yang sangat penting.

Setiap perusahaan dapat meningkatkan penjualan produknya dengan menggunakan sistem pemasaran yang efektif, serta strategi-strategi yang khusus dalam meningkatkan pasar konsumen yang ada. Salah satu strategi pemasaran tersebut adalah strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Strategi Pemasaran adalah sekumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan oleh sebuah perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran.<sup>4</sup>

Dalam pokok bahasan bauran pemasaran itu terdapat elemen-elemen bauran pemasaran 9P yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat/distribusi (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), tampilan fisik (*physical evidence*), pengemasan (*packaging*), dan hubungan masyarakat (*public relations*).

Salah satu bentuk dari strategi pemasaran atau *marketing mix* yaitu dilakukannya sebuah promosi. Strategi promosi merupakan aktivitas untuk mengkomunikasikan keunggulan akan suatu produk, serta membujuk konsumen sasaran untuk membelinya.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Sunarsasi dan Nanang Rudi Hartono, *Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Blitar*, Jurnal Translitera, Vol. 9, No. 1, 2020

<sup>5</sup> Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: Intermedia, 1995), 49.

Bagi suatu bank, strategi promosi memegang peranan yang sangat penting karena strategi promosi merupakan kunci sukses untuk mencapai tujuan bank, pada sebuah perusahaan atau pada lembaga keuangan seperti perbankan, kenapa harus menyusun strategi dan mendefinisikan suatu bauran promosi yang spesifik serta merencanakan tindakan, salah satunya karena untuk mengoptimalkan kinerja jangka panjangnya.

Strategi promosi banyak dilakukan pada dunia perbankan syariah, salah satunya yaitu pada Bank Syariah Indonesia KCP Malang Kepanjen 1 yang telah menerapkan strategi promosi mengenai pembukaan rekening online (burekol).

Fitur pembukaan rekening online (burekol) adalah fitur yang dibuat oleh Bank Syariah Indonesia berupa aplikasi *BSIMobile*, fitur burekol diluncurkan demi kemudahan dan kenyamanan nasabah. hanya dengan mengakses *BSIMobile*, nasabah dapat membuka rekening online dengan mudah, cepat, dimana saja dan kapan saja tanpa datang dan mengantri di bank<sup>6</sup>. Dengan adanya berbagai strategi promosi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Malang Kepanjen 1 mengenai adanya fitur burekol, salah satu tujuannya ialah untuk meningkatkan minat nasabah supaya dapat bergabung serta menabung di bank tersebut.

Minat merupakan hal yang sangat penting bagi seseorang, karena apabila seseorang memiliki minat maka sesuatu yang dilakukan

---

<sup>6</sup> <https://www.bankbsi.co.id>. ditulis oleh Bank Syariah Indonesia, diakses pada tanggal 4 februari 2023, pukul 19.02 wib.

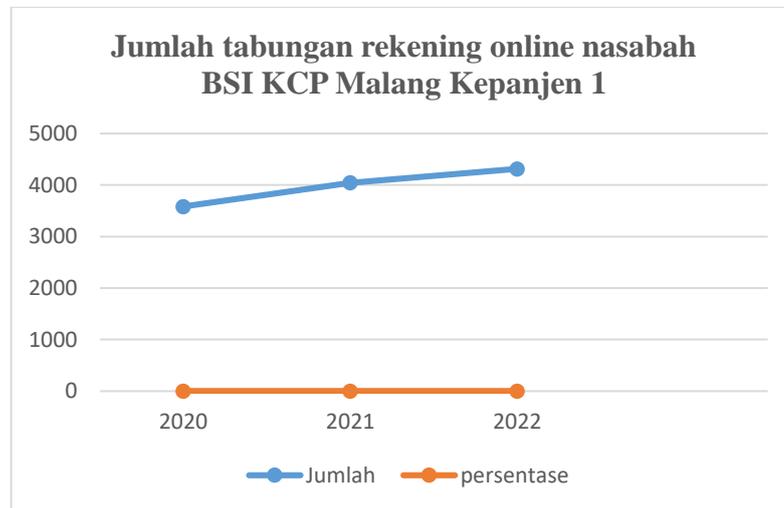
berdasarkan ketertarikan pada suatu objek tertentu.<sup>7</sup> Masyarakat akan memiliki minat pada suatu objek jika mereka memperoleh pemahaman yang mudah diterima dan juga memiliki unsur realistik, disini kerap kali masyarakat kurang tertarik pada hal-hal baru sedangkan itu bisa menjadikan bantuan bagi mereka sendiri, kondisi ini juga terjadi pada Bank Syariah Indonesia KCP Malang Kepanjen 1 dimana bank memberikan informasi mengenai produk burekol agar nasabah dapat membuka rekening online dan memanfaatkan keuntungannya tetapi justru masyarakat kurang tertarik akan produk yang ditawarkan oleh pihak bank karena alasan tertentu, hal inilah yang menjadikan alasan perlunya dilakukan banyak strategi promosi seperti pemberian pemahaman langsung tentang bagaimana pengaplikasian fitur burekol kepada masyarakat umum, supaya masyarakat umum akan tertarik dan memiliki minat untuk bisa bergabung membuka rekening tabungan menggunakan fitur burekol ini.

Adanya fitur burekol ini juga berdampak pada Bank Syariah Indonesia KCP Malang Kepanjen 1, berdasarkan prasurvey di lapangan BSI KCP Malang Kepanjen 1 mengalami peningkatan jumlah tabungan nasabah dari tahun ke tahun setelah adanya fitur Burekol di bandingkan masih menggunakan sistem manual yaitu mengantri di bank dan membuka rekening tabungan lewat *customer servis*, hal ini dibuktikan dengan adanya data grafik peningkatan tabungan nasabah yakni sebagai berikut:

---

<sup>7</sup> Chaplin, J.P. *Kamus Lengkap Psikologi*,(Jakarta: Raja Grafindo Persada), 2008

**Grafik 1. 1 Jumlah Tabungan Nasabah Burekol BSI KCP Malang Kepanjen 1 pada periode 2020 April 2022**



**Sumber:** Bank Syariah Indonesia KCP Malang Kepanjen 1 tahun 2022.

Di lihat dari grafik diatas bahwa perkembangan jumlah nasabah BSI KCP Malang Kepanjen 1 mengalami peningkatan yang cukup baik setelah adanya fitur burekol. Hal ini disebabkan oleh pihak bank syariah yang telah melakukan berbagai strategi promosi tentang pembukaan rekening online atau burekol kepada seluruh masyarakat.

Keberadaan BSI KCP Malang Kepanjen 1 dalam memperkenalkan burekol telah terbukti dapat meningkatkan minat nasabah ini sesuai dengan yang diperoleh bahwa terjadi peningkatan 30% jumlah nasabah dari tahun 2020, 2021 sampai 2022, sehingga strategi promosi seperti apa yang dilakukan BSI KCP Malang Kepanjen 1 dalam mempromosikan adanya fitur burekol.

Dari penjelasan latar belakang mengenai beberapa paparan data diatas maka membuat peneliti tertarik untuk meneliti suatu penelitian

dengan judul “Strategi Promosi Fitur Pembukaan Rekening Online (Burekol) untuk Meningkatkan Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Malang Kepanjen 1”.

## **B. Fokus Penelitian**

1. Bagaimana strategi promosi yang di lakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Malang Kepanjen 1 kepada nasabah mengenai fitur pembukaan rekening online (burekol)?
2. Bagaimana kendala serta solusi dalam strategi promosi yang di lakukan Bank Syariah Indonesia KCP Malang Kepanjen 1 kepada nasabah mengenai fitur pembukaan rekening online (burekol)?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menjelaskan strategi promosi yang di lakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Malang Kepanjen 1 kepada nasabah mengenai fitur pembukaan rekening online (burekol)?
3. Untuk menjelaskan kendala serta solusi dalam strategi promosi yang di lakukan Bank Syariah Indonesia KCP Malang Kepanjen 1 kepada nasabah mengenai fitur pembukaan rekening online (burekol)?

## **D. Batasan Masalah**

Batasan masalah yang terdapat pada penelitian ini yakni:

1. Penelitian ini dibatasi pada strategi promosi burekol di Bank Syariah Indonesia KCP Malang Kepanjen 1. Alasan peneliti memilih di BSI Malang Kepanjen 1 karena adanya peningkatan jumlah nasabah di setiap tahunnya.

2. Peneliti melakukan wawancara kepada *branch manager*, Marketing Funding, dan *Consumer Bussines Relationship*, alasan peneliti melakukan wawancara kepada ketiga informan tersebut karena ketiga informan tersebut yang dapat memberikan informasi mengenai bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh BSI KCP Malang Kepanjen 1 dalam menarik minat nasabah untuk menabung.

## **E. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengembangan ilmu pengetahuan atau teori pada bidang strategi pemasaran khususnya tentang strategi promosi produk bank syariah yakni fitur pembukaan rekening online (burekol).

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Bank Syariah**

Diharapkan menjadi acuan pemikiran dalam mengambil kebijakan bagi lembaga, khususnya di bidang strategi promosi

#### **b. Bagi Akademik**

Diharapkan dapat menjadi tambahan referensi dan pengembangan terkait bidang lembaga keuangan syariah dan bermanfaat bagi mahasiswa perbankan syariah untuk merujuk dengan judul yang terkait dengan strategi promosi.

#### **c. Bagi peneliti yang akan datang**

Diharapkan dapat menjadi bahan rujukan, khususnya dalam

meneliti bidang strategi promosi dengan judul yang serupa.

## **F. Penegasan Istilah**

### **1. Definisi Konseptual**

#### **a. Strategi Promosi**

Strategi Promosi adalah suatu bentuk cara komunikasi pemasaran, yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.<sup>8</sup>

#### **b. Burekol**

Burekol ialah Fitur terbaru yang di keluarkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI), dengan mengakses aplikasi *BSIMobile* maka masyarakat dapat melakukan pembukaan rekening secara online dengan cepat, kapan saja dan dimana saja.<sup>9</sup>

#### **c. Minat Menabung**

Minat menabung yaitu dorongan seseorang yang menyebabkan orang tersebut menyimpan uangnya di bank dan penarikannya hanya dapat di lakukan menurut syarat-syarat

---

<sup>8</sup> Fandy Tjiptono, “*Strategi Pemasaran*”, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), 219.

<sup>9</sup> <https://www.bankbsi.co.id>, ditulis oleh Bank Syariah Indonesia. Diakses pada tanggal 04 Maret 2023, pukul 19.02 Wib

tertentu yang telah di sepakati antara bank dengan nasabah.<sup>10</sup>

## **2. Definisi Operasional**

Definisi operasional menurut pandangan dari peneliti, penelitian yang berjudul “Strategi Promosi Fitur Pembukaan Rekening Online (Burekol) untuk Meningkatkan Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Malang Kepanjen 1” ini adalah sebuah judul yang didalamnya membahas tentang strategi promosi burekol.

- a. Strategi promosi ialah strategi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Malang Kepanjen 1 dengan memberikan informasi mengenai adanya produk pembukaan rekening online (burekol) kepada seluruh masyarakat guna menarik minat calon nasabah dan supaya nasabah dapat bergabung untuk membuka rekening online.
- b. Burekol adalah fitur pembukaan rekening online yang di buat Bank Syariah Indonesia untuk menawarkan nasabah supaya dapat melakukan pembukaan rekening tabungan online tanpa datang dan mengantri di bank.
- c. Minat menabung yang dimaksud yaitu tumbuhnya keminatan konsumen atau calon nasabah setelah dilakukanya strategi promosi oleh pihak bank.

## **G. Sistematika Penulisan Skripsi**

Untuk memudahkan pembahasan, maka penulis membuat

---

<sup>10</sup> Titin Agustin Ningsih, “*Determinan Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah: Studi di Kota Jambi*”, *Journal of Bussines and Banking*, Vol. 11, No. 01, 2021

sistematika penulisan yang sesuai dengan buku pedoman skripsi UIN (Universitas Islam Negeri) Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Sistematika penulisan berisi tentang isi keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi dan bagian akhir penelitian.

**BAB I : Pendahuluan**

Pada bab ini penulis menguraikan Latar Belakang, Fokus Penelitian, Tujuan Penelitian, Kegunaan/ Manfaat Penelitian, Penegasan Istilah dan Sistematika Penulisan.

**BAB II : Kajian Pustaka**

Pada bab ini penulis menguraikan kajian fokus pertama tentang strategi promosi, kajian fokus kedua tentang sosialisasi, kajian fokus ketiga tentang burekol, dan kajian fokus keempat tentang minat menabung, penelitian terdahulu dan kerangka berfikir.

**BAB III : Metode Penelitian**

Pada bab ini penulis menguraikan menguraikan terkait Rancangan Penelitian yang terdiri dari Pendekatan dan Jenis Penelitian, Lokasi Penelitian, Kehadiran Penelitian, Data dan Sumber data, Teknik pengumpulan data, Teknik Analisis data, Pengecekan keabsahan temuan, dan Tahap-tahap penelitian.

**BAB IV : Hasil Penelitian**

Pada bab ini penulis menguraikan terkait paparan data dan

temuan peneliti.

**BAB V : Pembahasan**

Pada bab ini peneliti menguraikan hasil penelitian dari strategi promosi fitur Burekol yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Malang Kepanjen 1 untuk meningkatkan minat nasabah menabung di Bank tersebut.

**BAB VI : Penutup**

Pada bab ini penulis menguraikan terkait kesimpulan dan saran atau rekomendasi