

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara berkembang yang mempunyai system perbankan diantaranya Perbankan konvensional dan Perbankan Syariah. Strategi merupakan pendekatan (*approach*) secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan ide atau gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Strategi yang baik terletak pada koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi factor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan ide atau gagasan secara rasional, efisien dan efektif. Menurut Muhammad, bahwa untuk menentukan strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh pemasar agar tepat dalam pencapaian tujuan, diperlukan mengetahui sasaran yang dituju, yaitu dengan mengetahui dan mengukur kemampuan dan kelemahan bank syariah untuk mendapatkan peluang dan meminimalisir ancaman, melalui analisis swot.¹

Di dunia perbankan di Indonesia terdapat Perbankan konvensional dan Perbankan Syariah, Kedua bank sama-sama memberikan keuntungan bagi nasabahnya. Hanya saja pemberian keuntungan kedua Bank ini berbeda bentuk. Menurut Undang- undang Nomor 10 Tahun 1998 Bank Konvensional merupakan bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan memberi keuntungan berupa suku bunga kepada

¹ FandyTjiptono, *StrategiPemasarandisi 4*(Andi Publisher, 2010, h. 110

nasabahnya. Sementara itu, dalam Bank Syariah, pemberian suku bunga sama sekali dihindarkan, sehingga perbankan syariah terjauh dari ribah.²

Perbankan konvensional sudah biasa di jumpai di semua daerah di Indonesia, sehingga nasabah lebih familiar dalam dunia perbankan konvensional, sebaliknya perbankan syariah sedang berusaha mengembakan dan mengenalkan konsep bagi hasil yang di pakai untuk Pengelolaan keuangan dalam bentuk titipan maupun investasi. Segala pengelolaan yang berasal dan diinvestasikan pada kegiatan bisnis yang melanggar hukum Islam, seperti perdagangan barang-barang haram, perjudian (*maisir*), dan manipulatif (*ghahar*) sangat diharamkan.

Perkembangan perbankan Syariah mulai menunjukkan signifikansi yang pesat di Indonesia di lihat dari banyaknya perbankan Syariah di Indonesia, Khusus untuk Perbankan Syariah, Pembentukan sistem ini berdasarkan adanya larangan dalam agama Islam untuk meminjamkan atau memungut pinjaman dengan mengenakan bunga pinjaman (*riba*), serta larangan berinvestasi pada usaha-usaha berkategori terlarang. Bank Syariah merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, yakni bank dengan tata cara dan operasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam. Salah satu unsur yang harus di jauhi dalam muamalah Islam adalah praktik-praktik yang mengandung unsur riba Perbankan syariah atau perbankan Islam adalah suatu sistem perbankan yang pelaksanaannya berdasarkan hukum Islam (syariah). Perbankan syariah diharapkan dapat

² Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), h. 45.

turut berkontribusi dalam mendukung pembangunan dan transformasi perekonomian produktif.³

Kehadiran bank Syariah diharapkan dapat berpengaruh terhadap kehadiran suatu sistem ekonomi Islam yang menjadi keinginan bagi setiap negara Islam. Kehadiran bank syariah diharapkan dapat memberikan alternatif bagi masyarakat dalam memanfaatkan jasa perbankan yang selama ini masih didominasi oleh sistem bunga.

Persoalan pemasaran juga menjadi kendala bagi perbankan syariah. Hal ini berdampak pada rendahnya minat masyarakat terhadap pelayanan perbankan syariah. Minimnya sosialisasi terhadap masyarakat mengakibatkan masyarakat masih cenderung mempercayakan segala aktivitas keuangannya terhadap bank-bank konvensional. Kegiatan pemasaran merupakan persoalan yang fundamental yang harus dijalankan. Tanpa kegiatan pemasaran jangan diharapkan kebutuhan dan keinginan pelanggannya dapat terpenuhi. Karena itu, bagi industri keuangan syariah perlu mengemas kegiatan pemasarannya secara terpadu dan terus menerus melakukan riset pasar.

Strategi marketing merupakan ujung tombak bagi bank untuk mengenalkan dan memasarkan keunggulan produk- produknya. Tetapi strategi marketing tidak akan optimal bila produk yang ditawarkan kurang memiliki daya saing dibandingkan dengan produk pesaing. Untuk meningkatkan daya saing, Bank Syariah kini tengah melakukan berbagai inovasi produknya, baik itu produk yang berkaitan dengan dana maupun

³ *Ibid.* h. 38

pembiayaan.

Tidak menutup kemungkinan target pasar perbankan syariah yang paling utama adalah masyarakat generasi muda bisa disebut milenial. Generasi ini mempunyai gaya hidup yang cenderung hedonis terutama dikota-kota besar sudah menjadi rahasia umum, mereka memiliki cara tersendiri untuk meluapkan ekspresi mereka, dunia hidup mereka tidak bisa lepas dari hiburan dan teknologi terutama internet. Generasi ini adalah generasi yang cepat menerima dan mengadopsi informasi yang lebih cepat, dan akan mencapai kebosanan apabila menjalani metode pelajaran tradisional.

Peneliti sosial sering mengelompokkan generasi yang lahir diantara tahun 1980 an sampai 1998 an sebagai generasi millennial. Jadi bisa dikatakan generasi millennial adalah generasi muda masa kini yang saat ini berusia dikisaran 18-36 tahun. Di seluruh dunia generasi ini membanjir ke dalam dunia kerja, kedalam dunia perdagangan, dan kedalam setiap ceruk dalam masyarakat. Mereka membawa otot demografis, kecerdasan media, daya beli, modelmodel baru untuk kolaborasi dan cara menjadi orangtua, entrepreneurship, dan kekuatan politik ke seluruh dunia.⁴

Gen Y mengubah pasar dan pemasaran, tidak hanya karena mereka memiliki daya beli dan pengaruh yang besar sekali. Mereka juga menghargai karakteristik-karakteristik yang berbeda dalam produk dan jasa, dan mereka ingin perusahaan-perusahaan menciptakan pengalaman-

⁴ Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. *Profil Generasi Milenial Indonesia* (Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, Jakarta, 2018) h. 12

pengalaman yang kaya. Mereka sering mempengaruhi teman segenerasi dan mempengaruhi generasi lain dengan cara-cara yang berbeda, dan media tradisional tidak efektif dalam menjangkau mereka.⁵

Strategi pemasaran produk perbankan syariah untuk menarik masyarakat milenial akan mengangkat bagaimana perbankan syariah bisabersaing dengan perbankan Konvensional dalam hal pemasaran produk sehingga perbankan syariah juga bias menjadi pondasi pembangunan ekonomi masyarakat Indonesia, dalam hal ini target utama pemasaran adalah kaum milenial.

Kenapa kaum milenial , Kaum milenial merupakan target yang harus di libatkan dalam perbankan syariah, pada saat ini masyarakat milenial berperan aktif dalam hal pembangunan republic ini, dalam hal ini perbankan syariah harus lebih aktif dalam bersaing dengan perbankan konvensional melalui produk- produk yang unggul, strategi pemasaran yang hebat, mengikuti arah globalisasi atau modernisasi melalu era internet pada saat ini. Masyarakat milenial merupakan masyarakat yang pahamakan perkembangan digital, teknologi. Generasi ini perlahan-lahan mengambil alih tenaga kerja, berusia antara 25-30 tahun. Generasi millennials atau millennium ini paling banyak berbicara tentang media sosial dan pop-culture. Generasi ini mulai memasuki dunia kerja dan merupakan generasi dengan jumlah pengusaha terbanyak. Mereka menyukai pembicaraan mengenai isu-isu sosial dan ekonomi kedepannya. Generasi ini paling

⁵ *Ibid.* h. 15

responsive terhadap rekomendasi kesempatan modernisasi terhadap teknologi. Mereka membentuk kembali produk dan layanan yang dipasarkan dengan tetap tidak responsive terhadap taktik pemasaran tradisional. Generasi ini akan memilih restoran berdasarkan referensi yang mereka dapatkan di Instagram, memilih gaya fashion yang terinspirasi dari Facebook, dan menyukai pembelian secara online. Sehingga kaum milenial ini akan mudah untuk di ajak berpikir lebih maju dan dapat meningkatkan profit perusahaan.

Ada beberapa hasil penelitian yang bias menjadi latar belakang penulisan penelitian ini di antaranya Ashihatus Solihah, Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Produk Simpanan Idul Fitri Dalam meningkatkan Jumlah Nasabah (study kasus BMT Assyafi'iyah Cabang Mesuji) Jurusan Perbankansyariah universitas UIN Raden Intan Lampung tahun 2018, penelitian ini menjadi acuan bagaimana strategi pemasaran yang di jalankan untuk menarik nasabah agar melakukan pinjaman dan menabung di sebuah lembaga keuangan yang berbasis syariah. Oleh karna itu penulis ingin meneliti lebih jauh tentang strategi dan factor apakah yang mempengaruhi pemasaran dalam menarik minat menabung nasabah khusus kalangan anak muda atau kaum milineal.

Bank Syariah Indonesia merupakan merger dari tiga bank syariah yang cukup besar di Indonesia. BNI Syariah, BRI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri. Izin yang diberikan kepada Bank Syariah Indonesia berlaku pada 27 Januari 2021. BSI ini sangat focus untuk menjadikan kaum milenial sebagai target utama pemasaran produk- produk perbankan, baik

itu lending dan funding. Sehingga bank sinarmas sangat cocok untuk dilakukan penelitian dalam hal ini strategi pemasaran.

Berdasarkan latar belakang tersebut dan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian bagaimana Lembaga Keuangan untuk meningkatkan volume khusus kaum milenial, dengan mengangkat judul “Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah untuk Menarik Minat Menabung Masyarakat Milenial”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian yang diangkat oleh peneliti adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana strategi pemasaran produk dalam upaya peningkatan jumlah nasabah khususnya kaum milenial di Bank Syariah Indonesia?
2. Apa kendala yang di hadapi PT. Bank Syariah Indonesia dalam menerapkan strategi pemasaran khususnya Tabungan haji?
3. Bagaimana strategi pemasaran produk dari prespektif islam

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apa saja strategi pemasaran yang diterapkan BSI KCP Tulungagung dalam upaya peningkatan jumlah nasabah khususnya kaum milenial.
2. Untuk mengetahui apasaja kendala yang dihadapi BSI dalam menarik

minat menabung masyarakat milenial terhadap produk perbankan Syariah

3. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk dari prespektif islam

D. Kegunaan Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan sebagai pengembangan ilmu pemasaran dan perbankan syariah, wawasan serta pemahaman tentang pengaruh pengetahuan, pelayanan, dan teknologi *e-banking* terhadap minat menabung di BSI KCP Tulungagung Sudirman.

2. Praktis

a. Bagi BSI KCP Tulungagung Sudirman

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk lebih memahami penerapan penghimpunan dana serta sebagai referensi bagi pengambilan keputusan dalam melakukan pemasaran pada BSI KCP Tulungagung Sudirman.

b. Akademik

Penelitian ini diharapkan memberi kontribusi bagi akademik sebagai kajian literatur untuk menambah masukan bahan diskusi, memperluas pengetahuan, melengkapi penelitian terdahulu dan memberi sumbangan referensi bagi pengembangan ilmu perbankan syariah.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat dapat menjadi sumber informasi atau referensi untuk peneliti lain yang tertarik melakukan penelitian lebih lanjut terutama mengenai keputusan menabung di bank syariah.

E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Pebatasan ruang lingkup penelitian ditetapkan agar dalam penelitian nantinya terfokus pada pokok permasalahan yang ada serta pembahasannya, sehingga diharapkan tujuan penelitian nanti tidak menyimpang dari sarannya. Ruang lingkup penelitian yang peneliti lakukan terbatas pada pengetahuan mahasiswa tentang bank syariah, pelayanan BSI KCP Tulungagung Sudirman, dan adanya teknologi *e-banking* terhadap minat mahasiswa menabung di BSI KCP Tulungagung Sudirman.

F. Penegasan Judul

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan memudahkan dalam memahami skripsi ini, maka adanya pembahasan yang menegaskan arti dan maksud beberapa istilah yang terkait dengan judul skripsi ini. Adapun judul skripsi ini adalah **“Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah untuk Menarik Minat Menabung (Tabungan Haji) di Kalangan Masyarakat Milenial”**.

Mempertegas istilah-istilah judul di atas secara rinci agar dapat dimengerti dan diminati untuk dibahas agar menghindari terjadi kesalahpahaman dalam memahami arti yang terkandung dalam judul penelitian ini, maka penulis memandang perlu untuk

memberikan penjelasan tentang pengertian dan maksud judul penelitian sebagai berikut.

Strategi adalah proses penentuan rencana yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.⁶

Pemasaran adalah suatu rencana yang menyeluruh atau sasaran yang menunjukkan suatu keinginan yang dicapai oleh suatu bisnis yang dalam kegiatannya menjual produk sehingga pemasaran proses penjualan yang di mulaidari perancangan produk sampai dengan setelah produk tersebut terjual.Strategi pemasaran adalah suatu rencana yang menyeluruh atau sasaran yang menunjukkan suatu keinginan yang dicapai oleh suatu bisnis yang dalam kegiatannya menjual produk sehingga pemasaran proses penjualan yang di mulai dari perancanganproduk sampai dengan setelah produk tersebut terjual.⁷

Produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan.Dalam marketing, produk adalah apapun yang bisa ditawarkan ke sebuah pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan.⁸

Perbankan Syariah merupakan lembaga perbankan yang dijalankan dengan prinsip syariah, Menurut SiamatDahlam, bank

⁶ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*(Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2011), h .5.

⁷ *Ibid* ,Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* , h. 168.

⁸ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2010), h. 789

syariah merupakan bank yang menjalankan usaha perbankan dengan berdasar ataupun memperhatikan prinsip – prinsip syariah yang tertuang di dalam Al-Qur'an dan Hadist.⁹

Menarik Minat adalah membangkitkan hasrat untuk memperhatikan (mengindahkan dan sebagainya), dalam hal agar generasi milenial tertarik dan memilih produk-produk perbankan syariah.¹⁰

Menabung adalah menyisihkan sebagian uang yang anda miliki untuk disimpan. Menabung ialah salah satu cara dalam mengelola keuangan untuk mencapai keinginan anda. Menurut KBBI Menabung itu sendiri memiliki 1 arti. Menabung tersebut berasal dari kata dasar yakni tabung.¹¹

Generasi Milenial adalah terminologi generasi yang saat ini banyak diperbincangkan oleh banyak kalangan di dunia diberbagai bidang, apa dan siapa gerangan generasi millennial itu? Millennials (juga dikenal sebagai Generasi Millennial atau Generasi Y) adalah kelompok demografis (cohort) setelah Generasi X. Peneliti sosial sering mengelompokkan generasi yang lahir diantara tahun 1980 an sampai 2000 an sebagai generasi millennial. Jadi bisa dikatakan generasi millennial adalah generasi muda masa kini yang saat ini berusia dikisaran 15-34 tahun.¹²

⁹ Ascarya, Akad dan Produk Bank Syariah, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), h. 76.

¹⁰ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2010), h. 295

¹¹ Ibid., h. 508

¹² Statistik Gender Tematik: *Profil Generasi Milenial Indonesia*, Kementerian Pemberdayaan

Berdasarkan penegasan dan penjelasan tersebut maka yang jadi pembahasan bagaimana lembaga Keuangan perbankan syariah untuk meningkatkan minat menebung bagi kaum melenial di perbankan syariah sehingga bias ditarik kesimpulan penulis ingin mengangkat judul “Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah untuk Menarik Minat Masyarakat Melenial”.

G. Alasan Memilih Judul

Adapun yang menjadi alasan penulis memilih judul tersebut adalah bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi marketing perbankan syariah untuk menarik minat masyarakat melenial (generasi milenial). Selain itu, terbagi atas beberapa hal, yaitu sebagai berikut :

1. Alasan Objektif

Strategi pemasaran produk perbankan syariah akan mengangkat bagaimana perbankan syariah bisabersaing dengan perbankan Konvensional dalam hal strategi pemasaran produk sehingga perbankan syariah juga bias menjadi pondasi pembangunan ekonomi masyarakat Indonesia, dalam hal ini target utama pemasaran adalah kaum melenial. Pemasaran di lakukan agar perusahaan bias menciptakan nilai bagi pelanggan sehingga tetap eksis danbertahan, suatu lembaga keuangan syariah seperti Bank Sinarmas syariah ini membutuhkan strategi pemasaran pada produk-produk serta jasa lainnya. Bank Sinarmas Syariah ini

merupakan lembaga perbankan syariah yang baru mengembangkan usaha perbankan di provinsi lampung. Sehingga penulis tertarik untuk mengambil penelitian di perbankan syariah khususnya di Bank Sinarmas syariah mengingat bank Sinarmas Syariah kantor cabang lampung merupakan perbankan baru di provinsi lampung, sehingga banyak sekali persaingan Lembaga keuangan dengan beragam strategi pemasaran, dan agar dapat tetap eksis danbertahan, sebagai lembaga keuangan syariah.

2. Alasan Subjektif,

- a.* Ditinjau dari aspek bahasan, judul skripsi ini merupakan disiplin ilmu yang dipelajari di bangku kuliah khususnya jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Raden Intan Lampung serta tersedianya literatur dan data penelitian yang menunjang penelitian tersebut.
- b.* Sebagai bahan informasi ilmiah bagi peneliti-peneliti lain.
- c.* Sebagai salah satu bahan untuk melihat pengembangan strategi dalam peningkatan jumlah nasabah bagi perbankan syariah.

3. Tujuan Penelitian

- a.* Untuk mengetahui strategi pemasaran produk Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan keunggulan kompetitif pada produk yang di pasarkan.
- b.* Untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi PT. Bank Syariah Indonesia dalam menarik minat menabung masyarakat milenial terhadap produk perbankan Syariah.
- c.* Untuk mengetahui strategi pemasaran produk dari prespektif islam

4. Manfaat Penelitian

Penelitian diharapkan mampu memberikan manfaat dankegunaan baik secara teoritis maupun praktis.

a. Manfaat Teoritis

Memberikan kontribusi pemikiran kepada akademisi jurusan maupun praktisi pengembangan masyarakat dalam penggalian dan pemberdayaan masyarakat lokal.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis manfaat yang diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi perbankan syariah dalam menarik minat calon nasabah khususnya generasi milenial.

H. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Sistematika penyusunan proposal skripsi ini antara lain:

Bagian awal terdiri dari: halaman sampul depan, halaman sampul dalam, halaman persetujuan, halaman pengesahan penguji, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan halaman abstrak.

BAB I PENDAHULUAN

Untuk memberikan gambaran secara singkat apa yang akan dibahas dalam penelitian ini, dalam bab pendahuluan ini di dalamnya membahas beberapa unsur yang terdiri dari: latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini diuraikan berbagai teori, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini memuat tentang rancangan penelitian (berisi pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrument penelitian serta analisis data).

BAB IV HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini memuat diskripsi singkat hasil penelitian (yang berisi diskripsi data dan pengujian hipotesis).

BAB V PEMBAHASAN

Dalam bab ini memuat pembahasan mengenai hasil penelitian.

BAB VI PENUTUP

Pada bab akhir ini dalam skripsi akan memuat tentang kesimpulan dan saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan dan bagi peneliti selanjutnya.

Bagian akhir terdiri dari: daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, daftar riwayat hidup.