

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Islam sebagai risalah samawi yang universal, datang untuk menangani kehidupan manusia dalam berbagai aspek, baik dalam aspek spiritual, maupun aspek material. Artinya, tidak hanya akidah, tetapi juga mencakup sistem politik, sosial, budaya dan perekonomian yang ditujukan untuk seluruh umat manusia. Islam juga dilengkapi dengan sistem dan konsep ekonomi yang dipakai sebagai panduan bagi manusia dalam melakukan kegiatan ekonomi yang salah satunya yaitu bank (Rozalinda, 2014, hal. 1).

Mendengar kata bank sebenarnya tidak asing lagi bagi kita, terutama yang hidup di perkotaan. Bahkan, di pedesaan sekalipun saat ini kata bank bukan merupakan kata yang asing dan aneh. Menyebut kata bank setiap orang selalu mengaitkannya dengan uang sehingga selalu saja ada anggapan bahwa yang berhubungan dengan bank selalu ada kaitannya dengan uang. Hal ini tidak salah karena bank memang merupakan lembaga keuangan atau perusahaan yang bergerak di bidang keuangan (Kasmir, 2014, hal. 12) .

Dalam dunia modern sekarang ini, peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Oleh karena itu, saat ini dan di masa yang akan datang kita tidak akan dapat

lepas dari dunia perbankan, jika hendak menjalankan aktivitas keuangan, baik perorangan maupun lembaga, baik sosial atau perusahaan (Kasmir, 2014, hal. 3).

Bank adalah berupa badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Mardani, 2014, hal. 148). Berdasarkan pengertian di atas, bank memiliki tugas pokok yaitu menghimpun dana (*surplus*), menyalurkannya ke masyarakat yang kekurangan dana (*deficit*) serta memberikan jasa-jasa lainnya.

Menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 dengan sebelumnya yaitu Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1967, terdapat beberapa perbedaan jenis perbankan dapat dilihat dari segi fungsi, segi kepemilikan dan segi menentukan harga. Dari segi fungsi perbedaan yang terletak pada luasnya kegiatan atau jumlah produk yang dapat ditawarkan, kemudian dari segi kepemilikan perusahaan di lihat dari pemilik saham yang ada serta akta pendiriannya, sedangkan dari segi menentukan harga yaitu antara bank konvensional berdasarkan bunga dan bank syariah berdasarkan bagi hasil (Kasmir, 2014, hal. 22).

Berdirinya bank syariah dilatar belakangi oleh keinginan umat Islam untuk menghindari riba dalam kegiatan muamalahnya yang sesuai dengan perintah agama, sebagai alternatif lain dalam menikmati jasa-jasa perbankan yang dirasakan lebih sesuai, yaitu bank yang berusaha sebisa mungkin untuk beroperasi berlandaskan kepada hukum-hukum Islam (Sinungun, 1992, hal. 59).

Perbankan syariah merupakan institusi yang memberikan layanan jasa perbankan berdasarkan prinsip syariah. Prinsip syariah adalah prinsip hukum islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah (Umam, 2016, hal. 1-2) .

Dalam Al-Qur'an menjelaskan perihal tentang yang diharamkan dan diperbolehkan dalam kegiatan muamalah salah satunya dalam QS. *Al-Baqarah* yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَآنتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ



*“Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”* (RI, Departemen Agama, 2010, hal. 47).

Menurut Surakhman Hidayat, sebagai suatu sistem keuangan yang berdasarkan syariat Islam, arah, dan tujuan didirikannya keuangan islam dengan mewujudkan tujuan syariah (*maqasid asy-syariah*). Tujuan syariah dikategorikan pada pendidikan, keadilan, dan kesejahteraan umat. Bank syariah perlu terlibat

aktif dalam sosialisasi dan edukasi tentang keuangan dan perbankan syariah kepada masyarakat. Hal ini dapat dilakukan melalui kerja sama dengan institusi pendidikan, institusi pelatihan, dan media masa (Asro & Kholid, 2011, hal. 55).

Sebagai salah satu unit lembaga keuangan syariah yang bergerak secara khusus melayani jasa menghimpun dana perbankan berbasis non ribawi bagi nasabahnya, PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin menawarkan berbagai macam-macam produk tabungan (<https://www.bnisyariah.co.id/id-id/>), yaitu: tabungan Dollar iB Hasanah, tabungan iB Hasanah, tabungan Baitullah iB Hasanah, tabungan Bisnis iB Hasanah, tabungan simPel iB Hasanah, tabungan Tapenas iB Hasanah, tabungan Prima iB Hasanah, Tabungan Ku, tabungan iB Tunas Hasanah.

Adapun Tabungan iB Tunas Hasanah adalah salah satu produk tabungan dengan fungsi sebagai simpanan yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia dibawah 17 tahun. Tabungan iB Tunas Hasanah ini dibentuk dengan menggunakan akad *wadi'ah*. PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin melakukan pemasaran produk Tabungan iB Tunas Hasanah ini dengan cara promosi (sosialisasi) merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dengan cara promosi (sosialisasi) yaitu ke tempat sekolah umum dan agama yang mengajarkan betapa pentingnya menabung untuk usia dini, tabungan yang khusus yang dikeluarkan oleh bank BNI Syariah untuk pelajar yang menggunakan MoU, melakukan manajemen *teaching* artinya bagian marketing memberikan pola pengajaran yang

dikemas lebih menarik, memberikan kartu Anjungan Tunai Mandiri (ATM) atas nama anak yang berdesain sekaligus bisa untuk digunakan sebagai kartu pelajar, banner, brosur, media sosial, souvenir, kupon belanja atau makanan, pameran, pengajian, santunan anak yatim, penjualan perorangan, target penjualan, dll (Khariyadi & Najiha, *wawancara pribadi*, 15 Agustus 2019).

Secara umum promosi itu termasuk dalam bauran pemasaran atau dikenal dengan istilah *marketing mix*. *Marketing mix* merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan secara bersamaan di antara elemen-elemen yang ada di dalam *marketing mix* itu sendiri. Penggunaan bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam dunia perbankan dilakukan dengan menggunakan konsep-konsep yang sesuai dengan kebutuhan bank. Kotler menyebutkan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari 4 (empat) P yaitu: *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), and *Promotion* (promosi) (Kasmir, 2014, hal. 213-214).

Tabel 1.1: Perkembangan tabungan iB Tunas Hasanah periode 2016-2018

No.	Tahun	Jumlah Perkembangan tabungan iB Tunas Hasanah	Persentase
1	2016	3.974 Nasabah	1.83%
2	2017	5.844 Nasabah	11.62%
3	2018	5.484 Nasabah	4.95%

Sumber: Data tabungan iB Tunas Hasanah (Yunie, 2019).

Dapat dilihat dari data di atas bahwa adanya perubahan jumlah kenaikan dan penurunan nasabah dalam memilih produk tabungan iB Tunas Hasanah ini di setiap tahunnya. Oleh karena itu, PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam melakukan promosi tabungan iB Tunas Hasanah ini lebih giat dan gencar lagi dalam memperkenalkan atau memasarkan produk tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang strategi promosi yang dilakukan oleh PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dan kendala yang dihadapi oleh PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin yang akan penulis tuangkan dalam sebuah karya ilmiah berbentuk skripsi dengan judul **“Analisis Strategi Promosi Produk Tabungan iB Tunas Hasanah Di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin”**.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan yang akan dikemukakan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana analisis strategi promosi produk tabungan iB Tunas Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin?
2. Bagaimana kendala yang dihadapi oleh PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam melakukan strategi promosi produk tabungan iB Tunas Hasanah pada periode 2016-2018?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan pertanyaan yang ada dalam rumusan masalah di atas, maka tujuan penulis yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui analisis strategi promosi produk tabungan iB Tunas Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi oleh PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam melakukan strategi promosi produk tabungan iB Tunas Hasanah pada periode 2016-2018.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Dari hasil penelitian ini, penulis mengharapkan dapat berguna sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan yang diteliti, baik bagi penulis dan pihak yang lain yang ingin mengetahui permasalahan ini secara mendalam, memperbaiki kinerjanya yang guna untuk memperluas pengetahuan dan khususnya penerapan strategi promosi tersebut.

2. Secara Praktis

Secara praktis, diharapkan dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai bahan masukan dalam meneliti masalah ini dari aspek yang lain serta bahan referensi bagi kalangan mahasiswa/mahasiswi serta sebagai bahan penelitian bagi bank yang bersangkutan.

#### **E. Definisi Operasional**

Agar penelitian ini mudah dipahami dan untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan menghindari kesalahpahaman pembaca dalam mengartikan judul serta permasalahan yang akan diteliti maka penulis memandang perlu untuk

mengemukakan secara tegas dan terperinci maksud dari judul “Analisis Strategi Promosi Produk Tabungan iB Tunas Hasanah Di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin”, sebagai berikut:

1. Analisis adalah sebuah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya terjadi (Indonesia D. , 2007, hal. 43). Adapun analisis yang dimaksud dalam penulis di sini adalah berupa strategi promosi dan kendala yang dihadapi oleh PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam melakukan strategi promosi tabungan iB Tunas Hasanah pada periode 2016-2018 yang menggunakan strategi pemasaran.
2. Menurut Kamus Besar Indonesia (KBBI V) Strategi adalah rencana yang dibuat secara cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Strategi yang dimaksud oleh penulis di sini adalah proses yang dilakukan oleh PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin untuk menjalankan strategi promosi produk tabungan iB Tunas Hasanah.
3. Promosi adalah suatu aktivitas dan materi untuk mengkomunikasikan informasi yang menarik tentang produk atau jasa yang ditawarkan oleh bank kepada nasabah, baik secara langsung maupun melalui pihak lain yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menentukan pilihan produk atau jasa terhadap suatu bank tersebut (Indonesia, 2014, hal. 222). Promosi yang dimaksud oleh penulis di sini adalah promosi yang dilakukan oleh PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam hal mempromosikan produk tabungan iB Tunas Hasanah.



4. Produk adalah barang, jasa atau gagasan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan seorang pemakai (Huda, Hudori, Fahlevi, dkk, 2017, hal. 23). Produk yang dimaksud oleh penulis di sini adalah produk bank berupa simpanan pihak ketiga yang dikeluarkan oleh bank yang penyetoran dan penarikannya hanya dapat dilakukan sesuai ketentuan yang berlaku pada masing-masing bank (Suwiknyo, 2009, hal. 246) yaitu tabungan iB Tunas Hasanah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.
5. Tabungan iB Tunas Hasanah adalah produk simpanan dalam mata uang Rupiah yang hanya diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia dibawah 17 tahun dan tabungan ini berakad *Wadi'ah*.
6. BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang keuangan, yang berbentuk Perseroan Terbuka (PT) yang menjalankan bisnis dengan prinsip syariah. Berlokasi di Jalan A.Yani Km.4,5, No. 385, Kebun Bunga, Kecamatan Banjarmasin Timur, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan 70235.

## **F. Penelitian Terdahulu**

Berdasarkan penelaahan terhadap penelitian terdahulu yang penulis lakukan berkaitan dengan penelitian yang telah ditemukan oleh penulis sebelumnya yang mengkaji tentang persoalan yang peneliti maksud sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Masrinah (1101150113), Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, IAIN Antasari Banjarmasin dengan judul

“Strategi Promosi dalam meningkatkan penjualan perumahan di kota Citra Graha”. Dalam penelitian ini Masrinah memfokuskan tentang promosi meningkatkan jumlah penjualan perumahan di kota Citra Graha. Persamaan dari penelitian saudara Masrinah dengan penelitian yang dikaji penulis adalah strategi promosi. Sedangkan perbedaannya terdapat pada objeknya yaitu tentang lokasi penelitian di Kantor PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dan saudara Masrinah meneliti di perusahaan yang berbasis perumahan serta dampak strategi promosi digunakan untuk peningkatan jumlah penjualan rumah (Masrinah, 2015).

2. Penelitian yang dilakukan oleh Norlatifah Said (1001160230), Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Syariah, IAIN Antasari Banjarmasin dengan judul “Produk Tabungan iB Tunas Hasanah Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Syariah Banjarmasin”. Dalam penelitian ini Norlatifah Said memfokuskan mekanisme pembukaan produk tabungan iB Tunas Hasanah pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Persamaan dari penelitian saudara Norlatifah Said dengan penelitian yang dikaji penulis adalah produk tabungan iB Tunas Hasanah dan lokasi penelitiannya. Sedangkan perbedaannya terdapat pada objeknya, disini penulis meneliti tentang strategi promosi tabungan iB Tunas Hasanah dan saudara Norlatifah Said meneliti tentang mekanisme atau tata cara pembukaan produk tabungan iB Tunas Hasanah (Said, 2014).

3. Penelitian yang dilakukan oleh Umi Fatikhotussolikha (201-12-006), Jurusan DIII Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam, Institut

Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga dengan judul “ Analisis Pemasaran Pada Tabungan iB Tunas Hasanah Di PT. Bank BNI Syariah Kantor Kas Hidayatullah Banyumanik”. Dalam penelitian ini Umi Fatikhotussolikha memfokuskan tentang pemasaran pada tabungan iB Tunas Hasanah. Persamaan dari penelitian saudari Umi Fatikhotussolikha dengan penelitian yang dikaji penulis adalah produk tabungan iB Tunas Hasanah. Sedangkan perbedaannya terdapat pada objeknya, disini penulis meneliti tentang strategi promosi tabungan iB Tunas Hasanah dan saudari Umi Fatikhotussolikha tentang pemasaran tabungan, lokasi penelitian, prosedur pembukaan rekening serta keunggulan tabungan iB Tunas Hasanah (Fatikhotussolikha, 2015).

### **G. Sistematika Penulisan**

Penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I adalah pendahuluan, yaitu berisi latar belakang masalah yang memaparkan tentang “Analisis Strategi Promosi Produk Tabungan iB Tunas Hasanah Di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin”. Permasalahan yang digambarkan dari latar belakang masalah yang akan diteliti dengan dirumuskannya dalam rumusan masalah. Setelah itu dari rumusan masalah, maka ditetapkanlah tujuan penelitian yang merupakan hasil yang diinginkan oleh penulis. Kegunaan penelitian merupakan dari hasil penelitian. Agar tujuan penelitian ini tidak melenceng dari tujuan yang ingin dicapai, maka penulis

membuat definisi operasional untuk membatasi istilah-istilah dalam penelitian ini. Untuk memudahkan dalam penulisan ini, maka juga dibuat penelitian terdahulu ini disajikan sebagai informasi adanya tulisan atau penelitian dari aspek lain yang mempunyai perbedaan dengan penelitian yang dilakukan, serta terdapat sistematika penulisan.

Bab II merupakan landasan teori yang menerangkan, menguraikan dan menjabarkan masalah-masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan seperti teori tentang “Strategi Promosi dan Strategi Pemasaran” dari buku yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan juga sumber informasi dari referensi media lainnya.

Bab III merupakan metode penelitian. Dalam bab ini berisikan jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, sifat penelitian ini dengan mengumpulkan data dan lokasi penelitian ini di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Subjek penelitian ini, yaitu wakil manajer operasional dan dua karyawan bagian *marketing (funding officer dan funding assistant)*. Penelusuran objek penelitian ini yaitu “Analisis Strategi Promosi Produk Tabungan iB Tunas Hasanah dan kendala dihadapi oleh PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam melakukan strategi promosi pada periode 2016-2018. Sumber data dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Serta teknik pengolahan data, analisis data dan tahap penelitian

Bab IV merupakan bab yang berisi hasil penelitian “Analisis Strategi Promosi Produk Tabungan iB Tunas Hasanah di PT. Bank BNI Kantor Cabang

Banjarmasin”. Selanjutnya membahas mengenai analisis data dan hasil analisis serta pembahasan yang disesuaikan dengan metode penelitian pada bab III, sehingga akan memberikan perbandingan hasil penelitian dengan kriteria yang ada dan pembuktian serta jawaban-jawaban pertanyaan yang telah disebutkan dalam rumusan masalah.

Bab V merupakan penutup, terdiri dari simpulan terhadap permasalahan yang diteliti dan saran merupakan gagasan penulisan dan kontribusi pemikiran yang diberikan agar hasil penelitian ini berdampak positif bagi semua pihak.