

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada zaman sekarang ini kemajuan dan perkembangan dari teknologi informasi tidak dapat diragukan lagi, pertumbuhannya semakin tahun semakin meningkat. Kemajuan dari teknologi dan komunikasi, terutama pada internet yang menghadirkan sistem online, kemudian disalurkan kepada teknologi berupa komputer dan telpon genggam.

Perkembangan dari teknologi dan informasi sendiri sangat memberikan dampak yang luar biasa besar terhadap sektor-sektor industri perusahaan, salah satunya adalah dari industri perbankan, yang memanfaatkan teknologi dan informasi sebagai sistem kelancaran dari operasional bank dan pelayanan kepada nasabah. Pada awalnya pemanfaatan teknologi dan informasi dari segi sistem online nasabah hanya diberikan pelayanan untuk bisa bertransaksi di kantor cabang bank yang sama dan berada dicabang manapun. Kemudian dengan mengikuti perkembangan teknologi, perbankan menyediakan mesin-mesin ATM (Anjungan Tunai Mandiri atau *Automatic Teller Machine*), yang merupakan suatu terminal/mesin komputer yang terhubung dengan jaringan komunikasi bank, yang memungkinkan nasabah melakukan

transaksi keuangan secara mandiri tanpa bantuan dari *teller* ataupun petugas bank lainnya (Otoritas Jasa Keuangan, 2015:6).

Dengan melihat perkembangan dari teknologi komunikasi dan pengguna internet yang ada di Indonesia, berdasarkan dari hasil studi Polling Indonesia yang bekerja sama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2018 pengguna internet yang ada di Indonesia mencapai 171,17 juta jiwa atau setara dengan 64,8% dari penduduk Indonesia sebanyak 264,16 juta jiwa penduduk. Data ini terlihat meningkat dari data tahun sebelumnya jika dibandingkan yaitu hanya mencapai 27,92 juta atau tumbuh setara dengan 10,12%. Melihat hal tersebut maka menjadi suatu kesempatan yang bagus untuk perbankan bisa memberikan dan meningkatkan lagi dari segi pelayanan terhadap para nasabahnya yaitu dengan menghadirkan layanan perbankan yang bernama *electronic banking* atau yang sering disingkat dengan *e-banking*.

E-banking diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 12/PJOK 03/2017 tentang penyelenggaraan layanan perbankan digital oleh bank umum, pada pasal 1 nomor 2-4 menjelaskan bahwa :

- Teknologi Informasi yang selanjutnya disingkat TI adalah suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memproses, mengumumkan, menganalisis, dan/atau menyebarkan informasi.
- Layanan perbankan elektronik (*electronic banking*) adalah layanan bagi nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan

komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik.

- Layanan perbankan digital adalah layanan perbankan elektronik yang mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani transaksi keuangan nasabah secara nyaman, cepat, dan mudah sesuai dengan kebutuhan nasabah (*consumer experience*) dengan pengamanan yang baik dan dapat dilakukan secara mandiri oleh nasabah.

E-banking adalah layanan yang diberikan perbankan kepada nasabah, yang terdiri dari *Automatic Teller Machine* (ATM), *Electronic Data Capture* (EDC)/*Point Of Sales* (PSO), *Internet Banking*, *SMS Banking*, *Phone Banking*, *Mobile Banking*, *E-Commerce* dan *Video Banking*. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengungkapkan data dari penggunaan *e-banking* di Indonesia meningkat mencapai 270% pada tahun 2016 dari 3,6 juta nasabah pada 2012 sehingga menjadi 50,4 juta nasabah. Sementara frekuensi transaksi penggunaan *e-banking* meningkat 169% dari 150,8 juta transaksi pada tahun 2012 menjadi sebanyak 405,4 juta transaksi di tahun 2016.

Salah satu layanan yang berkembang paling cepat dari pada layanan lainnya dari *e-banking* adalah layanan *Mobile Banking*. Layanan tersebut merupakan salah satu jawaban dari kebutuhan masyarakat modern yang sangat mengedepankan *digital banking*. *Mobile Banking* sangat memberikan kemudahan, keleluasan, kenyamanan, dan kecepatan waktu

dalam bertransaksi nasabah. Layanan dari *Mobile Banking* dirancang dengan berbagai macam pilihan transaksi dan memiliki fitur yang sangat menarik sehingga memberikan kenyamanan dan kemudahan kepada nasabah dalam bertransaksi tanpa harus ke kantor bank terdekat atau ke mesin ATM untuk melakukan transaksi. Salah satu fitur terbaru dari industri perbankan adalah layanan pembukaan rekening secara online. Beberapa bank di Indonesia sudah menerapkan fitur ini dalam aplikasi *Mobile Banking*. Pembukaan rekening secara online atau *daring* adalah pembukaan rekening dengan menggunakan internet melalui *Mobile Banking*. Umumnya nasabah harus ke kantor bank terdekat untuk melakukan transaksi ini, namun dengan menggunakan fitur terbaru dari *Mobile Banking* nasabah tidak perlu repot memikirkan hal tersebut, dikarenakan fitur ini memiliki kemudahan untuk nasabah, dimana nasabah dapat mengakses kapan saja dan dimana saja, nasabah hanya perlu tersambung internet pada *smartphone* dan mendownload aplikasi *Mobile Banking* yang sudah disediakan oleh pihak perbankan di *playstore* pada *smartphone*.

Pembukaan rekening secara online diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 12/PJOK03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum. Layanan ini bertujuan untuk mempermudah dan menghemat waktu nasabah. Durasi dalam pembukaan rekening secara online ini hanya memakan waktu kurang lebih 20 menit untuk setiap pembukaan rekening. Pelayanan ini dapat diakses 24

jam oleh nasabah, sehingga nasabah tidak perlu khawatir terkait waktu dalam pembukaan rekening secara online. Pada saat ini layanan pembukaan rekening secara online hanya terdiri dari dua produk, yakni tabungan dan deposito.

Salah satu bank yang juga memberikan fasilitas layanan dari fitur pembukaan rekening secara online adalah PT Bank Syariah Mandiri. Dengan fasilitas yang diberikan oleh PT Bank Syariah Mandiri kepada para nasabahnya, diharapkan dapat memberikan nasabah kemudahan, dan kenyamanan dalam betransaksi. Tepat pada tanggal 5 Desember 2019 PT Bank Syariah Mandiri meluncurkan layanan terbarunya yaitu pembukaan rekening secara online, dimana nasabah bisa membuka rekening secara online melalui aplikasi *Mobile Banking*. Pada umumnya ketika pembukaan rekening calon nasabah harus ke kantor bank dan mengisi data-datanya melalui *consumer service*. Namun, dengan tersedianya layanan ini sangat memudahkan calon nasabah yang ingin membuka rekening tanpa mengkhawatirkan waktu yang banyak dalam pembukaannya. Layanan pembukaan rekening secara online pada PT Bank Syariah Mandiri saat ini hanya tersedia untuk pembukaan rekening tabungan, yakni tabungan BSM *Mudharabah* dan tabungan BSM *Wadiah*.

Setiap perusahaan memiliki strategi dalam memasarkan produk yang dimilikinya. Strategi pemasaran merupakan hal terpenting pada setiap perusahaan, dimana strategi pemasaran merupakan cara atau metode yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya, oleh karena itu

strategi pemasaran merupakan salah satu bagian terpenting dari setiap perusahaan dalam menjalankan usahanya. Strategi pemasaran terdiri dari atas beberapa analisis atas pemilihan sasaran-sasaran, pengembangan strategi, perumusan rencana, penerapan serta pengawasan (Dagun, 2005:959). Maka dari itu dikarenakan layanan pembukaan rekening secara online pada PT Bank Syariah Mandiri terbilang masih baru dan masih banyak masyarakat belum mengetahui tentang fitur ini, membuat rasa keingintahuan yang besar dari penulis untuk mengetahui lebih dalam lagi terkait strategi pada PT Bank Syariah Mandiri dalam memasarkan layanan pembukaan rekening secara online dan membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **Strategi Pemasaran Pembukaan Rekening Secara Online Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang A Yani Banjarmasin.**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pemasaran pembukaan rekening secara online pada Bank Syariah Mandiri KCP A. Yani Banjarmasin?
2. Apa saja kendala-kendala dalam memasarkan pembukaan rekening secara online pada Bank Syariah Mandiri KCP A. Yani Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran pembukaan rekening secara online pada Bank Syariah Mandiri KCP A. Yani Banjarmasin.

2. Untuk mengetahui apa saja kendala-kendala dalam memasarkan pembukaan rekening secara online pada Bank Syariah Mandiri KCP A. Yani Banjarmasin.

D. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun secara praktis, diantaranya :

1. Secara Teoritis
 - a. Sebagai tambahan referensi untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam ilmu perbankan syariah serta diharapkan menambah wawasan untuk penulis dan pembaca.
 - b. Sebagai bahan rujukan untuk peneliti lain yang ingin mengembangkan lagi penelitian yang terkait dengan masalah ini dari sudut pandang yang berbeda.

2. Secara Praktis

Sebagai bahan pertimbangan bagi pihak perbankan syariah untuk meningkatkan kinerja karyawan dalam pemasaran produk-produk yang ada di bank tersebut.

E. Definisi Operasional

1. Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus (Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, 2005: 1092). Strategi yang dimaksud oleh penulis disini adalah cara atau metode dari bank dalam melaksanakan kegiatannya,

terutama pada bidang pemasaran yaitu pemasaran pembukaan rekening secara online pada Bank Syariah Mandiri KCP A. Yani Banjarmasin.

2. Pemasaran adalah aktivitas yang dilakukan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran (Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, 2005: 1092). Pemasaran yang dimaksud oleh penulis disini adalah aktivitas yang dilakukan oleh bank untuk memperkenalkan layanan terbaru pada Bank Syariah Mandiri KCP A. Yani Banjarmasin kepada masyarakat agar sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan oleh bank.
3. Pembukaan rekening secara online adalah pembukaan rekening tabungan dengan menggunakan internet, yang mana nasabah hanya dengan menggunakan salah satu layanan dari *e-banking* yaitu *Mobile Banking* pada *smartphone*. Dengan layanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri KCP A. Yani Banjarmasin untuk memudahkan nasabah tanpa perlu harus ke bank untuk melakukan pembukaan rekening tabungan, dan di fasilitasi waktu yang bisa kapanpun diakses oleh nasabah.

F. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini adanya kajian pustaka sangat berperan penting untuk menghindari penelitian yang sama. Maka dari itu penulis menelaah terhadap skripsi yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh

penulis, namun substansi pembahasan yang berbeda dengan persoalan yang diangkat oleh penulis, penelitian yang dimaksud adalah :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Maulidina Azizah (1301160286) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Jurusan Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Umrah pada BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin”. Terdapat persamaan dan perbedaan pada penelitian yang dilakukan oleh saudari Maulidina Azizah dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Persamaannya terdapat pada tema dari penelitian yang mana sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran. Adapun perbedaannya terdapat pada produk, saudari Maulidina Azizah membahas produk Pembiayaan Umrah sedangkan penulis membahas tentang produk pembukaan rekening secara online.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Suraijah (1201160303), Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Warung Mikro pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Banjarmasin”. Terdapat persamaan dan perbedaan pada penelitian yang dilakukan oleh saudara Suraijah dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Persamaannya pada tema judul yaitu sama sama membahas tentang strategi pemasaran, selain itu juga

persamaannya terdapat pada tempat yang diteliti yakni di Bank Syariah Mandiri. Adapun Perbedaannya terdapat dari segi produk yang diteliti, dimana saudara Suraijah meneliti tentang produk Pembiayaan Warung Mikro, sedangkan penulis meneliti produk pembukaan rekening secara online.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Yusuf (1201160371) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Jurusan Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin yang berjudul “Strategi BNI Syariah Cabang Banjarmasin Dalam Mempertahankan Jumlah Dana Nasabah”. Terdapat persamaan dan perbedaan pada penelitian yang dilakukan oleh saudara Muhammad Yusuf dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Persamaannya dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas terkait tentang strategi dari bank. Adapun perbedaannya terdapat pada objek pembahasan, dan lokasi tempat penelitian.

G. Sistematika Penelitian

Penyusunan penelitian yang dilakukan oleh penulis terdiri dari 5 (lima) bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan yang terdiri atas latar belakang masalah dari permasalahan yang diteliti. Permasalahan sudah tergambar dalam rumusan masalah, yang kemudian dirumuskan pada tujuan penelitian yang merupakan kegunaan hasil dari penelitian. Untuk menjelaskan istilah-istilah dalam judul penelitian maka dibuatlah definisi operasional. Tinjauan pustaka ditampilkan

sebagai informasi adanya tulisan atau penelitian dari aspek lain. Sistematika penulisan adalah susunan tugas akhir secara keseluruhan.

Bab II Landasan Teori, pada bab ini diuraikan masalah-masalah yang berhubungan dengan objek dari penelitian melalui teori-teori yang berkesinambungan dengan masalah yang diteliti dari buku, literatur dan sumber informasi dari referensi lain.

Bab III Metode Penelitian, terdiri atas jenis, sifat dan lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, dan prosuder penelitian.

Bab IV Laporan Hasil Penelitian, membahas tentang penyajian data dan analisis data.

Bab V Penutup, pada bab ini penulis menyimpulkan kesimpulan terhadap masalah yang diteliti dan memberikan beberapa saran yang dirasa perlu.