

BAB 1 PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Menurut undang-undang RI Nomor 10 tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah “badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak Bank syariah telah menjadi sesuatu yang tidak asing lagi bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Sejak berdirinya bank syariah yang satu–satunya ada pada saat itu, yaitu Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992, kini telah berkembang dan diikuti dengan berdirinya sejumlah bank syariah lainnya, juga Unit Usaha Syariah (UUS) serta Bank Pembiayaan Syariah (BPRS). Dengan perubahan regulasi yang memberi ruang pada lembaga keuangan syariah, maka hal ini pun disambut baik oleh sejumlah kalangan untuk mendirikan Bank Umum Syariah baru dan juga Unit Usaha Syariah serta BPR syariah. Menurut data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) per September 2017, secara nasional jumlah Bank Umum Syariah adalah sebanyak 13 BUS, diikuti Unit Usaha Syariah sebanyak 21 UUS, dan BPRS sebanyak 167. (<https://www.ojk.go.id>, diakses pada 10 November 2017).

Semakin banyaknya lembaga keuangan syariah yang berdiri hingga saat ini tidak lepas dari dukungan pemerintah. Melalui berbagai regulasi yang telah dikeluarkan serta dukungan lainnya, pemerintah berharap lembaga keuangan syariah di Indonesia terus mengalami pertumbuhan dan perkembangan. Bahkan,

presiden Joko Widodo sendiri menyatakan, bahwa Indonesia seharusnya menjadi pusat keuangan syariah dunia.

Pernyataan tersebut disampaikan pada acarapeluncuran Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS) dan Peresmian Pembukaan Silaturahmi Kerja Nasional Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAE) di Istana Merdeka, Jakarta, pada hari Kamis tanggal 27 Juli 2017. (<http://www.KOMPAS.com>, diakses pada 30 Oktober 2017) Apa yang disampaikan oleh presiden Joko Widodo tersebut bukanlah tidak beralasan. Hal ini dikarenakan jumlah penduduk Indonesia adalah mayoritas beragama Islam, dan juga menjadi bagian dari negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia.

Adapun data sensus penduduk tahun 2010 menunjukkan bahwa, jumlah penduduk Indonesia adalah 237.641.326 dan 87.18% merupakan pemeluk agama Islam. (<http://www.KOMPAS.com>, diakses pada 30 Oktober 2017) Dengan faktor peluang inilah, harapan keberadaan bank syariah di Indonesia dapat tumbuh dan berkembang dengan baik. Akan tetapi pada kenyataannya, hal tersebut masih jauh dari harapan. Sejak tahun 1992 sampai dengan saat ini, pangsa pasar bank syariah masih berada di angka 5,57 % terhadap perbankan nasional, angka tersebut merupakan akumulasi dari 68% BUS, 29,40 % UUS dan 2,52 % BPRS. (, (<http://www.ojk.go.id>, diakses pada 10 November 2017).

Hal ini terlihat bertolak belakang dengan realitas bahwa Indonesia adalah negara dengan penduduk muslim terbesar. Dari data tersebut menunjukkan, bahwa masyarakat belum sepenuhnya berminat untuk menjadi nasabah pada lembaga keuangan syariah, khususnya bank syariah atau BPR syariah.

Pokok permasalahan yang terjadi adalah, bank syariah memiliki peluang yang cukup besar dari segi pasar sasaran. Akan tetapi, potensi pasar tersebut belum merespon secara maksimal, sehingga yang terjadi adalah pangsa pasar bank syariah secara nasional belum seberapa apabila dibandingkan dengan pangsa pasar bank konvensional.

Sebagian besar masyarakat yang notabene muslim, masih loyal dengan produk dan jasa layanan perbankan yang disediakan oleh bank konvensional. Maka, diperlukan strategi yang efektif untuk mengambil alih pasar atau memenangkan persaingan tersebut. Tidak mudah untuk memenangkan persaingan bisnis perbankan di Indonesia, terlebih dengan sistem bank konvensional. Secara historis, keberadaan sistem bank konvensional telah mengakar dalam kehidupan masyarakat Indonesia.

Disamping itu, model aplikasi sistem bank konvensional dengan menggunakan sistem bunga sebagai kontraprestasi, cukup mudah diaplikasikan dan mudah difahami oleh masyarakat. Maka setidaknya bank syariah harus memiliki produk unggulan yang mampu menarik minat masyarakat, serta strategi pemasaran produk yang efektif agar mampu merebut pasar persaingan bisnis perbankan. . Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk mengangkat dalam sebuah tugas akhir dengan judul mengenai “strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah di Bank BRI syariah Kantor Cabang Banjarmasin”. Dengan harapan tulisan ini memberikan masukan yang positif bagi perkembangan bank syariah di Indonesia dan khazanah keilmuan khususnya di bidang Ekonomi Syariah.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran bank BRI Syariah KC Banjarmasin dalam meningkatkan jumlah nasabah
2. Apa saja kendala yang dihadapi bank BRI Syariah KC Banjarmasin dalam melakukan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah

C. Tujuan penelitian

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah
2. Apa saja kendala yang dihadapi dalam melakukan strategi pemasaran Bank BRI Syariah KC Banjarmasin

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

1. Bagi peneliti, diharapkan untuk menambah wawasan dan memperdalam pengetahuan mengenai strategi pemasaran bank
2. Bagi Perusahaan, diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan dapat dijadikan catatan untuk koreksi agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kinerja, sekaligus memperbaiki apabila ada kekurangan dan kelemahannya.
3. Bagi Akademisi
 - a. Untuk menambah bahan bacaan dalam perpustakaan
 - b. Untuk bahan referensi peneliti selanjutnya.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalah-pahaman dalam memahami maksud judul, maka perlu di definisi operasional, yaitu:

1. Pengertian Strategi Pemasaran, Menurut Kotler dan Amstrong (1992), strategi pemasaran adalah pendekatan pokok yang akan digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan lebih dulu, didalamnya tercantum keputusan-keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk di pasar, bauran pemasaran dan tingkat biaya pemasaran yang diperlukan. Sedangkan menurut Gultin dan Gordon (1990) menyatakan strategi pemasaran adalah pernyataan pokok tentang dampak yang diharapkan akan dicapai dalam hal permintaan pada pasar target tertentu. Dalam hal ini penerapan strategi pemasaran yang dimaksud adalah salah satu cara atau sebuah tindakan, untuk memasarkan produk pendanaan dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah nasabah.(Sunyot, 2001)
2. Produk pendanaan, Pendanaan merupakan kegiatan bank dalam mendapatkan dana baik yang berasal dari pemilik, internal bank maupun dari masyarakat dalam bentuk mobilisasi dana masyarakat atau dana pihak ketiga. sebab itu dalam hal ini yang dimaksud oleh penulis dalam penelitian ini adalah pendanaan yang merupakan salah satu hal yang mempengaruhi meningkatnya jumlah nasabah khususnya pada produk tabungan

F. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang penulis lakukan berkaitan dengan strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah telah ditemukan penelitian sebelumnya yang mengkaji masalah strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah, namun demikian di temukan substansi yang berbeda mengenai tempat dan lokasi penelitian yang akan penulis angkat. Penulis yang dimaksud adalah:

Pertama ialah skripsi yang dimiliki oleh Maria Ulpah (15001160178) S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang membahas judul tentang Strategi pemasaran produk tabungan haji dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah di Bank BRI Syariah KCP kayu tangi, persamaan dari skripsi yang diatas adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah nasabah dan pembeda pada penelitian ini adalah penulis terfokus dengan produk tabungan haji(Hasanah, 2016)

Kedua ialah skripsi yang dimiliki oleh Uswatun Hasanah (1301160346) S1 perbankan Syariah fakultas syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin yang membahas judul tentang Strategi Promosi Pembiayaan Sebagai Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Pasar Baru Di Kota Banjarmasin.

Persamaan dari penulis ini membahas tentang strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah nasabah dan pembeda pada penelitian ini adalah penulis terfokus kepada produk pembiayaan(Ulpah, 2020)

Ketiga ialah skripsi yang dimiliki oleh Meida Lestari (1201160257) S1 Pebankan Syariah fakultas syariah dan ekonomi islam IAIN Antasari Banjarmasin yang membahas judul tentang Strategi Pemasaran Pembiayaan Kepemilikan Multiguna Purna Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru) persamaan dari peneliti ini membahas tentang strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah nasabah dan pembeda pada penelitian adalah penulis terdahulu terfokus kepada produk pembiayaan Kepemilikan Multiguna Purna Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru) (meida lestar, 2017)

G. Sistematika Penulisan

Penyusun Tugas Akhir ini terdiri dari lima bab, dengan sistematika sebagai berikut:

3. Pada bab pertama, terdiri dari latar belakang yang menguraikan dari masalah yang ditemukan penulis, sehingga menjadikan alasan peneliti dalam mengangkat judul, barulah setelah itu permasalahan tersebut dijadikan sebagai rumusan masalah dalam rangka memperoleh tujuan. Pada bab ini juga membahas definisi operasional, kajian pustaka dan sistematika penulisan yang akan membatasi dan mengatur jalur penelitian.

4. Pada bab kedua, merupakan Landasan Teori yang berisikan tentang pengertian strategi pemasaran dalam meningkatkan atau mempertahankan nasabah
5. Pada bab ketiga, metode penelitian untuk mempermudah dalam penelitian maka perlu dibuat jenis penelitian yaitu penelitian lapangan, sifat, dan lokasi penelitian. Dalam mengumpulkan data harus ada suatu cara agar dapat terkumpul dengan akurat dan efektif, maka dari itu perlu adanya teknik pengumpulan data dan data yang terkumpul nantinya harus lengkap dan jelas maka dibuatlah teknik pengolahan data dan analisis data, kemudian dalam melakukan penelitian ini ada tahapan-tahapan yang dimasukkan dalam prosedur penelitian.
6. Pada bab keempat, merupakan penyajian data dan analisis data yang berisikan tentang gambaran umum Bank Rakyat Indonesia, yang menjelaskan sejarah BRISyariah, Visi dan misi BRI Syariah, Tujuan BRI Syariah, Struktur Organisasi BRI Syariah, produk BRI Syariah, alamat BRI Syariah kantor cabang Banjarmasin. Penyajian data menjelaskan peningkatan jumlah nasabah dalam kurun waktu tertentu serta deskripsi hasil wawancara. Dan analisis data menjelaskan jawaban dari rumusan masalah yaitu tentang bagaimana strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah dan apa saja kendala dalam melakukan strategi pemasaran

7. Pada bab kelima. penutup yang terdiri dari simpulan dan saran merupakan bagian akhir dari penelitian yang memuat tentang hal-hal yang dihasilkan dan diperoleh secara singkat, jelas dan padat.