

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Sistem perbankan adalah sistem yang terdiri dari lembaga, kegiatan usaha, serta cara dan proses pelaksanaan kegiatan usaha yang memungkinkan bank melaksanakan fungsinya dengan baik. Sistem perbankan di berbagai negara berbeda-beda karena jenis bank di negara-negara tersebut juga berbeda-beda.<sup>1</sup>

Hingga saat ini, lembaga keuangan dan perbankan yang banyak menguasai kehidupan perekonomian masyarakat modern baik dalam konteks lokal maupun global menggunakan instrumen bunga sebagai penggerak utama kegiatan perekonomiannya. Kalangan perbankan, yang sebagian besar berbasis pada pembungaan uang tersebut telah menjalankan kegiatan operasionalnya dalam kurun waktu yang panjang. Dominasi penggunaan instrumen bunga yang berjalan seiring dengan transaksi kegiatan ekonomi yang bersifat spekulatif ini telah menguasai kehidupan masyarakat modern.

Penggunaan instrumen bunga telah menimbulkan masalah yang melekat bagi kehidupan ekonomi, karena instrumen bunga secara alamiah telah menyebabkan ketidakmampuan masyarakat dalam menyelesaikan masalah ekonomi lainnya. Dengan penggunaan instrumen bunga yang telah mengakar kuat dalam kehidupan ekonomi masyarakat modern, maka berpengaruh pada kehidupan lainnya, antara lain: kehidupan sosial, politik, dan bidang lainnya

---

<sup>1</sup>M. Sulhan dan Ely Siswanto, *Manajemen Bank Konvensional & Syariah*, (Malang: UIN Malang Press, 2008) hlm. 2.

dalam suatu negara. Dominasi penggunaan instrumen bunga dalam perkembangannya juga telah mengikis fondasi kehidupan sosial, yaitu prinsip kebersamaan dalam menjalankan kegiatan usaha.<sup>2</sup> Sehubungan dengan upaya dilakukannya kegiatan ekonomi yang tidak didasarkan pada instrumen bunga yang bersifat spekulatif, maka keberadaan perbankan yang kegiatan operasionalnya didasarkan pada syariat Islam dianggap sebagai solusi terhadap permasalahan yang ditimbulkan dari kegiatan ekonomi yang berbasis bunga. Perbankan yang berbasis syariat Islam dapat menunjukkan karakter kegiatan ekonomi yang bersifat riil dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, yaitu tidak berdasarkan bunga (*non ribawi*).

Pengaturan kegiatan operasional dari lembaga keuangan dan perbankan yang berbasis syariat Islam adalah bersifat transparan, memenuhi prinsip keadilan dan kebersamaan, tidak berdasarkan pada pembungaan uang maupun spekulatif dalam kegiatan usahanya. Pengaturan kegiatan operasional perbankan yang berbasis syariat Islam tersebut berlaku baik dalam bentuk penghimpunan dana dari masyarakat maupun penyaluran dana kepada masyarakat serta layanan jasa bank lainnya. Kehadiran perbankan yang berbasis nilai dan penormaan Islam adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang menghendaki kegiatan operasional perbankan tersebut.

Dalam perjalanan sistem perbankan syariah di tanah air selama lebih dari satu dekade, bank syariah telah membuktikan diri mampu memberikan banyak manfaat. Di saat krisis, bank-bank syariah tidak mendapat kucuran dana

---

<sup>2</sup>Jundiani, *Pengaturan Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*, (Malang: UIN Malang Press, 2009), hlm. 1-4

*rekapitalisasi* sama sekali. Tetapi melalui kemandiriannya mampu memainkan fungsinya secara optimal. Kinerja dan potensi luar biasa itu selayaknya cukup membuka mata pemerintah untuk menjadikan perbankan syariah sebagai industri pilihan. Bank syariah adalah bagian dari perjuangan umat Islam. Perjuangan ini terus diikuti dengan dukungan regulasi dan kebijakan pemerintah berupa *dual banking system* dan malah saat ini mengeluarkan payung hukum yang mandiri berupa Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah sehingga bank bank syariah tumbuh subur di Indonesia baik dalam bentuk bank umum syariah maupun cabang dan unit-unit usaha syariah.<sup>3</sup> Sampai saat ini masyarakat semakin mengenal dan merasakan kemanfaatan dari kehadiran bank syariah. Hal ini tidak terlepas dari kegiatan sosialisasi dari Bank Indonesia bersama perbankan syariah yang berperan aktif dalam mempromosikan perbankan syariah. Bank syariah dituntut menjadi lebih kompetitif dalam memasarkan produknya terutama dalam menciptakan *brand image*.

Namun kedepannya Indonesia akan dihadapkan pada Masyarakat Ekonomi Asean (MEA), di mana wilayah regional *Association of Southeast Asian Nations* (ASEAN) akan menjadi tempat *free-trading* dalam kegiatan ekonomi. Inti dari MEA mengenai perdagangan pada kawasan ASEAN yang bebas dari segala bentuk biaya dan pajak, Negara-negara tetangga yang masuk dalam anggota MEA bebas keluar masuk suatu negara tanpa ada biaya pajak dan sebagainya sehingga setiap anggota MEA boleh membuka perusahaan di mana saja. Melalui MEA 2015, ASEAN menjadi kawasan *free-trading* yang merupakan peluang dalam

---

<sup>3</sup>A. Riawan Amin, *Menata Perbankan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: UIN Press Syarif Hidayatullah,2009), hlm. 1-3.

meningkatkan aset yang dimiliki perbankan syariah saat ini. Dengan adanya MEA peluang bagi perbankan syariah Indonesia untuk melakukan perkembangan bank syariah pada pasar bebas ASEAN menjadi semakin terbuka. Agar peluang tersebut dapat dimanfaatkan, maka bagi mereka yang berminat menaklukan pasar ASEAN harus melakukan penyesuaian-penyesuaian, baik kebijakan maupun strategi bisnisnya. Tekanan pasar maupun tekanan perdagangan tersebut tentu saja memerlukan perhatian yang sangat serius dari berbagai pihak yang terkait, baik pemilik, Pengurus dan pegawai-pegawai perbankan syariah maupun pemerintah, dalam hal ini Bank Indonesia. Semua pihak dituntut harus bersikap aktif dalam menghadapi tantangan-tantangan tersebut. Oleh karena itu, *brand image* yang tepat serta strategi pengembangan pasar yang efektif dan efisien akan mampu meningkatkan pemahaman masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah.

*Positioning* membuka kunci strategi yang akan mendobrak pasar. Bagaimanapun pasar adalah hakim yang paling berkuasa untuk menilai kinerja organisasi atau perusahaan. Seperti yang diketahui, dinamika pasar berlandaskan pada pandangan atau persepsi konsumen terhadap produk dan jasa perusahaan tersebut. Untuk itulah perbankan syariah ditekankan bagaimana agar produk dan jasa agar sesuai di tempat yang tepat dalam persepsi konsumen dan bisa bersaing dengan bank-bank luar negeri yang mendirikan kantor cabangnya di Indonesia.

Dari data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2015 sudah tercatat 12 bank luar negeri yang berdomisili di Indonesia, dan sudah ada bank luar negeri yang membuka kantor cabang syariah yaitu Bank CIMB Niaga Tbk yaitu

sebanyak 29 kantor cabang yang ada di Indonesia. Dengan diberlakukan MEA dimana perusahaan-perusahaan atau bank-bank luar negeri akan lebih mudah untuk mendirikan kantor cabang dan memasarkan produknya di negara Asia Tenggara termasuk Indonesia. hal ini tidak menutup kemungkinan akan bertambahnya bank-bank Negara tetangga baik bank-bank konvensional maupun bank-bank syariah yang mendirikan kantor cabangnya di Indonesia. Maka dari itu bank-bank Indonesia harus mampu menyusun strategi yang baik agar mampu bersaing dengan bank-bank Negara tetangga. Berikut nama-nama bank luar negeri yang berdomisili di Indonesia.

**TABEL 1 PERBANKAN LUAR NEGRI YANG BERDOMISILI DI INDONESIA**

No	Nama Bank	Kantor Cabang Bank Asing	Kantor Cabang Pembantu Bank Asing	Unit syariah
1	Bangkok Bank PCL	1	2	-
2	Bank Of America,N.A	1	-	-
3	Bank Of China Limited	1	8	-
4	Citibank, N.A	1	9	-
5	Deutshche Bank AG	1	1	-
6	JP MORGAN CHASE BANK, NA	1	-	-
7	Bank CIMB Niaga, Tbk	160	716	29
8	PT. Bank Commonwealth	26	42	-
9	Standar Chartered Bank	1	6	-
10	Standar Chartered Bank	1	2	-
11	The hongkong & shanghai b.c, ltd	1	7	-
12	The royal bank of scotland n.v.	1	1	-

*Sumber : Direktori Perbankan 2015 Otoritas Jasa Keuangan*

Dari tabel di atas terlihat data-data bank luar negeri yang paling banyak mendirikan kantor cabangnya di Indonesia yaitu Bank CIMB Niaga, Tbk yang mendirikan kantor cabang sebanyak 160 unit dan kantor cabang pembantu sebanyak 716 unit. Dan diantara bank-bank tersebut hanya bank CIMB Niaga yang mendirikan kantor cabang unit syariah yaitu sebanyak 29 unit. Sedangkan pada tahun 2015 tercatat ada 109 perbankan Indonesia dan ada 6 perbankan Indonesia yang berdomisili di luar negeri. Seperti di tabel dibawah ini.

**TABEL 1 PERBANKAN INDONESIA YANG BERDOMISILI DI LUAR NEGRI**

No	Nama Bank	Kantor Cabang	Kantor Cabang Pembantu	Unit Syariah
1	PT. Bank Central Asia, Tbk	2	-	
2	PT. Bank International Indonesia	2	-	
3	PT. Bank Mandiri (persero), tbk	5	2	
4	PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk	1	-	
5	PT. Bank Negara Indonesia (persero), Tbk	5	1	
6	PT. Bank Rakyat Indonesia (persero),Tbk	2	1	

*Sumber : Direktori Perbankan 2015 Otoritas Jasa Keuangan*

Dari tabel di atas terlihat 6 perbankan yang berdomisili di luar negeri salah satunya PT. Bank Mandiri (persero) Tbk yang mendirikan kantor cabang sebanyak 5 unit dan 2 kantor cabang pembantu. Dan pada tabel di atas terlihat PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk yang merupakan satu-satunya perbankan syariah Indonesia yang mendirikan kantor cabangnya di luar negeri.

Maka dari itu, perusahaan jasa keuangan hendaknya menyusun strategi yang tepat baik dari *segmentasi*, *targeting* dan *positioning* perusahaan agar mampu bersaing dengan bank-bank Asing dan mampu mendirikan kantor cabang di luar negeri. Khususnya untuk bank-bank syariah agar mampu bersaing dengan bank-bank konvensional dan mendirikan kantor cabang di luar negeri. seperti Bank Kalsel Syariah yang merupakan bank pembangunan daerah Kalimantan Selatan yang sampai saat ini sudah mendirikan 16 unit Kantor Cabang dan 29 unit Kantor Cabang pembantu, sedangkan untuk kantor cabang syariah ada 2 unit dan Kantor Cabang Pembantu ada 8 unit. Dalam tahun 2015, Bank Kalsel telah beberapa kali menerima penghargaan baik dari kinerja keuangan ataupun dari pelayanan sebagai berikut:

1. Penghargaan atas Kinerja Keuangan
  - a. *Infobank Diamon Trophy* majalah Infobank atas Kinerja Sangat Bagus selama 20 tahun berturut-turut.
  - b. *The Most Efficient Bank* dan *The Most Realible Bank* dari PT. Tempo Inti Media Harian dan *Indonesia Banking Schoolates* Kinerja atau Laporan Keuangan Bank Kalsel Tahun 2014.
2. Penghargaan atas Pelayanan
  - a. *Best Overall Performance Best Service Excellence Monitor (BSEM) Award 2015* kerjasama Marketing *Research* Indonesia (MRI) dengan Infobank.
  - b. *Gold Champion of Indonesia WOW Service Excellence Award 2015, Category Convencional Bank (BUKU I+II), Region Kalimantan.*

- c. *WOW Service Excellence Award 2015* (Banjarmasin WOW SEA 2015) yang diselenggarakan oleh *Markplus Insight* dan *Mareketeers*.<sup>4</sup>

Prestasi yang sudah diperoleh Bank Kalsel berdasarkan kinerja Bank Kalsel di bidang kepatuhan hukum, upaya membangun *corporate image* melalui komunikasi perusahaannya, prestasi dalam *handle* manajemen resiko perusahaan, serta upaya perusahaan dalam meningkatkan produk dan jasa Bank Kalsel kepada masyarakat luas.<sup>5</sup> Dari penghargaan yang sudah diperoleh Bank Kalsel dalam memajukan perusahaannya diharapkan agar Bank Kalsel khususnya untuk Bank Kalsel Syariah untuk menciptakan strategi yang tepat dan terus meningkatkan kinerjanya agar mampu bersaing dengan bank-bank syariah negara tetangga saat diberlakukannya MEA. Semua dapat dilakukan oleh perusahaan dengan *resegmentation*, *retargeting*, dan *repositioning*. Tujuannya adalah untuk menempatkan suatu merek dalam benak konsumen sehingga merek tersebut memiliki keunggulan di benak konsumen.

Segmentasi mengacu pada pengelompokkan ulang pasar, *retargeting* berarti memperbaharui pembidikan pasar sasaran (*target market*). Sedangkan *repositioning* atau *positioning* yaitu menentukan keunggulan suatu perusahaan, kemudian memilih keunggulan apa saja yang memang bisa diunggulkan dan semua itu akan disampaikan melalui bauran pemasaran untuk menciptakan posisi yang kita harapkan.

---

<sup>4</sup> Laporan Tahunan Bank Kalsel Tahun 2015

<sup>5</sup><http://oelach.blogspot.co.id/2013/01/bank-kalsel-sebet-4-penghargaan.html>. (11 April 2016).

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang akan dituangkan dalam karya ilmiah yang berbentuk sebuah skripsi dengan judul **Strategi *Positioning* Bank Kalsel Syariah dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015.**

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana kesiapan Bank Kalsel dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN ?
2. Bagaimana strategi *positioning* Bank Kalsel Syariah dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN ?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini:

1. Untuk mengetahui kesiapan Bank Kalsel Syariah dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN.
2. Untuk mengetahui strategi *positioning* Bank Kalsel Syariah dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN.

#### **D. Signifikansi Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk semua pihak yang bersangkutan dalam penelitian ini, baik manfaat secara praktis maupun secara teoritis.

2. Bagi Jurusan Perbankan Syariah, hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi studi atau kajian tentang perbankan syariah.
  - a. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta melihat lebih dekat kegiatan manajemen Bank Kalsel Syariah.
  - b. Bagi pembaca, penelitian ini dapat memberikan informasi yang valid secara tertulis maupun sebagai referensi mengenai kegiatan manajemen perbankan yang ada di Bank Kalsel Syariah.
  - c. Bagi Bank Kalsel Syariah, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menerapkan strategi *positioning*.

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

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam menginterpretasikan judul yang akan diteliti dan kekeliruan dalam memahami tujuan penelitian ini, maka perlu adanya batasan istilah agar lebih terarahnya penelitian ini.

1. Strategi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan diperang dan damai.<sup>6</sup> Strategi yang dimaksud oleh penulis di sini adalah strategi-strategi yang diterapkan oleh Bank Kalsel Syariah cabang dalam menghadapi MEA agar mampu bersaing dengan negara-negara tetangga yang tergabung dalam MEA.
2. *Positioning* adalah tindakan menentukan keunggulan suatu perusahaan, kemudian memilih keunggulan apa saja yang memang bisa diunggulkan dan

---

<sup>6</sup> <http://kbbi.web.id/strategi> (minggu 16 agustus 2015)

semua akan disampaikan melalui bauran pemasaran untuk menciptakan posisi yang diharapkan. Positioning dimaksud disini yaitu strategi positioning dari segi modal, produk, sumber daya manusia, informasi teknologi, pelayanan dan pendirian kantor cabang.

3. Bank syariah adalah lembaga perbankan yang menjalankan fungsi sebagaimana layaknya lembaga intermediasi dana dan penyedia jasa keuangan namun melaksanakan kegiatan usahanya dengan tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Bank syariah yang dimaksud ini adalah Bank Kalsel Syariah.
4. Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) adalah bentuk integrasi ekonomi ASEAN dalam artian adanya sistem perdagangan bebas antara Negara-negara ASEAN yang terdiri dari 10 negara yaitu Indonesia, Malaysia, Thailand, Singapura, Filipina, Brunei Darussalam, Vietnam, Laos, Myanmar dan Kamboja..<sup>7</sup>

#### **F. Kajian Pustaka**

Berdasarkan pada penelaahan penelitian terdahulu yang penulis lakukan berkaitan MEA, penulis menemuka penelitian yang menyangkut secara umum MEA yaitu

Farid Budi Kuswanto (111053000017) mahasiswa dari UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, skripsi karya ini membahas tentang strategi *positioning* Bank Muamalat dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015.

---

<sup>7</sup>Suka Sosial, *Pengertian Masyarakat Ekonomi Asean serta Pembahasannya*, <http://sukasosial.blogspot.com/2015/08/masyarakat-ekonomi-asean.html> (16 Agustus 2015).

Dimana peneliti disini membatasi membatasi ruang lingkup pembahasan masalah pada seputar strategi positioning produk-produk Bank Muamalat Indonesia dalam menghadapi MEA. yang digunakan oleh bank Muammalat Indonesia. Dalam penelitian ini Bank Muamalat telah berhasil menerapkan strategi positioning, hal ini dapat dilihat dari peningkatan pendapatan bersih, peningkatan jumlah DPK, serta peningkatan Aset yang cukup baik. Sedangkan dalam sektor pelayanan, nasabah Bank Muamalat dengan layanan yang diberikan Bank Muamalat, terlihat dari peningkatan jumlah pembiayaan serta penurunan dari keluhan masyarakat atau nasabah terhadap Bank Muamalat. Sedangkan posisi tawar Bank Muamalat berada pada posisi kompetitif, dan peluang Bank Muamalat dalam menghadapi MEA terlihat menjanjikan dari kondisi saat ini.

Aditya Artha Febiyanto (050910101090) mahasiswa dari Universitas Jember Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Politik dengan judul Kesiapan Indonesia Dalam Menghadapi Investasi Asing Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015, dalam skripsi ini membahas tentang bagaimana strategi-strategi yang di siapkan Indonesia untuk menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015. Hal pertama yang dilakukan yaitu membandingkan pendapatan perekonomian tahun sebelumnya dengan tahun yang sekarang sehingga Indonesia bisa menilai apa saja kekurangan dan kelebihan dari sektor ekonomi Indonesia. Salah satunya Indonesia juga akan lebih meningkatkan kualitas produk agar mampu bersaing dengan produk-produk luar nantinya. Dari judul skripsi ini berkaitan dengan Strategi Positioning yang juga membahas tentang strategi-strategi yang dilakukan sebuah perusahaan agar mampu bersaing

dengan perusahaan lain dan kualitas produk perusahaan, informasi teknologi, kantor cabang dan modal.

Jurnal ilmiah yang ditulis oleh Anny Ratnawati, dosen Ilmu Ekonomi Pertanian dan MMA, Pekolah Pascasarjana IPB yang berjudul *Potensi dan Strategi Pengembangan Bank Syariah di Indonesia*. Jurnal ini membahas tentang potensi yang dimiliki oleh Bank Syariah yang ada di Indonesia serta strategi bagaimana memanfaatkan setiap potensi yang dimiliki bank-bank syariah. Mulai dari faktor-faktor internal hingga factor-faktor eksternal yang menjadi acuan dalam menentukan strategi yang akan digunakan oleh bank-bank syariah dalam memanfaatkan setiap potensinya agar bank-bank syariah dapat mengembangkan perusahaannya.

Dari penulisan skripsi terdahulu berbeda dengan skripsi penulis dari segi subjek dan objeknya. Serta dari segi pembahasannya. karena dari permbahasan penulisan terdahulu itu dibatasi hanya membahas tentang strategi pemasaran produk, strategi memanfaatkan potensi Bank, sementara penulis di sini membahas strategi positioning secara keseluruhan yaitu tentang modal, produk, sumber daya manusia, informasi teknologi, pelayanan, dan pendirian kantor cabang.

#### **G. Sistematika Penulisan**

Penulisan skripsi ini disusun dalam 5 (lima) bab yang diambil dari referensi-referensi, baik dari buku, internet, maupun data-data atau dokumen-

dokumen serta hasil wawancara langsung dengan para pegawai Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin.

Bab I pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah yang menguraikan alasan memilih judul dan gambaran dari permasalahan yang diteliti. Permasalahan yang tergambarakan dirumuskan dalam perumusan masalah, setelah itu disusun tujuan penelitian yang merupakan substansi dari hasil yang diinginkan dalam bab ini juga dirumuskan signifikansi penelitian yang merupakan kegunaan atau manfaat dari hasil penelitian. Definisi operasional digunakan untuk membatasi istilah-istilah dalam penelitian yang bermakna umum dan luas. Kajian pustaka ditampilkan sebagai adanya informasi atau tulisan dari aspek yang lain sedangkan sistematika penulisan merupakan tata cara penulisan skripsi yang bersifat sistematis serta terstruktur secara keseluruhan.

Bab II Landasan Teori, penulis menyajikan tentang teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan penelitian yaitu landasan teori ini berisi mengenai strategi, teori STP (*segmentasi, targeting, positioning*), latar belakang, tujuan, tantangan dan peluang diberlakukannya masyarakat ekonomi ASEAN (MEA).

Bab III Metode Penelitian, penulis mengutarakan tentang bagaimana penelitian ini dilakukan yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, data dan sumber data penelitian, juga teknik yang digunakan untuk pengumpulan data serta analisis data.

Bab IV penyajian data dan laporan penelitian, pada bab ini penulis menyajikan hasil penelitian dan analisis, yaitu meliputi gambaran umum dan sejarah berdirinya Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin, identitas subjek

penelitian, data tentang strategi positioning Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin menghadapi MEA, kekuatan dan kelemahan Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin serta peluang dan hambatan Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin dalam menghadapi MEA serta dari temuan hasil penelitian maka penulis mengadakan penganalisisan hasil penelitian tersebut.

Bab V penutup, bab ini penulis akan mengemukakan simpulan dan saran