

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sudah berabad-abad lamanya ekonomi dunia didominasi oleh sistem bunga dan hampir semua transaksi khususnya dalam perbankan dikaitkan dengan bunga. Pengalaman ratusan tahun dalam dominasi bunga telah membuktikan ketidakberdayaan sistem ini dalam menjembatani ketimpangan ini. Banyak orang kaya yang menjadi semakin kaya di atas beban orang lain, begitu juga banyak negara mencapai kemakmurannya di atas kemiskinan negara lain. Kesenjangan ekonomi semakin melebar antara negara maju dan negara berkembang, sedangkan di dalam negara berkembang kesenjangan itu semakin dalam.¹

Atas fenomena seperti di atas hanya sedikit orang yang menyadari bahaya bunga bagi terciptanya keadilan ekonomi. Di tengah pesatnya persaingan dunia perbankan nasional yang menerapkan sistem bunga, dengan menggunakan sistem ekonomi islam yang berlandaskan kepada al-qur'an dan hadits. Perbankan syariah muncul dan mampu bersaing bahkan kini perkembangannya amatlah pesat.

Seperti yang telah diketahui, fungsi dasar dari bank itu adalah mengumpulkan dana bagi masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dana.² Selain itu bank juga dapat memberikan jasa-jasa keuangan dan pembayaran lainnya, dengan tujuan untuk mempermudah

¹Soerjono Soekanto, *Kesadaran Hukum dan Kepatuhan*, (Jakarta: CV. Rajawali,1982), hlm. 35.

²Hermansyah, *Hukum Perbankan Nasional*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 19.

segala bentuk transaksi yang dilakukan oleh masyarakat dan sebagai kegiatan penunjang untuk menghimpun dan menyalurkan dana. Selain itu bank juga dapat memberikan jasa keuangan dan pembayaran lainnya, dengan tujuan untuk mempermudah segala bentuk transaksi yang dilakukan oleh masyarakat dan sebagai kegiatan penunjang untuk menghimpun dana masyarakat.³

Dalam hal ini, apabila bank menginginkan produknya mudah untuk dijual dan ekspansif atau dalam kata lain banyak diminati oleh nasabah maupun calon nasabahnya, maka persyaratan dan produknya harus dipermudah. Misalnya kemudahan dalam hal memperoleh produk itu, baik secara persyaratan dokumentasi, transaksi pembayaran maupun prosedur-prosedur lainnya. Produk tersebut haruslah dapat menjawab semua kebutuhan masyarakat. Inilah salah satu persoalan yang harus dihadapi suatu bank dalam menciptakan produk baru.

Dari setiap produk yang diluncurkan oleh bank, pasti bertujuan untuk menarik minat masyarakat agar membeli atau mempergunakan produk yang dikeluarkan oleh bank yang bersangkutan. Produk sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan, pentingnya suatu produk fisik bukan terletak pada kepemilikannya, tetapi pada jasa yang dapat diberikannya.⁴

Kemunculan bank-bank syariah kini semakin banyak di Indonesia. Eksistensi perbankan syariah di Indonesia diawali oleh terbentuknya PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk pada 1 November tahun 1991 atau 24 Rabi'us Tsani

³Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 19.

⁴Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan pengendalian*, (Jakarta: Salemba Empat, 1995), hlm. 9.

1412 H. Pendirian Bank Muamalat Indonesia digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendikia Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari pemerintah Republik Indonesia.⁵ Berdirinya Bank Muamalat Indonesia merupakan indikasi awal dari perkembangan lembaga syariah di Indonesia. Konsep ekonomi syariah diyakini menjadi sistem yang efektif bagi Bank Muamalat sehingga tidak terpengaruh oleh gejala krisis ekonomi, bahkan konsep ekonomi syariah dapat menarik minat pihak perbankan konvensional untuk mendirikan bank yang menggunakan sistem syariah.

Bank Muamalat adalah Bank Syariah pertamadi Indonesia yang menggunakan konsep perbankan syariah. Mempunyai kebijakan dan arah tujuan yang disesuaikan dengan prinsip-prinsip ajaran islam dalam segalanya.

Strategi nasabah yang mengharuskan perusahaan perbankan untuk secara cermat menentukan kebutuhan nasabah dari sudut pandang konsumen bukan dari sudut pandang perusahaan. Sistem yang baik adalah sistem yang melayani apa yang paling diinginkan orang. Tujuannya adalah menciptakan penyimpanan dan pinjaman melalui nasabah.

Perubahan yang dialami oleh nasabah baik karena faktor eksternal maupun internal merupakan permasalahan bagi perbankan dalam memahami keputusan nasabah.

Bank Muamalat sebagaimana dengan fungsi perbankan dia menjalankan tugasnya berupa menghimpun, menyalurkan serta memberikan jasa lainnya.

⁵<http://www.bankmuamalat.co.id>. Diakses pada tanggal 11 Juni 2018 jam 12.40 Wita.

Menghimpun dana dari masyarakat yang dilakukan oleh Bank Muamalat ini mencakup tiga hal yakni tabungan, giro dan deposito. Jenis tabungan yang ditawarkan oleh Bank Muamalat, antara lain: Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah, Tabungan iB Muamalat, Tabungan iB Muamalat Dollar, TabunganKu, Tabungan iB Muamalat Rencana, Tabungan iB Muamalat Prima, Tabungan iB Muamalat Sahabat, Tabungan iB Muamalat Sempel. Adapun jenis giro wadiah yang ditawarkan, antara lain: Giro iB Muamalat Attijary, Giro iB Muamalat Ultima, dan Deposito Mudharabah iB Muamalat. Adapun jenis kartu Shar-e Debit, yang ditawarkan antara lain: Kartu *Shar-e Gold Debit* dan Kartu *Shar-e Debit Reguler*.

Bank Muamalat juga menyalurkan beberapa pembiayaan, pembiayaan yang ditawarkan Bank Muamalat antara lain: KPR iB Muamalat, Pembiayaan iB Muamalat Multiguna dan Pembiayaan iB Pensiun.

Sebagai Pionir dan Inovator, BMI terus menunjukkan reputasinya. Bukti inovasi dan kepeloporan itu kembali diwujudkan melalui peluncuran produk Kartu *Shar-e* yang diluncurkan pada tahun 2004 juga merupakan tabungan instan pertama di Indonesia. *Shar-e* berupa paket layanan berupa *Starter Pack* berisi tabungan instan syariah yang memadukan fasilitas rekening online, ATM Debit, dan *Phone Banking* dalam satu kartu.

Manajemen berinovasi dengan meluncurkan kartu *Shar-e* yang merupakan produk tabungan dan investasi syariah berbasis teknologi yang dikombinasikan dengan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) bersama yang diluncurkan oleh Bank Muamalat Indonesia.

Pada tahun 2011 Bank Muamalat meluncurkan kartu *Shar-e Gold Debit*. Dalam kesempatan tersebut, *Shar-e Gold Debit* dinobatkan oleh Musium Rekor Indonesia (MURI) sebagai kartu debit syariah berteknologi *Chip* pertama di Indonesia serta layanan *E-channel* seperti *Internet Banking*, *Mobile Banking*, ATM, dan *Cash Management*.⁶ Dengan teknologi tersebut, nasabah akan bertransaksi lebih aman, terutama dari ancaman kejahatan penggandaan kartu (*skimming*). Dengan jaringan global dan teknologi kelas dunia *Visa*, para pemegang kartu juga dapat menikmati manfaat pembayaran non tunai namun tetap berpegang pada prinsip syariah. *Shar-e Gold* merupakan penyempurnaan fitur dari produk Tabungan Ummat yang sebelumnya telah sedemikian dikenal.⁷

Shar-e Gold Debit adalah kartu debit yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi di ATM dan di toko/merchant dalam dan luar negeri. Di dalam negeri kartu *Shar-e Gold Debit* dapat digunakan untuk melakukan transaksi di ATM Bank Muamalat dan ATM Bersama, Di luar negeri kartu *Shar-e Gold Debit* dapat digunakan untuk melakukan penarikan tunai dan mengecek saldo diseluruh ATM Bank yang berlogo plus.

BMI terus meningkatkan konten dan konteks produknya agar nasabah semakin terpikat. Hal ini tentunya diharapkan akan membuat layanan terhadap nasabah semakin loyal dan terpuaskan. Ini adalah fasilitas yang diberikan kepada nasabah *Shar-e Gold Debit* yaitu dengan memanjakan nasabah dengan memberikan kemudahan bertransaksi dengan perbankan.

⁶<http://www.bankmuamalat.co.id>. Diakses pada tanggal 11 Juni 2018 jam 12.50 Wita.

⁷<http://www.nontunai.com/shar-e-debit-gold/>. Diakses pada tanggal 26 september 2018 jam 11.55 Wita

Untuk meraih konsumen yang lebih luas, diperlukan strategi pemasaran yang lebih tepat agar asumsi para masyarakat tentang Kartu *Shar-e Gold Debit*, strategi dalam pemasaran merupakan suatu cara untuk menarik nasabah menggunakan produk yang telah dikeluarkan oleh lembaga atau instansi tersebut. Setiap melakukan bisnis maka disana ada strategi karena itu adalah acuan dalam pemasaran, sepanjang strategi tersebut tidak menghalalkan segala cara baik berbentuk penipuan ataupun kebohongan yang merugikan pihak lain.

Salah satu teknik analisa yang digunakan dalam mengetahui strategi pemasaran adalah analisis *SWOT*. Menurut Freddy Rangkuti Analisis *SWOT* adalah analisis yang memiliki makna sebuah metode dari suatu rancangan strategis dalam berbagai bidang. Analisis *SWOT* juga dikatakan sebagai analisa terhadap kekuatan dan kelemahan dari dalam yang akan digabungkan dengan melihat peluang dan ancaman dari luar.⁸

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Analisis *SWOT* Penggunaan Kartu *Shar-e Gold Debit* pada Bank Muamalat Kantor Cabang Banjarmasin”.

⁸Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm. 6.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dibuatlah rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran penggunaan kartu *Shar-e Gold Debit* pada Bank Muamalat Kantor Cabang Banjarmasin?
2. Faktor internal dan eksternal apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, ancaman serta peluang penggunaan kartu *Shar-e Gold Debit* pada Bank Muamalat Kantor Cabang Banjarmasin ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada pokok permasalahan di atas, maka ada beberapa tujuan yang ingin dicapai dari hasil penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran penggunaan kartu *Shar-e Gold Debit* pada Bank Muamalat Kantor Cabang Banjarmasin.
2. Mengidentifikasi dan menganalisa Faktor internal dan faktor eksternal apa saja yang menjadi kekuatan serta kelemahan dan yang menjadi peluang serta ancaman penggunaan kartu *Shar-e Gold Debit* pada Bank Muamalat Kantor Cabang Banjarmasin.

D. Signifikansi Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan nantinya diperoleh hasil-hasil yang bermanfaat

1. Dari hasil penelitian ini bisa digunakan untuk menambah wawasan intelektualitas mengenai produk perbankan syariah dari Bank Muamalat salah satunya adalah kartu *Shar-e Gold Debit*.
2. Bagi Bank Muamalat diharapkan hasil penelitian ini dapat menghasilkan informasi yang dapat dijadikan bahan masukan untuk perkembangan kartu *Shar-e Gold Debit* agar terus dikembangkan.
3. Dapat menjadi acuan atau rujukan bagi peneliti yang berkeinginan untuk mengambil hal yang sama namun dalam permasalahan yang berbeda.
4. Menambah wawasan serta ilmu pengetahuan peneliti dan pembaca khususnya agar lebih mengerti dan memahami masalah yang diangkat oleh peneliti.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memberikan interpretasi judul yang diambil, maka peneliti memberikan penegasan pengertian sebagai berikut:

1. Analisis *SWOT* adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perubahan.⁹ Yang dimaksud penulis disini adalah perencanaan strategi Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dalam mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada

⁹Fredy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Analisis SWOT*, (PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta, 2006), hlm. 18.

dalam kartu *Shar-e Gold Debit*. Untuk melakukan analisis, kekuatan dan kelemahan dikelompokkan ke dalam faktor *Internal*, sedangkan peluang dan ancaman diidentifikasi sebagai faktor *Eksternal*.

2. *Shar-e Gold Debit* adalah kartu debit yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi di ATM dan di toko/merchant dalam dan luar negeri, berupa paket layanan berisi tabungan instan syariah yang memadukan fasilitas rekening online, ATM Debit dan *Phone Banking* dalam satu kartu.

F. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelaahan terhadap penelitian yang peneliti lakukan berkaitan dengan masalah yang akan diteliti, peneliti menemukan ada beberapa penelitian, yaitu:

1. Sri Marziyati, 1301160345, Jurusan Perbankan Syariah/Syariah dan Ekonomi Islam, IAIN Antasari Banjarmasin, “Strategi Pemasaran Produk Arrum Haji pada PT Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk Arrum Haji yang ada PT Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin. Perbedaannya penelitian ini terletak pada produk dan lokasi penelitian.
2. Muhammad Heryunian Noor, 0601157351, Jurusan Ekonomi Syariah yang berjudul “Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Bisnis Usaha Restoran Cepat Saji Az-Express Food” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran usaha bisnis dan bagaimana strategi bauran

pemasaran (*Marketing Mix*) yang dilakukan oleh pihak manajemen Az-Express Foof Banjarbaru dalam memasarkan usahanya. Perbedaannya penelitian ini terletak pada produk dan lokasi penelitian.

3. Rusida Hartini, 1201160294, Jurusan Perbankan Syariah, IAIN Antasari Banjarmasin, berjudul “Strategi Pemasaran Produk *Safe Deposit Box* IB Ar-Rahman Pada Bank Kal-Sel Syariah Cabang Banjarmasin” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran *Safe Deposit Box* iB Ar-Rahman pada Bank Kalsel Syariah Cabang Banjarmasin dan apa saja kendala dalam memasarkan produk tersebut. Perbedaannya penelitian ini terletak pada produk dan lokasi penelitian.

G. Sistematika Penulisan

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

Bab I Pendahuluan, pada bab ini menguraikan Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Definisi Operasional, Kajian Pustaka, Sistematika Penulisan dan Metode Penelitian.

Bab II Landasan Teori, pada bab ini berisi landasan teori, penelitian terdahulu.

Bab III Metode Penelitian, pada bab ini berisi penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data yang digunakan, metode pengumpulan data, serta metode analisis data.

Bab IV Laporan Hasil Penelitian, pada bab ini berisi hasil dan pembatasan yang menguraikan analisis menyeluruh atas penelitian yang dilaksanakan.

Bab V Penutup, pada bab ini berisi kesimpulan serta saran dan keterbatasan dari penulis yang merupakan hasil dari penelitian yang dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan.