

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

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

Didirikannya Bank Islam dilatarbelakangi oleh keinginan umat Islam untuk memperoleh kesejahteraan lahir dan batin melalui keinginan muamalah yang sesuai dengan perintah Agama-Nya, sekaligus sebagai alternatif pilihan dalam mempergunakan jasa-jasa perbankan yang dirasakan oleh masyarakat lebih sesuai dengan kebutuhan dan porsi dari setiap nasabah.

Lahirnya Bank Syariah yang beroperasi berdasarkan sistem bagi hasil sebagai alternatif pengganti bunga, merupakan peluang bagi umat Islam untuk menjauhi diri dari Bank konvensional, tujuannya untuk mensyariatkan diri dari riba. Selain mampu menghindarkan diri dari dampak negatif penerapan bunga, Bank Syariah dengan sistem bagi hasil dinilai mampu mengalokasikan sumber daya dan sumber dana secara efisien. Kemampuan untuk mengalokasikan sumber dana secara efisien inilah merupakan modal utama untuk menghadapi persaingan pasar dan perolehan laba.

Salah satu Bank Syariah adalah PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru yang memiliki Kantor Cabang Pembantu di Martapura yakni BNI Syariah KCP Martapura. Ada tiga produk dalam bank syariah antara lain pendanaan, pembiayaan, dan juga jasa perbankan, salah satunya pendanaan.

Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Martapura ini memiliki beberapa produk tabungan hasanah seperti ;

1. Tabungan BNI iB Hasanah
2. Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah
3. Tabungan BNI Baitullah iB Hasanah
4. Tabungan BNI Tunas iB Hasanah
5. Tabungan BNI Tapenas iB Hasanah
6. dTabungan BNI Prima iB Hasanah
7. Tabungan BNI SimPel iB Hasanah

Salah satu produk pendanaan yang banyak menarik minat masyarakat adalah Tabungan BNI Tunas iB Hasanah di bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Martapura, dimana produk tersebut menggunakan akad *mudharabah*. Biaya yang di gunakan pada produk tersebut lebih kecil dibandingkan dengan produk giro atau deposito. Selain itu produk Tabungan BNI Tunas iB Hasanah dapat berguna untuk sarana investasi yang murni sesuai syariah.

Tabungan BNI Tunas iB Hasanah adalah tabungan untuk anak-anak dan pelajar yang berusia dari 0-17 tahun di lengkapi dengan akta kelahiran dan setoran awal minimal Rp 100.000,00 dengan bagi hasil yang kompetitif.

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan dengan (*Funding Assistant*) untuk jumlah nasabah Produk BNI Tunas iB Hasanah di bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Martapura dari Tahun 2018-2020 adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1

BNI TUNAS iB HASANAH			Pertambahan Nasabah
Per 31 Desember	2018	2.484	361
Per 31 Desember	2019	2.845	120
Per 31 Oktober	2020	2.965	

Tabel diatas dapat di tarik kesimpulan bahwa untuk tabungan BNI Tunas iB Hasanah per 31 Desember tahun 2018 nasabahnya berjumlah 2.484, per 31 Desember tahun 2019 nasabahnya berjumlah 2.845, per 31 Oktober 2020 jumlah nasabahnya adalah 2.965. Dapat dilihat bahwa dalam tabungan tunas ib hasanah mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Namun, untuk jumlah pertambahan nasabahnya dapat dilihat menurun, dari tahun 2018 ke 2019 berjumlah 361. Dari tahun 2019 ke 2020 berjumlah 120 nasabah.

Menentukan strategi memerlukan sebuah analisis, dari menganalisis ini bisa mengetahui secara mendetail mengenai keadaan yang terjadi. Tentunya itu sangat memudahkan untuk menentukan strategi pemasaran tersebut. Penulis menggunakan analisis SWOT untuk menganalisis bagaimana promosi yang dilakukan oleh pihak bank dalam memasarkan produk tabungan tersebut. SWOT merupakan kepanjangan dari S (Strength), W (Weakness), O (Oppurtunity), dan T (Threats). *Strength* digunakan untuk mempelajari kekuatan yang dimiliki. *Weakness* di gunakan untuk mempelajari kelemahan yang di miliki. *Oppurtunity* di gunakan untuk mencari peluang atau terobosan baru. Dan *Threats* di gunakan untuk mempelajari ancaman.

Penjelasan diatas dapat di simpulkan bahwa penelitian ini di tujukan untuk mengetahui bagaimana strategi promosi pada produk BNI Tunas iB Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabah dan untuk mengetahui lebih jelas seperti apa hambatan atau kendala dalam memasarkan Tabungan Tunas iB Hasanah, maka penulis tertarik untuk meneliti masalah tersebut dengan judul **“ANALISIS PROMOSI PADA PRODUK TABUNGAN BNI TUNAS iB HASANAH DI BNI SYARIAH KCP MARTAPURA”**

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana Strategi Pomosi yang di terapkan pada produk tabungan BNI Tunas iB Hasanah di Bank BNI Syariah KCP Martapura ?

2. Bagaimana analisis SWOT pada produk tabungan BNI Tunas iB Hasanah di Bank BNI Syariah KCP Martapura ?

### **C. Tujuan Penelitian**

- a. Mengetahui strategi promosi yang di terapkan pada produk tabungan BNI Tunas iB Hasanah di Bank BNI Syariah KCP Martapura.
- b. Mengetahui bagaimana analisis SWOT produk pada tabungan BNI Tunas iB Hasanah di Bank BNI Syariah KCP Martapura.

### **D. Signifikansi Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk kepentingan teoritis dan praktis :

#### 1. Signifikansi Teoritis :

- a. Bahan untuk menambah sekaligus memperluas wawasan pengetahuan tentang permasalahan yang diteliti, baik bagi penulis sendiri maupun pihak lain yang ingin mengetahui secara mendalam tentang permasalahan tersebut.
- b. Menjadi bahan informasi bagi kalangan masyarakat umum dan pihak-pihak yang berkepentingan terutama mahasiswa/i.
- c. Menjadi bahan referensi atau rujukan untuk mahasiswa/i kedepannya dalam melakukan penelitian yang sejenis.

#### 2. Signifikansi Praktis :

- a. Bahan masukan bagi Bank BNI Syariah KCP Martapura untuk meningkatkan promosi pada produk tabungan BNI Tunas iB Hasanah agar menjadi lebih baik lagi.

## **E. Definisi Operasional**

Untuk memberikan gambaran yang jelas maksud dari istilah yang digunakan di dalam judul penelitian ini, penulis perlu memberikan definisi operasional terhadap beberapa istilah dimaksud :

1. Promosi adalah bagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar, dengan menggunakan komposisi bauran promosi. (Kotler, Manajemen Pemasaran, 2000, hal. 119). Promosi yang dimaksud disini adalah promosi yang dilakukan oleh Bank BNI Syariah untuk meningkatkan jumlah nasabah.
2. Produk adalah apapun yang bisa ditawarkan kepada pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan (Wikipedia, 2019). Produk disini adalah produk tabungan BNI Tunas iB Hasanah di BNI Syariah KCP Martapura.
3. Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu (Kasmir, 2002, hal. 57).
4. Tabungan BNI Tunas iB Hasanah (Tunas ; Tabungan Perencanaan Masa Depan) adalah tabungan untuk anak-anak dan pelajar yang berusia di bawah 17 tahun (Hidayat, 2016, hal. 46). Tabungan ini menggunakan akad Mudharabah.

## **F. Kajian Pustaka**

Untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian yang ada, maka diperlukan kajian pustaka dari penelitian terdahulu yakni :

Penelitian yang dilakukan oleh Umi Fatikhotussolikha (201-12-006) jurusan D III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada tahun 2015 dengan judul “ Analisis Pemasaran pada Tabungan Tunas iB Hasanah di PT Bank BNI Syariah Kantor Kas

Hidayatullah Banyumalik ”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan suatu sistem pemasaran yang efektif dan efisien sangat berpengaruh terhadap perkembangan produk. Dari 7 elemen mix promotion (bauran promosi) yang diterapkan, public relation (PR) ternyata elemen yang sangat berpengaruh besar terhadap perkembangan Tabungan Tunas iB Hasanah. Prosedur pembukaan rekening Tabungan Tunas iB Hasanah sangat mudah, dan tabungan ini memiliki keunggulan yang tidak akan ditemukan pada tabungan yang lain dari segi pelayanan ataupun pendidikan. Persamaan dari Umi Fatikhotussolikha adalah sama-sama meneliti tentang pemasaran produk tabungan Tunas iB Hasanah. Perbedaan dengan penulis yaitu tempat penelitian yang berbeda.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmat Hidayat (1110053000061) Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi pada tahun 2016 dengan judul “ Evaluasi Strategi Pemasaran Produk Tabungan Tunas iB Hasanah pada BNI Syariah Cabang Fatmawati “. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati telah melaksanakan strategi pemasaran dengan menggunakan strategi segmentasi pasar (segmentation), strategi penentuan pasar sasaran (targeting), dan strategi posisi pasar (positioning) serta marketing mix yang meliputi place, price, product, dan promotion serta melakukan kerja sama dengan beberapa sekolah dalam melakukan promosi untuk memasarkan produk tabungan ini. Hambatan yang dihadapi oleh Bank BNI Syariah dalam memasarkan produknya adalah memperkenalkan Tabungan Tunas iB Hasanah yang sudah memiliki tabungan anak dibank lain, selain itu masih ada orang tua siswa yang tidak ingin anaknya menabung. Persamaan dari Rahmat Hidayat sama-sama meneliti tentang produk tabungan Tunas iB Hasanah. Perbedaannya dengan penulis adalah jika peneliti lebih ke evaluasi strategi pemasaran dalam bank BNI Syariah sedangkan penulis terfokus pada analisis pemasaran pada produk tabungan Tunas iB Hasanah, selain itu tempat penelitiannya juga berbeda.

Penelitian yang dilakukan oleh Ida Nova (54154160) Jurusan D III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tahun 2018 dengan judul “ Penerapan Produk Tabungan dengan Akad Mudharabah pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Medan Jl. H. Adam Malik”. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini bahwasanya prinsip Mudharabah dalam perbankan syariah biasanya ditetapkan pada produk-produk pembiayaan dan pendanaan, seperti produk pendanaan dalam bentuk tabungan BNI syariah KC Medan dengan akad mudharabah, diantaranya: Tabungan BNI iB Hasanah, BNI Bisnis iB Hasanah, BNI Prima iB Hasanah, BNI Baitullah iB Hasanah, BNI Tunas iB Hasanah, BNI Tapenas iB Hasanah, BNI Deposito iB Hasanah, dan Tabungan BNI Giro iB Hasanah. Adapun sistem bagi hasil pada PT. Bank BNI Syariah menggunakan revenue sharing karena bank ini belum sepenuhnya dalam kegiatan operasionalnya menggunakan prinsip syariah. Persamaan dari Ida Nova adalah sama-sama membahas tentang produk tabungan yang berakadkan mudharabah. Perbedaannya, kalau peneliti lebih ke semua produk yang berakadkan mudharabah, sedangkan penulis terfokus pada satu produk yang berakadkan mudharabah (Tabungan Tunas iB Hasanah), selain itu tempat dalam melakukan penelitiannya pun berbeda.

## **G. Sistematika Penulisan**

Penyusunan skripsi yang dilakukan ini terdiri dari lima (5) bab, dengan sistematika sebagai berikut :

Bab I adalah pendahuluan, yaitu berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kajian pustaka, dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan landasan teori yang menerangkan, menguraikan, dan menjabarkan masalah-masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang

mendukung dari buku, jurnal maupun skripsi terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang di teliti dan juga sumber informasi dari referensi media lainya.

Bab III merupakan metode penelitian, yang berisi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab IV berisi tentang hasil penelitian ANALISIS PROMOSI PADA PRODUK TABUNGAN BNI TUNAS iB HASANAH DI BANK BNI SYARIAH KCP MARTAPURA. Lalu analisis data dan hasil analisis serta pembahasan yang telah sesuai dengan metode penelitian yang tercantum pada Bab III, sehingga memberikan suatu perbandingan dari hasil penelitian yang telah sesuai dengan kriteria yang ada dalam permasalahan dari rumusan masalah.

Bab V berupa penutup yang di dalamnya tertuang dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan adalah suatu ringkasan terhadap pembahasan yang telah dianalisis sebelumnya. Sedangkan saran merupakan suatu kontribusi pemikiran yang di berikan agar hasil penelitian ini berdampak positif sekaligus bermanfaat kedepannya.