

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Secara sederhana bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. Sedangkan lembaga keuangan adalah setiap perusahaan yang bergerak dibidang keuangan di mana kegiatannya apakah hanya menghimpun dana atau hanya menyalurkan dana atau kedua-duanya. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan /atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak¹.

Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok perbankan, sedangkan kegiatan memberikan jasa-jasa bank lainnya hanyalah merupakan pendukung dari kedua kegiatan diatas. Yang dimaksud dengan menghimpun dana adalah mengumpulkan atau mencari dana (uang) dengan cara membeli dari masyarakat luas dalam bentuk simpanan giro, tabungan dan deposito. Pembelian dana dari masyarakat ini dilakukan oleh bank dengan cara memasang berbagai strategi agar masyarakat mau menanamkan dananya². Sedangkan yang dimaksud dengan menyalurkan dana adalah melemparkan kembali dana yang diperoleh lewat simpanan giro,

¹ Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2014) hal.3, edisi revisi 2014

² Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2015) hal.13, edisi revisi

tabungan, dan deposito tersebut ke masyarakat dalam bentuk pinjaman (kredit) bagi bank yang berdasarkan prinsip konvensional atau pembiayaan bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah.

Perbankan syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan kegiatannya berdasarkan kepada nilai-nilai dan prinsip syariah yang sesuai dengan al-Quran dan hadist. Salah satu ciri khas bank syariah yaitu tidak menerima atau membebankan bagi hasil serta imbalan lainnya sesuai dengan akad-akad yang telah diperjanjikan. Selain itu, nama bank syariah biasa disebut dengan *Islamic Banking*.

Lahirnya bank syariah pertama di Indonesia yang merupakan hasil kerja tim MUI adalah dengan dibentuknya PT Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang akte pendiriannya ditandatangani pada tanggal 1 November 1991³. Pada saat penandatanganan akte pendirian ini terkumpul komitmen pembelian saham sebanyak Rp84 miliar. Pada tanggal 3 November 1991, dalam acara silaturahmi presiden di Istana Bogor, dapat dipenuhi dengan total komitmen modal disetor awal sebesar Rp106.126.382.000,00. Dengan modal awal tersebut, pada tanggal 1 Mei 1992 Bank Muamalat Indonesia mulai beroperasi. Hingga September 1999 bank muamalat Indonesia telah memiliki lebih dari 45 outlet yang tersebar di Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Balikpapan, dan Makassar⁴.

Semakin banyaknya pertumbuhan bank konvensional dan bank syariah di Indonesia menjadikan tingkat persaingan menjadi semakin ketat dalam

³ Kasmir op.cit hal.242

⁴ Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta : Gema Insani Press, 2001) hal. 25-26

pencarian nasabah. Dalam hal ini bank harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah secara tepat waktu. Serta bank harus mampu mengkomunikasikan keberadaan dan kelebihan produk yang dimilikinya dibandingkan dengan produk lainnya dari bank pesaing.

Bank sebagai lembaga keuangan yang menghasilkan jasa keuangan juga membutuhkan strategi pemasaran untuk memasarkan produk-produknya. American Marketing Association (AMA) mendefinisikan pemasaran sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan rencana penetapan harga, promosi, dan distribusi dari ide-ide, barang-barang dan jasa-jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individual dan organisasional⁵.

Dalam melakukan pemasaran bank memiliki beberapa sasaran yang hendak dicapai. Artinya, nilai penting pemasaran bank terletak dari tujuan yang ingin dicapai tersebut seperti dalam hal meningkatkan mutu pelayanan dan menyediakan ragam produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah. Untuk mencapai sasaran tersebut, maka bank perlu :

1. Menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabahnya.
2. Memberikan nilai lebih terhadap produk yang ditawarkan dibandingkan dengan produk pesaing.
3. Menciptakan produk yang memberikan keuntungan dan keamanan terhadap produknya.

⁵ Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi*, (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2007), hal. 181-182

4. Memberikan informasi yang benar-benar dibutuhkan nasabah dalam hal keuangannya pada saat dibutuhkan.
5. Memberikan pelayanan yang maksimal mulai dari calon nasabah menjadi nasabah yang bersangkutan.
6. Berusaha menarik minat konsumen untuk menjadi nasabah bank.
7. Berusaha untuk mempertahankan nasabah yang lama dan berusaha mencari nasabah baru baik dari segi jumlah maupun kualitas nasabah⁶.

Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang merupakan salah satu bank yang melakukan kegiatannya berdasarkan prinsip syariah. Bank ini berusaha memaksimalkan agar setiap produk yang diluncurkan atau dipasarkan memberikan pendapatan atau penghasilan sesuai dengan target yang telah ditentukan. Salah satu produk yang dimiliki oleh Bank Syariah Bukopin ini adalah Tabungan iB Multiguna, yaitu merupakan tabungan berjangka dengan potensi bagi hasil yang kompetitif guna memenuhi kebutuhan dimasa yang akan datang, sekaligus memberikan manfaat proteksi asuransi jiwa secara cuma-cuma⁷. Tabungan menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Syarat-syarat penarikan tertentu maksudnya adalah

⁶ Kasmir, *op.cit.*, hal 190-191

⁷ Brosur Bank Syariah Bukopin, Cabang Pembantu UPI YPTK Padang 2018

sesuai dengan perjanjian atau kesepakatan yang telah dibuat antara bank dan nasabah⁸.

Berikut ini adalah tabel jumlah nasabah Tabungan iB Multiguna 3 tahun terakhir.

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Tabungan iB Multiguna

No	Tahun	Jumlah (%)
1	2015	10 %
2	2016	12 %
3	2017	15 %

Sumber : *Bank Syariah Bukopin Capem UPI YPTK Padang*

Pemasaran memiliki cakupan yang lebih luas meliputi perumusan jenis produk, bagaimana cara menyalurkan produk, berapa harga yang akan ditetapkan terhadap produk tersebut dan cocok tidak dengan kondisi konsumennya, bagaimana cara promosi untuk mengkomunikasikan produk tersebut kepada konsumen, serta bagaimana mengatasi kondisi persaingan yang dihadapi oleh perusahaan dan sebagainya.

Dari latar belakang masalah yang diuraikan di atas, penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut tentang **“Strategi Pemasaran Tabungan iB Multiguna Pada Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu Universitas Putera Indonesia Yayasan Perguruan Tinggi Komputer (UPI YPTK) Padang”**.

⁸ Kasmir *op.cit* hal. 64

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan dalam meningkatkan jumlah nasabah Tabungan iB Multiguna pada Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, maka perlu diadakan pembatasan masalah yang akan diteliti. Penelitian ini difokuskan pada strategi pemasaran produk Tabungan iB Multiguna pada Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu Universitas Putera Indonesia Yayasan Perguruan Tinggi Komputer (UPI YPTK) Padang.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian dalam tugas akhir ini yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran produk Tabungan iB Multiguna pada Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang.

2. Kegunaan Penelitian

a. Menambah pengetahuan dan wawasan tentang bagaimana strategi pemasaran produk Tabungan iB Multiguna pada Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang.

- b. Sebagai referensi untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam menerapkan ilmu yang diperoleh dari bangku perkuliahan.
- c. Untuk memenuhi salah satu syarat agar mendapatkan gelar Ahli Madya (A.Md) pada jurusan Manajemen Perbankan Syariah program DIII di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) di UIN Imam Bonjol Padang.

E. Penjelasan Judul

- Strategi : Rencana yang dibuat atau tindakan yang dilakukan dalam rangka membantu organisasi memenuhi tujuan yang diinginkan⁹.
- Pemasaran : Kinerja aktivitas bisnis yang mengatur aliran barang dan jasa dari produsen ke konsumen¹⁰.
- Tabungan iB Multiguna : Tabungan berjangka dengan potensial bagi hasil yang kompetitif guna memenuhi kebutuhan dimasa yang akan datang, sekaligus memberikan manfaat proteksi asuransi jiwa secara cuma-cuma.
- Bank Syariah Bukopin : Salah satu bank syariah yang melaksanakan

⁹ Fandy Tjiptono, *op.cit.*, hal.3

¹⁰ *Ibid*, hal. 14

kegiatannya berdasarkan prinsip syariah yang mengacu kepada al-Quran dan Hadist.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis lakukan adalah *field research* (penelitian lapangan) dengan cara mengumpulkan data-data yang dianggap perlu dan dibutuhkan dari pengamatan langsung serta hasil wawancara yang penulis lakukan dengan pihak bank saat melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) atau Magang selama 1 bulan, yang dimulai pada tanggal 12 Februari 2018 - 12 Maret 2018 di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer diperoleh dari hasil wawancara secara langsung dengan pimpinan dan karyawan lainnya yang memahami tentang pemasaran Tabungan iB Multiguna pada Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang.

b. Data Sekunder

Data sekunder diambil dari buku-buku pedoman yang berkaitan dengan masalah yang diangkat dan catatan hal yang dianggap penting serta mendokumentasikan file-file yang berhubungan dengan strategi

pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah Tabungan iB Multiguna pada Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Cara mengumpulkan data dengan cara mewawancarai secara langsung karyawan bank yang memahami bagaimana strategi pemasaran Tabungan iB Multiguna pada Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang.

b. Observasi

Mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung pada proses pembukaan Tabungan iB Multiguna saat melakukan magang pada tanggal 12 Februari 2018 - 12 Maret 2018.

c. Dokumentasi

Mengumpulkan data tertulis berupa dokumen, file-file dan arsip yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dari Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang.

d. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses kerja dari seluruh tahapan pekerjaan yang mempunyai sejumlah informasi yang dapat memberikan gambaran suatu keadaan keterangan atau fakta yang mengenai suatu persoalan dalam bentuk kategori, huruf atau bilangan. Metodologi kualitatif menurut Bogdan dan Taylor adalah prosedur penelitian yang

menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati¹¹.

G. Sistematika Penulisan

- BAB I : Merupakan Pendahuluan yang terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Penjelasan Judul, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.
- BAB II : Merupakan Landasan Teori mengenai Pemasaran dan Simpanan Tabungan.
- BAB III : Gambaran umum perusahaan yang berisikan tentang Sejarah Berdiri, Visi dan Misi, Struktur Organisasi, Ruang Lingkup dan Produk-produk di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang.
- BAB IV : Pembahasan tentang Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan iB Multiguna.
- BAB V : Penutupan yang berisikan Kesimpulan dan Saran.

¹¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002) hal.3