

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan perdagangan dunia, perkembangan perbankan pun semakin pesat karena perkembangan dunia perbankan tidak terlepas dari perkembangan perdagangan. Bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat. Sebagaimana tertera dalam Undang-undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November tentang Perbankan, yang dimaksud BANK adalah *“Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau dalam bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”*.¹

Bank syariah pertama kali didirikan di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI) tahun 1992. Walaupun perkembangannya agak terlambat di bandingkan dengan Negara-negara muslim lainnya, perbankan syariah di Indonesia akan terus berkembang. Bila pada periode tahun 1992-1998 hanya ada satu unit Bank Syariah, maka pada tahun 2005 jumlah bank syariah di Indonesia telah bertambah 20 unit, yaitu 30 bank umum syariah dan 17 unit usaha syariah. Sementara itu, jumlah Bank

¹ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013)
hal.24

Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) hingga per April 2016 bertambah menjadi 165 buah.²

Dari banyak Lembaga Perbankan Syariah yang berkembang saat ini, Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana, menyalurkan dana dan memberikan jasa yang lainnya kepada masyarakat. Kehadiran BSM sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa.³

Dalam rangka mewujudkan perbankan terbaik, Bank Syariah Mandiri selalu berpegang teguh pada profesional, transparansi, keadilan, dan prinsip kehati-hatian. Didukung oleh beragam produk dan fasilitas perbankan terkini. Hal itu dilakukan agar masyarakat mengetahui dan tertarik untuk mengambil manfaat dari produk yang ditawarkan dengan keiginan dan kebutuhan masyarakat.

² Adiwarman, A.Karim, *BankIslam: Analisis fiqih dan keuangan*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2014) hal.25

³ Annual Report 2015, *Bank Syariah Mandiri*

Setiap bank syariah mempunyai bermacam-macam produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Di dalam menawarkan produknya maka terjadi persaingan antara bank-bank syariah sehingga perlu adanya usaha didalam masing-masing bank tersebut. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan berminat untuk mengambil manfaat dari produk-produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhannya.

Usaha pemasaran sangat penting dalam sebuah perusahaan termasuk bagi perbankan karena dengan meningkatkan usaha pemasaran, perusahaan atau lembaga keuangan mampu menaikkan penjualan terhadap produk yang mereka buat. Tujuan dari pemasaran itu sendiri untuk mengetahui dan memahami kebutuhan konsumen sehingga dengan meningkatkan usaha pemasaran yang efektif mampu membuat pelanggan tertarik untuk membeli produk atau jasa yang dijual, dan produk atau jasa yang di produksi oleh perusahaan atau lembaga keuangan tersebut mampu dikonsumsi atau digunakan oleh pelanggan dengan sebaik-baiknya.

Usaha pemasaran yang diterapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Dengan demikian usaha pemasaran yang dilakukan harus dapat memberikan gambaran yang jelas tentang apa yang dilakukan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa sasaran pasar. Usaha merupakan kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran

atau badan untuk mencapai suatu maksud atau mencari keuntungan, berusaha bekerja giat untuk mencapai sesuatu.⁴

Untuk mengenalkan produk-produk yang ada di bank kepada masyarakat luas diperlukan usaha pemasaran yang baik. Pemasaran berhubungan dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat. Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya.

Dalam memasarkan produknya, seorang pemasar harus pandai membaca situasi pasar sekarang dan dimasa yang akan datang. Artinya, pemasar harus cepat tanggap apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, kemudian kapan dan dimana dibutuhkannya. Dalam hal ini produsen harus menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen secara tepat waktu. Disamping itu seorang pemasar harus mampu mengkomunikasikan keberadaan dan kelebihan produk di bandingkan dengan produk lainnya dari pesaing. Produsen juga harus pandai menarik minat dan merayu konsumen untuk terus membeli dan mengkonsumsi produk yang ditawarkan melalui berbagai macam usaha yang dilakukan.⁵

⁴ Ety Rachaety dan Raih Tresnawati, *Kamus Istilah Ekonomi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005). cet.ke-1. h.159

⁵ Kasmir. *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007), hlm.164

Bank Syariah Mandiri memiliki berbagai macam produk diantaranya adalah produk pembiayaan (*financing*) yaitu pembiayaan mikro, pembiayaan kendaraan bermotor, pembiayaan griya BSM, dll. Dan produk tabungan (*funding*) di BSM yaitu Tabungan BSM, BSM Tabungan Mabur, BSM Tabungan Investa Cendikia, BSM Berencana, Tabungan BSM Dollar, BSM Tabungan Simpatik, dan TabunganKu, Deposito BSM Vallas, Giro BSM.⁶

Salah satu produk yang terdapat di Bank Syariah Mandiri adalah tabungan simpatik. Tabungan Simpatik adalah tabungan syariah yang menggunakan prinsip *wadi'ah* (titipan) yang penarikannya dapat dilakukan setiap waktu dan bisa dibuka oleh siapapun yang memerlukan tabungan ini.

Produk tabungan ini diperuntukkan penyaluran bantuan dan beasiswa dengan segmentasi mahasiswa dan pelajar serta tenaga non PNS. Pada saat ini nasabah produk tabungan simpatik masih dapat dikatakan sedikit, maka perlu adanya usaha pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan ini.

Keberhasilan suatu perusahaan berdasarkan keahliannya dalam mengendalikan usaha pemasaran yang dimiliki. Konsep pemasaran mempunyai seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan yaitu yang lebih dikenal dengan *marketing mix* (bauran pemasaran) yang diartikan sebagai perpaduan seperangkat alat pemasaran yang sifatnya

⁶ Brosur Bank Syariah Mandir Kantor Cabang Padang

dapat dikendalikan oleh perusahaan sebagai bagian dari upaya mencapai tujuan pada pasar sasaran.⁷

Dengan melihat usaha pemasaran yang dilakukan pada Bank Syariah Mandiri, dapat dilihat aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan usaha pemasaran saat ini.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Usaha Bagian Pemasaran Dalam Memasarkan Produk Tabungan Simpatik Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang”**

B. Rumusan dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dibuat rumusan masalah yaitu:

Bagaimana Usaha Bagian Pemasaran Dalam Memasarkan Produk Tabungan Simpatik pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang?

Agar lebih fokus dan mendapatkan hasil yang baik dalam penelitian serta dikarenakan keterbatasan peneliti maka penulis membatasi penelitian hanya pada usaha pemasaran produk tabungan simpatik dengan menggunakan strategi *marketing mix*.

⁷ *Ibid.*, hal 14

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui usaha apa saja yang dilakukan bagian pemasaran dalam memasarkan produk tabungan simpatik.

Pelaksanaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, antara lain:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang sistem syariah yang digunakan pada bank dan bagaimana memperkenalkan produk perbankan syariah kepada masyarakat.

2. Bagi Akademisi

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang perbankan syariah, khususnya produk yang dimiliki oleh perbankan syariah, juga dapat berguna bagi referensi dalam pembuatan Tugas Akhir khususnya Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam.

3. Bagi PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang

Penelitian yang dilakukan penulis di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang diharapkan mampu memberikan ide pikiran dan masukan dalam rangka sosialisasi produk syariah yang selama ini masyarakat belum mengetahui dengan jelas mengenai produk-produk yang ada.

D. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian adalah sekumpulan teknik atau cara yang digunakan dalam penelitian yang meliputi proses perencanaan, dan pelaporan hasil penelitian.

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yakni jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya. Prosedur penelitian ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.⁸

Dalam penelitian ini penulis menggunakan deskriptif dengan pendekatan studi kasus, dimana penelitian dilakukan pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang mengenai usaha pemasaran produk tabungan simpatik.

2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam rangka memperoleh data-data yang diperlukan untuk menunjang penelitian ini, penulis menggunakan teknik-teknik pengumpulan data yang terdiri dari:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*), yaitu peninjauan langsung pada perusahaan yang diteliti untuk memperoleh data primer.

Adapun kegiatan yang dilakukan adalah wawancara, yaitu

⁸ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), hlm.4

melakukan penelitian langsung pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang untuk mendapatkan data dan informasi yang diperlukan dengan melakukan tanya jawab dengan pihak-pihak yang erat hubungannya dengan penelitian.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*), yaitu teknik pengumpulan data untuk memperoleh data sekunder dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku, serta literatur-literatur yang ada hubungannya dengan masalah yang sedang diteliti yang berguna sebagai pedoman teoritis pada waktu melakukan penelitian lapangan dan mendukung serta menganalisis data.

E. Penjelasan Judul

Untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai apa yang dimaksud dalam judul laporan ini, maka perlu dijelaskan pengertian dari beberapa istilah yang terdapat dalam judul ini:

Usaha : Suatu kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran atau badan untuk mencapai suatu maksud atau mencari keuntungan, berusaha bekerja giat untuk mencapai sesuatu.⁹

Pemasaran : Suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola

⁹ Ety Rachaety dan Raih Tresnawati, *Kamus Istilah Ekonomi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005). cet.ke-1. h.159

hubungan pelanggan dengan cara menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya.¹⁰

Tabungan Simpatik : Tabungan berdasarkan prinsip *wadi'ah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat- syarat yang telah disepakati.¹¹

F. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Unsur-unsur yang dimuat dalam bab ini yaitu: latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai kajian teori yang melandasi dan mendukung penelitian. Landasan teori di dalam bab ini akan menyajikan landasan teori yang menguraikan hal-hal yang bersangkutan dengan materi yang akan dibahas dalam penelitian, dengan sumber dan referensi dari berbagai literatur.

BAB III : GAMBARAN UMUM BANK SYARIAH MANDIRI

Bab ini membahas mengenai gambaran umum Bank Syariah Mandiri, sejarah berdirinya bank syariah mandiri, visi dan misi bank syariah mandiri, struktur organisasi bank syariah mandiri, produk dan jasa bank syariah mandiri.

¹⁰ Kasmir. *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 164

¹¹ Brosur Bank Syariah Mandiri

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai deskripsi objek penelitian serta analisis data dan pembahasan yang dilakukan sesuai dengan alat analisis yang digunakan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dan terdapat saran-saran yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas untuk memperoleh solusi.

