BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam dunia perbankan, khususnya di Indonesia, semaraknya kegiatan perbankan baru dilakukan di era tahun 1980-an. Sebelumnya didunia perbankan di indonesia masih bersifat pasif, dalam arti hanya menunggu nasabah datang ke bank. Cara-cara seperti ini kemudian berubah dan ditinggalkan, karena ternyata masyarakat kurang mengerti fungsi perbankan.

Perubahan dunia yang begitu cepat telah memaksa produsen dan para penjual berpikir keras agar tetap eksis didunia nya. Perubahan ini diakibatkan oleh berbagai sebab seperti pesatnya pertumbuhan dan perkembangan teknologi, baik teknologi mesin, terlebih lagi teknologi telekomunikasi. Perkembangan teknologi mesin dari manual sampai ke serba-otomatis telah mampu mengubah mutu produk, mulai dari kemasan sampai kepada isinya yang semakin menarik dan kompetitif.[1] Oleh karena itu, kemajuan teknologi dimanfaatkan sebesar-besarnya untuk merebut hati konsumen agar membeli dan mengonsumsi produknya hanya melalui pemahaman pemasaran secara utuh dengan menjalankan upaya pemasaran yang tepat.

Pemasaran menarik perhatian yang sangat besar baik dari perusahaan, lembaga maupun antar bangsa. Bergesernya sifat dari distribusi dan penjualan menjadi pemasaran dalam suatu kebulatan. Berbagai organisasi dalam melaksanakan pemasaran seperti lembaga-lembaga pemerintah, organisasi

[1] Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana, 2010), h. 1

keagamaan dan lain-lain memandang pemasaran sebagai suatu cara baru untuk berhubungan dengan masyarakat umum. Umumnya negara-negara sedang berkembang mempelajari dan berusaha memperbaiki cara bersaing yang lebih baik dalam pemasaran dunia, baik dilakukan dengan cara penelitian, promosi dalam usaha memasarkan dan mendistribusikan barang-barang produknya.[2]

Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga bisa dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat. Para pesaing justru semakin gencar melakukan usaha pemasaran dalam rangka memasarkan produknya.[3]

Bagi dunia perbankan yang merupakan badan usaha yang berorientasi profit, kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan utama dan sudah merupakan suatu keharusan untuk dijalankan. Tanpa kegiatan pemasaran jangan diharapkan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang akan terpenuhi. Karena itu, bagi dunia usaha apalagi seperti usaha perbankan perlu mengemas kegiatan pemasarannya secara terpadu dan melakukan terus-menerus riset pasar.

Dari penjelasan tersebut dapat diuraikan bahwa pemasaran merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa. Untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen,

UIN IMAM BONJOL PADANG

[2] Mursid, *Manajemen Pemasaran,* (Jakarta : Bumi Aksara, 2003), h. 3
[3]Kasmir,*op.cit.*,h. 51

maka setiap perusahaan perlu melakukan riset pemasaran, karena dengan melakukan riset pemasaran inilah bisa diketahui keinginan dan kebutuhan konsumen yang sebenarnya.[4]

PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sawahlunto memiliki salah satu produk penghimpunan dana yaitu Tabungan Simpatik. Tabungan Simpatik adalah Tabungan berdasarkan prinsip wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang telah disepakati.[5]

Tabungan Simpatik merupakan bentuk usaha yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sawahlunto guna memberi kemudahan bagi masyarakat yang menjadi nasabah dalam menyimpan dan menarik dananya. Pelaksanaan dari Tabungan Simpatik dengan cara memungut langsung tabungan ketempat nasabahnya.

Sebagai salah satu bank yang menawarkan produk Tabungan Simpatik berupaya keras untuk memperkenalkan, membujuk, dan mengingatkan konsumen akan keberadaan produk Tabungan Simpatik tersebut kepada masyarakat. Oleh sebab itu, PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sawahlunto berusaha agar konsumen tertarik untuk menggunakan produk yang ditawarkan maka diperlukan suatu pemasaran kepada konsumen sehingga produk yang ditawarkan atau dijual dapat diterima oleh masyarakat. Untuk lebih meningkatkan minat masyarakat atau calon nasabah terhadap

UIN IMAM BONJOL PADANG

[4]*Ibid*, h. 52-53
[5]*http://www.syariahmandiri.co.id*

Tabungan Simpatik PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sawahlunto harus memiliki pemasaran yang bersaing dan terdepan.

Badan usaha dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai dapat dilakukan dengan berbagai pertimbangan dalam memasarkan produk penghimpunan dana Tabungan Simpatik, agar banyak peminatnya maka langkah-langkah yang harus dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sawahlunto dalam upaya pemasarannya yaitu: *Product, Price, Place* dan *Promotions*.

Dalam praktiknya ada empat macam upaya pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sawahlunto dalam memasarkan baik produk maupun jasanya. Pertama, *Product* merupakan salah satu usaha dalam menghimpun dana dari masyarakat yaitu Tabungan Simpatik. Produk Tabungan Simpatik dapat digunakan oleh semua kalangan masyarakat, mulai dari anak-anak sampai dewasa dan persyaratannya cukup mudah serta diberikan kemudahan bagi nasabah dalam menabung. Kedua, *Price* yaitu sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar oleh nasabah dalam membeli atau menikmati barang maupun jasa yang ditawarkan. Ketiga, *Place* merupakan hal yang sangat penting agar nasabah mudah menjangkau lokasi bank yang ada. Kantor Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sawahlunto terletak di tepi jalan raya sehingga akses jalan menuju kantor tersebut sangatlah mudah karena dapat dilalui oleh kendaraan roda dua maupun kendaraan roda empat. Keempat, *Promotions* merupakan sarana dalam perusahaan untuk mengenalkan produknya kepada

UIN IMAM BONJOL PADANG

nasabah melalui iklan, promosi penjualan, penjualan pribadi dan penjualan langsung.

Berikut ini data perkembangan jumlah nasabah Tabungan Simpatik Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sawahlunto adalah:

Tabel 1.1

Data Perkembangan Nasabah Tabungan Simpatik Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sawahlunto Tahun 2014 – Per Februari 2018

Tahun	Jumlah Nasabah
2014	132 orang
2015	227 orang
2016	498 orang
2017-Per Ferbruari 2018	584 orang

Sumber: Pembukuan Rek.Tabungan Simpatik Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sawahlunto.[6]

UIN IMAM BONJOL PADANG

Dari tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa perkembangan jumlah nasabah Tabungan Simpatik di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sawahlunto, di tahun 2014 nasabah mencapai 132 orang, Di tahun 2015 jumlah nasabah 227 orang, Di tahun 2016 jumlah nasabah 498 orang , dan pada tahun 2017 jumlah nasabah 584 orang. Peningkatan tersebut tidak seperti yang diharapkan sebelumnya karena kenaikan tersebut hanya kecil.

[6] *Pembukuan Rek.Tabungan Simpatik Bank Syariah Mandiri KCP Sawahlunto*

Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sawahlunto berdiri sejak 28 maret 2012 hingga tahun 2017. Setiap bank hampir memiliki produk yang sama dengan bank yang lain. Hal ini disebabkan produk yang dihasilkan bank didasari kebutuhan masyarakat pada umumnya. Salah satu produk yang banyak diminati oleh calon nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sawahlunto yaitu Tabungan Simpatik. Sehingga dalam mengambil minat masyarakat tentu diperlukan pemasaran yang efektif, agar dapat menarik minat masyarakat untuk menyalurkan dananya ke lembaga perbankan yang berbasis syari'ah.

Dari keadaan tersebut, penulis tertarik untuk meneliti Bagaimana Upaya Pemasaran Tabungan Simpatik Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sawahlunto. Hasilnya akan di tuangkan dalam bentuk karya ilmiah berupa Tugas Akhir (TA) dengan judul "**Upaya Pemasaran Tabungan Simpatik Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sawahlunto**".

UIN IMAM BONJOL PADANG

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dirumuskan pokok masalah dalam penelitian ini, yaitu Bagaimana Upaya Pemasaran Tabungan Simpatik Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sawahlunto?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian yang dilakukan tidak menyimpang dari sasaran yang diinginkan maka penulis membatasi masalah ini hanya pada Bagaimana

Upaya Pemasaran Tabungan Simpatik Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sawahlunto?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui upaya pemasaran Tabungan Simpatik pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sawahlunto.

E. Kegunaan Penelitian

Kegunaannya dapat dijadikan sebagai referensi bagi pembaca dan masukan bagi peneliti mengenai penelitiannya yang membahas tentang upaya pemasaran Tabungan Simpatik pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sawahlunto.

Adapun kegunaan penelitian tugas akhir ini adalah:

1. Bagi penulis

   Dapat menambah pengetahuan dan wawasan baru kepada penulis terhadap produk-produk penyaluran dana pada perbankan syariah.

2. Akademik

   Dapat dijadikan referensi bagi pembaca untuk masukan penelitian berikutnya mengenai penelitian yang membahas tentang masalah-masalah dalam dunia perbankan, khususnya perbankan syari'ah.

3. Instansi

   Sebagai pertimbangan bagi lembaga keuangan syariah yaitu Bank Syariah Mandiri, sebagai bahan untuk evaluasi dalam memasarkan produk penghimpunan.

UIN IMAM BONJOL PADANG

F. Penjelasan Judul

Guna 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:

Upaya	:	Usaha, akal, ikhtiar untuk mencapai suatu maksud, memecahkan persoalan mencari jalan keluar.
Pemasaran	:	Suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan.[7]
Tabungan Simpatik	:	Tabungan berdasarkan prinsip wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-sayarat yang telah disepakati.[8]
PT. Bank Syariah Mandiri KCP Sawahlunto	:	Salah satu bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syari'ah.

Maksud dari judul secara keseluruhan adalah suatu penulisan laporan Tugas Akhir yang mengarah kepada Upaya Pemasaran terkait dengan

[7] *Ibid*,h. 54
[8] *http://www.syariahmandiri.co.id*

UIN IMAM BONJOL PADANG

Tabungan Simpatik di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sawahlunto.

G. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara kerja untuk dapat memahami obyek-obyek yang menjadi sasaran atau tujuan penelitian. Dalam penulisan ini, penulisan menggunakan beberapa metode penelitian supaya memperoleh data-data yang akurat yaitu:

1. Jenis Penelitian

   Penelitian ini penulis melakukan penelitian lapangan *(field reseacrh)* yang bersifat kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis/ lisan dari orang-orang dan prilaku yang diamati.

2. Sumber Data

   a. Data Primer

      Data primer yaitu dengan melakukan pengamatan (*observasi*) dan wawancara langsung dengan karyawan dan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sawahlunto

   b. Data Sekunder

      Data sekunder yaitu data yang diperoleh dengan cara membaca buku-buku, dokumen-dokumen, brosur dan sumber lainnya yang berhubungan dengan pembahasan.

UIN IMAM BONJOL PADANG

c. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dalam pembuatan laporan ini adalah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sawahlunto. Dimana penelitian ini dilakukan pada tanggal 01 Februari 2018 sampai dengan 28 Februari 2018.

3. Teknik pengumpulan data

a. Wawancara

Metode wawancara adalah proses memperoleh keterangan pengumpulan data untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden wawancara.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pencarian data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, notulen rapat, agenda atau dokumen-dokumen yang terkait dengan Tabungan Simpatik.

UIN IMAM BONJOL
PADANG

c. Observasi

Merupakan teknik pengumpulan data yang menuntut adanya pengamatan peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitiannya. Dalam hal ini penulis mengamati secara langsung kinerja karyawan PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sawahlunto dalam memasarkan produk tabungannya.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan penulis adalah dengan menggunakan metode deskriptif, yaitu tulisan yang berisikan paparan dan uraian tentang suatu objek sebagaimana pada saat penelitian. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisa kualitatif, yaitu teknik analisa data yang penganalisanya dengan memberi penjelasan mengenai gambaran yang berkaitan dengan upaya pemasaran tabungan simpatik pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sawahlunto.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berguna untuk memudahkan proses kerja dalam menyusun Tugas Akhir serta untuk mendapatkan gambaran dan penulisan yang baik dan benar.Sistematika penulisan dalam penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

UIN IMAM BONJOL
PADANG

Bab I : BAB ini merupakan bab pendahuluan yang memuat tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penjelasan judul, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II : BAB ini merupakan landasan teori yang berisikan tentang pengertian pemasaran, tujuan pemasaran, bauran pemasaran, pengertian tabungan, produk tabungan, dan pengertian tabungan Simpatik

Bab III : BAB ini merupakan gambaran umum PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sawahlunto, sejarah berdirinya PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sawahlunto, visi dan misi PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sawahlunto, struktur organisasi serta gambaran umum mengenai produk-produk PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sawahlunto.

Bab IV : BAB ini merupakan pembahasan yang berisi tentang upaya pemasaran tabungan simpatik pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Sawahlunto.

Bab V : BAB ini merupakan bagian penutup yang berisikan kesimpulan dan saran.

UIN IMAM BONJOL PADANG