

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya lembaga keuangan merupakan sebuah perantara di mana lembaga tersebut mempunyai fungsi dan peranan sebagai suatu lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat yang kekurangan atau membutuhkan dana agar terwujud masyarakat yang adil, makmur, dan sejahtera.¹

Salah satu lembaga keuangan tersebut adalah perbankan, baik itu perbankan konvensional maupun perbankan syariah. Sejarah perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia diawali dari inspirasi masyarakat Indonesia yang mayoritas adalah muslim untuk memiliki sebuah alternatif sistem perbankan yang Islami. Perkembangan dunia perbankan terus mengalami kemajuan yang signifikan. Kegiatan Bank Syariah pada dasarnya merupakan perluasan jasa perbankan bagi masyarakat yang membutuhkan dan menghendaki pembayaran imbalan yang tidak didasarkan pada sistem bunga melainkan atas prinsip bagi hasil yang sesuai dengan syariah.

Kehadiran bank syariah ditengah-tengah bank konvensional adalah untuk menawarkan sistem perbankan alternatif bagi umat Islam yang selama ini

¹ Bambang Rianto rustam, *Manajemen Resiko Perbankan di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), h. 27

menikmati pelayanan perbankan dengan sistem bunga. Perkembangan bank syariah yang sangat pesat maka perbankan syariah mempunyai potensi dan peluang yang besar dalam peranannya sebagai sumber pembiayaan bagi hasil perekonomian. Sistem bank berdasarkan prinsip syariah sebelumnya di Indonesia hanya dilakukan oleh bank syariah seperti bank muamalat Indonesia dan BPR syariah lainnya. Hal ini berdasarkan Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998, bank umum pun dapat menjalankan kegiatannya berdasarkan prinsip syariah asal sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh bank Indonesia.²

Dalam perkembangannya bank syariah mengalami kemajuan, hal ini dibuktikan dengan kemampuan bank syariah menghadapi goncangan ekonomi global yang terjadi pada tahun 1998. Hal ini pun berdampak terhadap lahirnya Bank Syariah Mandiri yang mulai dibentuk pada tahun 1999, Bank Syariah Mandiri ini merupakan Bank yang lahir dari gabungan 3 buah Bank yaitu Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim dan Bapindo kemudian saat ini telah menjadi Bank Syariah Mandiri. Sekarang ini Bank Syariah Mandiri sudah memiliki banyak kantor cabang dan kantor cabang pembantu yang tersebar di seluruh Indonesia dan juga perkembangan Bank Syariah Mandiri saat ini

² Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), h. 4-5

semakin lama semakin pesat, hal ini dapat dilihat dari jumlah aset yang dimiliki Bank Syariah Mandiri sangat tinggi.³

Sekarang ini Bank Syariah Mandiri telah menghadirkan kantor-kantor cabang di berbagai provinsi di Indonesia. Salah satunya di provinsi Sumatera Barat yang mana, Bank Syariah Mandiri pertama kali membuka cabangnya di Bukittinggi. Dengan perkembangannya yang semakin pesat maka Bank Syariah Mandiri membuka kantor cabang lagi yang ditempatkan didaerah Kota Padang Panjang.

Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang menawarkan produk tabungan BSM. ⁴Tabungan BSM adalah tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan penyetorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam buka kas di konter BSM atau melalui ATM. Akad yang di gunakan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang dalam produk Tabungan BSM yaitu akad mudharabah muthlaqah. Dimana akad mudharabah muthlaqah adalah akad yang tidak ada pembatasan bagi bank dalam menggunakan dana yang dihimpun. Nasabah tidak memberikan persyaratan apapun kepada bank mengenai industri yang ingin dibiayai. Jadi bank memiliki kebebasan penuh untuk menyalurkan dana ke bisnis manapun yang diperkirakan menguntungkan.

³ Ensiklopedi, *Bank Syariah Mandiri*, diakses pada 28 Maret 2018 pukul 10.00 wib dari https://id.wikipedia.org/wiki/Bank_Syariah_Mandiri

⁴ Brosur Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang

Produk tersebut tentunya ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terutama masyarakat yang berada di wilayah Padang Panjang dan sekitarnya.

Berikut perkembangan jumlah nasabah tabungan BSM pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang dari September-Desember tahun 2017:

No	Bulan	Jumlah nasabah tabungan BSM
1	September	308 orang
2	Oktober	154 orang
3	November	198 orang
4	Desember	286 orang

Sumber: fabiola, Bagian *Customer Service*

Data diatas menunjukkan perkembangan jumlah nasabah tabungan BSM pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang dari bulan September-Desember yang diperoleh dari *Customer Service*. Pada bulan September jumlah nasabah tabungan BSM sebanyak 308 orang, saat bulan Oktober mengalami penurunan sebanyak 154 orang, kemudian bulan November mengalami kenaikan sebanyak 44 orang, serta pada bulan Desember mengalami kenaikan lagi sebanyak 88 orang. Hal ini disebabkan karena adanya kebutuhan yang sangat mendesak sehingga calon nasabah kurang berminat untuk membuka rekening tabungan BSM. Oleh karena itu perlu adanya upaya untuk meningkatkan jumlah nasabah tabungan BSM agar pendapatan perusahaan selalu meningkat.

Akibat semakin ketatnya persaingan didunia perbankan syariah, maka akan berdampak pada pendapatan bank syariah itu sendiri. Dalam mempertahankan kelangsungan hidup suatu usaha dibutuhkan upaya pemasaran yang efisien dan sesuai, untuk itu pemasaran menjadi suatu hal yang penting dalam menjalankan suatu usaha, sehingga tujuan-tujuan dari usaha tersebut dapat tercapai. Pemasaran juga harus didukung oleh kerja sama yang baik dari setiap komponen perusahaan tersebut, begitu juga yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk mengambil judul **“Upaya pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan BSM pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan dari penelitian ini adalah bagaimana upaya pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan BSM pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang?

C. Batasan Masalah

Untuk lebih terarahnya penulisan tugas akhir ini, maka penulis membatasi masalah yang akan dibahas pada penelitian ini yang dilakukan pada divisi pendanaan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang untuk mengetahui bagaimana Upaya Pemasaran Dalam meningkatkan Jumlah Nasabah

Tabungan BSM pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang khususnya Bauran pemasaran (*Marketing mix*) terdiri dari 4P yang telah direalisasikan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang.

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian dalam tugas akhir ini yaitu untuk mengetahui upaya pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan BSM pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi semua pihak terkait, diantaranya:

1. Bagi Penulis

- a. Dapat memberikan pemahaman kepada penulis mengenai produk penghimpunan dana tabungan BSM pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang.
- b. Menambah pengetahuan atau wawasan penulis tentang akad pada produk penghimpunan dana tabungan BSM pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang.
- c. Syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Jurusan Manajemen Perbankan Syaria'ah program studi DIII dan untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.

2. Bagi Akademik

- a. Sebagai tambahan informasi mengenai produk yang ada di Bank Syariah Mandiri.
- b. Sebagai tambahan penyempurnaan materi perkuliahan.
- c. Menjalin kerjasama yang baik antara Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang dengan Bank Syariah Mandiri.

3. Bagi instansi

- a. Dengan adanya penelitian ini untuk memberikan gambaran tentang upaya pemasaran produk tabungan BSM pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang sehingga Dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan perusahaan
- b. Dapat mempererat silaturahmi dan kerjasama yang baik antara mahasiswa, akademik, dan BSM.

F. Penjelasan Judul

Upaya : Usaha yang dilakukan untuk mencapai suatu maksud atau mendapatkan suatu hasil.⁵

Pemasaran : Suatu proses sosial dan manajerial yang mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.

⁵ Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002)

- Nasabah : Orang biasa berhubungan dengan bank dan menjadi pelanggan bank dalam hal keuangan.⁶
- Tabungan BSM : Tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan penyetorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam buka kas di konter BSM atau melalui ATM.⁷
- Bank Syariah Mandiri : Salah satu lembaga perbankan yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan hukum islam yang mengacu pada Al-Qur'an dan Hadist.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode lapangan untuk mendapatkan data yang akurat. Oleh karena itu penulis melakukan peninjauan langsung dan wawancara dengan karyawan *marketing* pendanaan pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang.

⁶ KBBI, Nasabah, diakses pada 29 Maret 2018 pukul 16.28 dari <http://kbbi.web.id/nasabah>

⁷ Brosur Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang

2. Data dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data penelitian yang di peroleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Sumber data primer diambil dan didapatkan melalui wawancara secara langsung dengan karyawan *Marketing* pendanaan yang terlibat dengan proses upaya pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan BSM pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat pihak lain) berupa bukti, catatan atau laporan y tersedia yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dapat mempermudah penulis menyelesaikan tugas akhir ini.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah usaha untuk mengumpulkan data dengan melakukan Tanya jawab secara langsung dengan karyawan *marketing* pendanaan terkait dengan upaya pemasaran dalam meningkatkan jumlah

nasabah tabungan BSM pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang.

b. Observasi

Observasi yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara langsung turun kelapangan untuk mengamati objek yang akan diteliti, dimana penulis melakukan observasi selama 1 bulan mulai dari tanggal 1 februari 2018 sampai 28 februari 2018, tentang sejauh mana upaya pemasaran yang dilakukan karyawan *marketing* pendanaan dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya.

c. Kepustakaan

Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang diperoleh dari buku, laporan dan arsip perusahaan pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang yang berkaitan dengan objek yang diteliti.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik deskriptif kualitatif yaitu dengan cara mendeskripsikan, mencatat, menganalisa, menafsirkan kondisi yang terjadi secara tepat tentang upaya pemasaran yang dilakukan karyawan *marketing* pendanaan dalam meningkatkan jumlah

nasabah tabungan BSM pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang.

H. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam mendapatkan gambaran yang akurat dan pemahaman yang jelas dalam tugas akhir tentang penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

- BAB I : Pada bab ini berisikan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penjelasan judul, metode penelitian, dan sistematika penulisan.
- BAB II : Landasan teori menjelaskan tentang Konsep pemasaran diantaranya: pengertian pemasaran, tujuan pemasaran, bauran pemasaran (*marketing mix*) dan pengertian tabungan BSM.
- BAB III : Gambaran umum Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang yang berisikan sejarah berdirinya Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang, visi dan misi Bank Syariah Mandiri, struktur organisasi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang, produk-produk Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang.

BAB IV : Menerangkan tentang analisis dan hasil penelitian tentang upaya pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan BSM pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Panjang.

BAB V : Bab ini bagian penutup tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah di lakukan.

