

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman yang semakin modern ini, bank memainkan peranan yang penting dalam memberikan kemudahan bagi pelaku ekonomi untuk melakukan berbagai transaksi. Bank merupakan Lembaga keuangan yang tugasnya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat serta memberikan jasa lainnya, baik hanya menghimpun dana, atau hanya menyalurkan dana dengan tujuan memperoleh keuntungan.¹

Menurut Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Bank Syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Bank Syariah bukan sekedar bank bebas bunga, tetapi juga mampu bersaing dalam menciptakan berbagai produk unggulan dan menguntungkan yang berorientasi pada pencapaian kesejahteraan. Produk yang ditawarkan bank antara lain produk tabungan, deposito dan giro. Produk tabungan merupakan salah satu produk unggulan bank. Tabungan adalah simpanan dari pihak ketiga kepada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu.²

Di era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia perbankan semakin ketat hal ini terjadi karena pertumbuhan ekonomi masyarakat yang berdampak

¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), h.11.

² Thomas Suyatno, *Kelembagaan Perbankan*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007), h.43.

pada perkembangan bank. Dalam pencapaian suatu sasaran perusahaan, bank dituntut untuk dapat membuat strategi pemasaran dengan meningkatkan pelayanan kepada nasabah melalui upaya-upaya mempromosikan dengan dukungan produk yang berkualitas dan dinilai mampu bersaing yang bertujuan untuk memuaskan keinginan serta menarik minat nasabah.

Dalam menjaga kepercayaan nasabah yang sudah bergabung atau mendapatkan nasabah baru strategi promosi dapat dilakukan dengan berbagai sarana efektif. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk dan jasa yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru. Dalam usaha memperkenalkan produknya ada beberapa cara yang dapat dilakukan bank yaitu seperti; iklan, penjualan langsung, publisitas dan penjualan pribadi.³ Lantas adanya pandemi Covid-19 telah menjadi permasalahan serius hampir diseluruh negara di Dunia saat ini. Sektor perbankan merupakan salah satu sektor usaha yang terdampak oleh wabah pandemic Covid-19.

Dalam menghadapi kondisi pandemic covid 19 ini, dengan melihat persaingan yang semakin ketat dalam dunia perbankan, seperti halnya dengan program Buka Rekening Online yang juga mulai diterapkan bukan hanya oleh Bank Syariah Mandiri tetapi juga oleh Bank Syariah lainnya bahkan juga Bank Konvensional. Selain itu banyak produk sejenis yang menawarkan banyak keunggulan seperti pada salah satu bank swasta yang telah menerapkan Buka Rekening Online tanpa perlu download aplikasi di playstore. Dengan

³ IBI, *Mengelola Bank Syariah*, (Jakarta:PT.Gramedia Pustaka Utama,2018) hal.111

perencanaan strategis yang berorientasi pasar yaitu proses manajerial untuk mengembangkan dan menjaga agar tujuan, keahlian dan sumber daya organisasi sesuai dengan peluang pasar yang terus berubah melalui proses perencanaan seperti menganalisis lingkungan internal berupa kelemahan dan kekuatan serta menganalisis lingkungan eksternal berupa peluang dan ancaman.⁴

Ditengah-tengah pandemic Covid-19 inilah perbankan dituntut untuk dapat melakukan mitigasi resiko secara cermat, serta menggunakan strategi kreatif dalam menghadapi kondisi ini. Secara umum lembaga keuangan syariah telah menawarkan berbagai macam produknya dengan melakukan strategi kreatif dalam menghadapi pandemic Covid-19 untuk memperluas market sharenya, Bank Mandiri Syariah adalah salah satu bank Syariah yang ada di Majenang dan memiliki berbagai jenis produk tabungan.

Salah satu produk yang dimiliki bank Mandiri Syariah adalah produk jenis tabungan. Ditengah keterbatasan aktivitas Bank Mandiri Syariah menyiapkan sejumlah strategi salah satunya yaitu strategi digital banking dimana layanan produk dan jasa dikonversikan menjadi digital dengan tujuan tetap meningkatkan transaksi dengan mengurangi tingginya aktivitas dan mobilitas masyarakat, dengan melayani semua kegiatan transaksi melalui online. Salah satu program yang kini menjadi ujung tombak dalam memerangi kondisi ini yaitu dengan adanya program BUREKOL (Buka Rekening Online).

⁴ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang:UB Press, 2011), hal.17

Dikutip dari berita di mandirisyariah.co.id, Fitur BUREKOL (Buka Rekening Online) ini diluncurkan demi kemudahan dan kenyamanan nasabah. Hanya dengan mengakses Mandiri Syariah Mobile, nasabah dapat membuka rekening dengan mudah, cepat, dimana saja dan kapan saja. Fitur ini diharapkan dapat menjadi solusi bagi masyarakat yang ingin membuka rekening Mandiri Syariah dengan proses yang mudah dan cepat. Hingga Oktober 2019 Dana Pihak Ketiga (DPK) mencapai Rp 92,29 triliun tumbuh 11,42% dari periode yang sama tahun lalu yang sebesar Rp82,83 triliun. Tabungan yang tumbuh secara konsisten di sekitar angka 12,03% dari Rp33,33 triliun per Oktober 2018 menjadi sebesar Rp37,34 triliun per Oktober 2019 menjadi salah satu kontributornya.⁵ Ini membuktikan adanya pertumbuhan meskipun dalam kondisi yang serba tidak pasti saat ini.

Dalam rangka meningkatkan pemahaman informasi kepada masyarakat salah satunya yaitu melalui program pengenalan produk berupa fitur BUREKOL (Buka Rekening Online) di PT Bank Syariah Mandiri KCP Majenang yang telah melakukan berbagai upaya-upaya mempromosikan, diantaranya melalui penyebaran informasi melalui media sosial seperti Whatsapp, dan Instagram. Mengingat masih terbatasnya informasi mengenai prinsip dan keuntungan menggunakan fitur ini maka metode pengenalan produk yang merupakan bagian dari strategi promosi ini sangatlah penting dilakukan

⁵ www.mandirisyariah.co.id .ditulis oleh Bank Syariah Mandiri, di akses pada tanggal 15 September 2020, pukul 19.20 wib.

agar masyarakat dapat mengetahui informasi yang terdapat di Bank Syariah Mandiri KCP Majenang tersebut.⁶

Strategi promosi merupakan kunci utama dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menabung dan menggunakan fitur BUREKOL (Buka Rekening Online). Namun setelah peneliti melakukan wawancara dengan beberapa narasumber atau warga lingkungan Majenang menunjukkan banyak masyarakat yang berkeinginan untuk membuka rekening, tetapi tidak mengetahui mengenai fitur Buka Rekening Online baik itu mengenai fitur ini, cara menggunakannya maupun keuntungan menggunakan fitur ini, hasil wawancara peneliti dengan beberapa narasumber sebagai berikut :

1. Masyarakat yang belum mengetahui adanya fitur BUREKOL (Buka Rekening Online) , seperti Bapak Carton. Beliau adalah seorang pengajar di SDN Jenang 05 Majenang, yang belum memiliki rekening tabungan karena sama sekali tidak tau adanya fitur BUREKOL tersebut padahal beliau ingin membuka rekening tetapi tidak bisa datang ke bank ditengah pandemic Covid-19 yang mengharuskan untuk dirumah saja.⁷
2. Masyarakat yang mengetahui fitur BUREKOL (Buka Rekening Online) tetapi tidak tahu bagaimana cara menggunakannya, seperti Ibu Misyati seorang Ibu Rumah Tangga warga Majenang yang belum memiliki rekening tabungan karena tidak mengetahui bagaimana cara untuk membuat rekening

⁶ Hasil wawancara dengan Ibu May Linda, selaku Costumer Service PT.Bank Syariah Mandiri KCP Majenang, pada Tanggal 8 Juli 2020.

⁷ Hasil Wawancara dengan Bapak Carton, Selaku Pengajar di SDN Jenang 05 Warga Majenang, Pada Tanggal 16 Juli 2020.

tabungan melalui fitur BUREKOL padahal beliau mengetahui adanya fitur buka rekening online yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja.⁸

3. Masyarakat yang mengetahui fitur BUREKOL (Buka Rekening Online) tetapi beliau tidak tau keuntungan menggunakan fitur tersebut, seperti Ibu Yanti seorang pegawai balai desa warga Majenang yang belum memiliki rekening tabungan, beliau tidak tertarik untuk membuat rekening melalui fitur online karena belum mengetahui kemudahan dan keuntungan menggunakan fitur Buka Rekening Online yang dilengkapi dengan Mobile Banking tersebut.⁹

Untuk menarik dan meningkatkan nasabah perbankan harus mampu menciptakan strategi-strategi dalam mempromosikan produknya. Promosi ini dapat dilakukan melalui berbagai bentuk, seperti *door to door* (sosilaisai dari rumah ke rumah), memperkuat promosi melalui media sosial, mengadakan sosilaisasi, maupun pemberian sponsorship pada suatu kegiatan yang menarik massa.

Dari hasil wawancara dengan salah satu karyawan Bank Syariah Mandiri KCP Majenang, mengatakan bahwa dalam meningkatkan promosi produk BUREKOL (Buka Rekening Online) Bank Syariah Mandiri telah melakukan langkah promosi dengan memposting poster atau iklan melalui media sosial pribadi para pegawai, sehingga jangkauan atau orang yang melihat relatif

⁸ Hasil Wawancara dengan Ibu Misyati, Selaku Ibu Rumah Tangga Warga Majenang Pada Tanggal 16 Juli 2020.

⁹ Hasil Wawancara dengan Ibu Yanti, Selaku Pegawai Balai Desa Warga Majenang Pada Tanggal 16 Juli 2020.

terbatas dan sedikit. Dalam setiap bulannya, nasabah yang melakukan pembukaan rekening melalui online bisa dikatakan tidak pasti atau naik turun.

Tabel 1. 1

Jumlah Nasabah Buka Rekening Online Tahun 2020 di Bank Syariah Mandiri KCP Majenang

Bulan	Jumlah Nasabah Burekol Perbulan
Januari	51
Februari	48
Maret	55
April	65
Mei	22
Juni	50
Juli	42
Agustus	83
September	71
Oktober	81
November	75
Desember	60

Sumber: Bank Syariah Mandiri KCP Majenang

Berdasarkan Tabel diatas , nasabah yang melakukan pembukaan rekening online di Bank Syariah Mandiri KCP Majenang di tahun 2020 pada bulan Januari hingga Desember menunjukkan adanya penurunan dan kenaikan setiap

bulannya. Angka ini menggambarkan kurang maksimalnya pelaksanaan strategi promosi yang dijalankan oleh Bank Syariah Mandiri.¹⁰

Kurang optimalnya promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri menjadi salah satu pengaruh naik turunnya jumlah nasabah pendaftar Buka Rekening Online. Adapun kemungkinan gagalnya target pencapaian nasabah adalah dipengaruhi oleh faktor internal pada kurangnya sarana promosi yang diberikan oleh pihak Bank Syariah Mandiri seperti kurang menariknya media yang digunakan dalam promosi serta terbatasnya jangkauan terhadap masyarakat luas, dalam hal ini promosi tersebut tidak diketahui oleh banyak orang karena penyebar luasannya yang hanya melalui whatsapp dan Instagram para pegawai sehingga masyarakat belum mendapatkan informasi ataupun nilai lebih terhadap program Buka Rekening Online yang ditawarkan.

Selain faktor internal, adapun faktor eksternal yang mempengaruhi seperti pada persaingan antar bank terhadap program Buka Rekening Online dimana program buka rekening online diterapkan bukan hanya oleh Bank Syariah Mandiri melainkan Bank Syariah maupun Bank Konvensional lainnya. Faktor Eksternal lainnya seperti pada sistem aplikasinya yang kurang stabil yang membutuhkan jaringan atau koneksi yang baik, bahkan tidak semua kartu perdana dapat digunakan untuk membuka rekening melalui aplikasi tersebut, kemudian skema pendaftarannya yang dianggap kurang sederhana dimana pada Bank Syariah Mandiri harus download aplikasi Mandiri Syariah Mobile

¹⁰ Hasil wawancara dengan Ibu May Linda, selaku Costumer Service PT.Bank Syariah Mandiri KCP Majenang, pada Tanggal 8 Juli 2020.

sedangkan pada bank lain sudah bisa hanya dengan mengakses website di internet, pada Bank Syariah Mandiri pun tidak sepenuhnya pendaftaran dilakukan melalui online karena calon nasabah masih harus datang untuk melakukan setoran awal sedangkan pada bank lain sudah bisa melalui transfer, padahal seharusnya program ini menjadi program yang benar-benar dapat memudahkan masyarakat dan mengurangi antrian pada bank, kemudian pada nominal awal yang jumlahnya cukup tinggi yaitu senilai Rp 50.000 dibandingkan dengan bank swasta lain yang nominal setoran awalnya senilai Rp 20.000 hal ini menjadi salah satu pertimbangan bagi calon nasabah.

Salah satu cara mengatasi permasalahan tersebut yaitu dengan cara memperbaiki promosi yang ada di Bank Syariah Mandiri seperti dilakukannya IFAS (Internal Faktor Analisis Summary) yang dimana IFAS adalah melakukan analisis faktor internal yang terbagi menjadi dua yaitu strength (kekuatan) dan weaknesses (kelemahan) dan EFAS (Eksternal Faktor Analisis Summary) dimana EFAS adalah melakukan analisis faktor eksternal yang terbagi menjadi dua yaitu opportunities (peluang) dan threats (ancaman) dalam promosi BUREKOL (Buka Rekening Online) oleh Bank Syariah Mandiri di Kota Majenang dengan harapan dari kedua implementasi promosi dari hasil analisis IFAS dan EFAS tersebut kita dapat melihat hasil akhir apakah pelaksanaan dari promosi tersebut sudah baik atau belum, yang kemudian dari hasil tersebut dapat menciptakan peningkatan dalam strategi promosi yang dapat dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Majenang dengan memberikan lebih banyak masyarakat yang mendapatkan informasi ataupun nilai lebih terhadap program

tersebut, sehingga dapat menarik minat masyarakat dengan melihat peluang yang semakin besar dimana kini Bank Syariah Mandiri mengalami peralihan menuju Bank Syariah Indonesia, hal ini merupakan hasil merger tiga bank BUMN Syariah dengan harapan perbankan syariah di Indonesia akan menjadi lebih inovatif lebih bermanfaat, dan lebih kuat sehingga bisa menjadi bagian dari motor pembangunan Indonesia sehingga kini Bank Syariah Mandiri KCP Majenang resmi menjadi Bank Syariah Indonesia KCP Cilacap Diponegoro.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk membuat penelitian dengan judul **“Analisis IFAS dan EFAS Promosi Pembukaan Rekening Online Pada Bank Syariah Indonesia KCP Cilacap Diponegoro”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, permasalahan yang akan dikaji oleh penulis dalam penelitian ini adalah bagaimana analisis IFAS dan EFAS dalam promosi Pembukaan Rekening Online di Bank Syariah Indonesia KCP Cilacap Diponegoro?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui IFAS dan EFAS dalam promosi Pembukaan Rekening Online di Bank Syariah Indonesia KCP Cilacap Diponegoro.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis

Menambah informasi dan memberikan kontribusi untuk pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Perbankan.

Sehingga dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk perbandingan dan perkembangan penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

Memberikan masukan dalam melakukan promosi Pembukaan Rekening Online di Bank Syariah Indonesia KCP Cilacap Diponegoro.

3. Kegunaan Umum

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan informasi bagi masyarakat agar lebih mengetahui tentang Program Buka Rekening Online yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Cilacap Diponegoro.