

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, Bank disebutkan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan (tabungan) dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk (kredit) dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak. Bank juga termasuk perusahaan atau instansi jasa karena produknya hanya memberikan pelayanan jasa kepada masyarakat.

Di Indonesia lembaga keuangan bank dibagi menjadi dua jenis, yaitu bank yang bersifat konvensional dan bank yang bersifat syariah. Bank konvensional adalah bank yang kegiatan operasionalnya menggunakan sistem bunga, sedangkan bank syariah tidak menggunakan bunga pada sistem operasionalnya akan tetapi bank syariah memberikan pembiayaan dan jasa-jasa serta yang disesuaikan dengan prinsip syariah berlandaskan Al-qur'an dan Hadist.

Menurut Sapulloh dan Ulum (2018: 145) “Bahwa Bank syariah yaitu salah satu lembaga ekonomi yang secara filosofis dan secara praktis diarahkan oleh prinsip-prinsip syariah islam yang merujuk kepada tiga sumber ajaran islam yaitu al-quran, al-hadits dan itjihad ulama”. Ditambah perbankan syariah saat ini sudah mulai mengalami perkembangan yang begitu pesat terbukti dengan banyak berdirinya lembaga keuangan berbasis syariah seperti Bank Jabar Banten Syariah . Untuk berdirinya bank syariah itu sendiri yaitu dilatarbelakangi oleh keinginan umat Islam untuk menghindari riba dalam kegiatan muamalahnya saat bertransaksi. Apalagi ditambah dengan masyarakat di Indonesia yaang bermayoritaskan agama islam, sehingga saat diperlukan kegiatan pelayanan perbankan berbasis syariah.

Pada Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah disebutkan, bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Bank syariah juga bisa disebut dengan *islamic bank*

atau *interest fee banking*, yaitu suatu sistem perbankan dalam pelaksanaan operasional tidak menggunakan sistem bunga (*riba*), spekulasi (*maisir*), dan ketidakpastian atau ketidakjelasan (*gharar*).

Dengan semakin berkembangnya perekonomian di Indonesia dan ketertarikan masyarakat dalam *bermuammalah* secara *syar'i*, mendorong berkembangnya perbankan syariah di Indonesia. Untuk memenuhi kebutuhan serta menciptakan pemerataan ekonomi di tingkat daerah maupun lokal.

Selain itu juga, meskipun bank syariah perkembangannya sudah mulai pesat, akan tetapi masih ada sebagian masyarakat yang tidak terlalu mengenal mengenai bank syariah itu sendiri baik dari segi produk, jasa, pelayanan serta kegiatan operasional seperti *marketing*. Maka peranan *marketing* menjadi modal utama dalam kegiatan perbankan syariah untuk bisa bersaing dengan bank lainnya.

Oleh karena itu, kegiatan operasional seperti *marketing* ini dalam suatu perusahaan atau instansi baik seperti bank syariah dalam upaya penambahan jumlah nasabah untuk menawarkan produksi barang maupun jasanya, diperlukan manajemen yang baik untuk tetap bisa dijalankan dengan lancar dan berorientasikan sesuai dengan hasil yang diinginkan. Selayaknya sebuah manajemen yang berkualitas, bahwa dalam bank syariah pun perlu mengatur tingkat “kebutuhan” secara proporsional. Sebab hasil “*mindset* keuntungan” dari bagi hasil tetaplah menjadi prioritas utama untuk perbankan yang berorientasi berbasis syariah.

Dengan begitu, harapan penggunaan jasa layanan lembaga keuangan syariah diharapkan lebih maksimal. Sebagai salah satu upaya yang diperhitungkan keberadaannya, terus berinovasi dalam melakukan perbaikan di sisi marketingnya. Dengan memaksimalkan tenaga kerja profesional ditambah strategi yang terus tetap dijalankan membuat produk tabungan supaya masih tetap diminati sampai saat ini dan bersaing ketat dengan bank konvensional tentunya.

Sebelumnya seperti di PT Bank Jabar Banten Syariah KCP Ciamis sendiri terdapat berbagai macam produk Tabungan yang ditawarkan dan salah satunya adalah Tabungan IB Masalah yang terdapat dua jenis prinsip yang ditawarkan yakni *Al-Wadiah Dhamanah* dan *Mudharabah Mutlaqah*.



Sumber: PT Bank Jabar Banten Syariah KCP Ciamis (Data diolah, 2021)

Dari grafik tersebut dapat dilihat bahwa pada dasarnya terdapat target khusus bagi *marketing* dalam memasarkan produk perbankan berbasis syariah terhadap masyarakat luas tentunya. Dalam grafik ini terdapat tiga unsur penting dan pembeda dalam mencapai target yang sudah ditentukan sesuai tujuan perbankan syariah tersebut. Pertama untuk target penjualan semua produk tabungan di Bank Jabar Banten Syariah KCP Ciamis yaitu sekitar 100 nasabah perbulannya atau sama dengan  $100 \times 12 \text{ bln} = 1200$  nasabah/tahun. Kedua, maka dapat disimpulkan bahwa untuk targetnya sendiri dalam produk khusus tabungan Ib Masalah sekitar 100 : 50 dalam sebulan. Jadi, hampir 50% dalam targetan untuk menambah jumlah nasabah baru khusus tabungan Ib Masalah dikarenakan tabungan Ib Masalah merupakan salah satu produk unggulan yang berada di Bank Jabar Banten KCP Ciamis. Oleh karena itu, untuk targetannya sendiri lebih besar ketimbang dengan jenis produk tabungan lainnya. Terakhir, persentase keberhasilannya dalam tiap tahun ini cenderung mengalami penurunan dari tahun-tahun sebelumnya dikarenakan kondisi new normal dan covid-19 yang menjadi penghambat disini. Ditambah lagi wilayah Ciamis dan sekitar pernah berada di zona merah karena banyak yang terkena covid-19, sehingga proses dalam memasarkan produk sedikit menghambat, yang awalnya sering mengadakan sosialisasi besar-besaran terhadap masyarakat luas atau lembaga daerah, semenjak situasi ini yaitu new normal menjadi lebih terpuruk pola strategi marketingnya.

Selain itu juga, adanya persaingan yang ketat antar perbankan baik itu konvensional atau syariah yang sangat menarik untuk diteliti oleh penulis.

Maka untuk mencapai target yang ditentukan tergantung dengan strategi diferensiasi *marketing* yang digunakan oleh pihak perusahaan atau perbankan tersebut. Dalam rangka melakukan kegiatan *survey* data terhadap aspek dan proses pemasaran sebagai bentuk perbandingan, seperti ada beberapa kegiatan yang saling terkait antara satu dengan yang lainnya, yaitu:

1. Penentuan segmen, target dan produk pada pasarnya.
2. Mengkaji mengenai sikap perilaku serta kepuasan nasabah atas produk atau jasa yang sejenis.
3. Menentukan strategi, kebijakan dan program pemasaran supaya jumlah nasabah tiap tahun bertambah.

Untuk menjalankan kegiatan diferensiasi *marketing* yang baik sesuai dengan sasaran yang diharapkan. Oleh karena itu, perusahaan atau pihak bank harus menempatkan strategi dan taktik yang tepat saat proses pemasaran (diferensiasi *marketing*) yang sesuai dengan ruang lingkup lingkungan pemasarannya.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk membahas lebih dalam mengenai strategi diferensiasi marketing untuk meningkatkan jumlah nasabah terhadap produk tabungan *Ib Maslahah* yang berada di Bank Jabar Banten Syariah KCP Ciamis untuk mengingat persaingan perbankan yang waktu kewaktu semakin ketat ditambah dengan adanya kondisi sekarang yaitu covid 19. Untuk itu, sebagai objek penulisan tugas akhir yaitu “**Strategi Diferensiasi Marketing Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan *Ib Maslahah* di PT Bank Jabar Banten Kantor Cabang Pembantu Ciamis**”.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka beberapa hal yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Bagaimana strategi *diferensi marketing* dalam upaya peningkatan jumlah nasabah tabungan *Ib masalah* di PT Bank Bank Jabar Banten Syariah KCP Ciamis?
2. Hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi dalam strategi diferensiasi sebagai upaya peningkatan jumlah nasabah Tabungan *Ib Masalah* di PT Bank Jabar Banten Syariah KCP Ciamis?
3. Bagaimana upaya mengatasi hambatan dalam strategi diferensiasi Tabungan *Ib Masalah* di PT Bank Jabar Banten Syariah KCP Ciamis?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Strategi *diferensi marketing* dalam upaya peningkatan jumlah nasabah tabungan *ib masalah* di PT Bank Bank Jabar Banten Syariah KCP Ciamis.
2. Hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi dalam strategi diferensiasi sebagai upaya peningkatan jumlah nasabah Tabungan *Ib Masalah* di PT Bank Jabar Banten Syariah KCP Ciamis.
3. Upaya mengatasi hambatan dalam strategi diferensiasi Tabungan *Ib Masalah* di PT Bank Jabar Banten Syariah KCP Ciamis.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penyusunan laporan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

#### **a. Aspek Teoritis**

Penelitian tersebut diharapkan bisa memberikan masukan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya di dalam dunia perbankan serta yang berkaitan langsung dengan kehidupan pemasaran yang terdapat di kehidupan sehari-hari. Selain itu juga, sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan Strategi

Diferensiasi *Marketing* dalam upaya peningkatan jumlah produk tabungan di bank tertentu.

b. Aspek Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat berguna sebagai berikut ini :

1. Bagi Penulis

- a. Penulis dapat menerapkan dan mengembangkan apa yang telah penulis terima tentang strategi dalam *marketing* yang sudah di pelajari di bangku perkuliahan yang kemudian dapat di aplikasikan dalam dunia kerja.
- b. Penulis menjadi mampu untuk membedakan dalam segi strategi diferensiasi *marketing* yang dilakukan oleh suatu instansi atau perusahaan dalam hal jumlah produk supaya lebih meningkat khususnya dalam dunia perbankan dan juga keuangan.

2. Bagi Instansi atau Perusahaan

Dengan adanya disferensi dalam marketing yang ada di suatu perusahaan atau instansi ini nantinya PT Bank Jabar Banten Syariah KCP Ciamis dapat memperkenalkan perusahaannya yang berbasis syariah beserta produk-produk unggulannya yaitu tabungan Ib Masalahah dengan ruang lingkup pemasaran yang lebih luas.

3. Bagi Lembaga

Sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun program pembelajaran bagi penyusunan laporan tugas akhir ini akan di jadikan sebagai sarana melihat sejauh mana mahasiswa menguasai teori dan ilmu pengetahuan serta sebagai bahan evaluasi bagi almamater Universitas Siliwangi.

4. Bagi Pihak Lain

Bagi pihak lainnya, penelitian ini diharapkan dapat memberi acuan bagi mahasiswa lain dalam menyusun laporan Tugas Akhir dan juga sebagai tambahan referensi perpustakaan Universitas Siliwangi.

### 1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian adalah di PT Bank Jabar Banten Syariah KCP Ciamis alamat Komplek Ruko Teminal Jl. Letnal Samudji No. 45 Kelurahan Ciamis, Kecamatan Ciamis, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat.

Waktu penelitian dapat dijelaskan pada table berikut ini:

#### Rencana Rundown Penelitian

NO	KEGIATAN	Bulan Ke :																			
		APRIL				MEI				JUNI				JULI				AGUST			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan outline dan rekomendasi pembimbing																				
2	Konsultasi awal dan menyusun rencana kegiatan																				
3	Proses bimbingan untuk menyelesaikan TA																				

