

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan lembaga perbankan syariah di Indonesia semakin berkembang pesat sejak dikeluarkannya undang-undang perbankan dan undang-undang No. 23 tahun 1999 tentang bank Indonesia sebagaimana telah dirubah menjadi undang-undang No. 3 tahun 2004 yang mengakomodasi perbankan syariah, maka sejak tahun 1998 perkembangan perbankan syariah begitu pesat, baik asetnya maupun kegiatan usahanya. Perbankan syariah juga memberikan pengaruh yang baik dan signifikan pada praktik lembaga keuangan syariah lainnya, misalnya seperti asuransi syariah, obligasi dan reksadana syariah, perusahaan pembiayaan dan pasar modal syariah dan sektor keuangan syariah lainnya.¹

Bank Islam atau sering dikenal dengan sebutan bank syariah, merupakan lembaga perbankan yang beroperasi dengan tidak menggunakan sistem bunga atau bank tanpa bunga. Bank syariah yaitu lembaga keuangan atau perbankan yang pengoperasiannya dan seluruh produknya dikembangkan dengan berpaku atau berlandaskan pada Al-Qur'an dan mengacu kepada hadis-hadis nabi SAW. Dengan penjabaran lain bank syariah adalah lembaga keuangan yang kegiatannya yaitu memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya yang pengoperasiannya tersebut sesuai

¹ A Wangsawidjaja Z, *pembiayaan bank syariah*, (Jakarta: Gramedia pustaka utama, 2012), 10.

atau sejalur dengan prinsip syariat Islam.² Dalam bank syariah tidak diperkenankan adanya riba karena di dalam bank syariah riba itu dilarang, bank syariah tidak menerapkan sistem bunga atau lebih dikenal dengan sebutan riba. Seperti yang telah dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Ali-Imran ayat 130, yaitu sebagai berikut:³

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ.

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertaqwalah kamu kepada Allah swt supaya kamu mendapat keberuntungan”.

Bank syariah lahir di Indonesia pada tahun 90-an, lebih tepatnya setelah adanya undang-undang No. 7 Tahun 1992, yang direvisi menjadi undang-undang perbankan No. 10 Tahun 1998, dalam sebuah lembaga keuangan atau bank yang beroperasi menggunakan sistem bagi hasil. Keberadaan bank Islam atau bank syariah semakin berdiri tegak dan kokoh setelah ditetapkannya undang-undang No. 21 Tahun 2010 tentang sebuah perbankan syariah. Adanya undang-undang No. 21 Tahun 2010 ini mampu membawa angin segar bagi dunia perbankan, khususnya bagi dunia perbankan syariah yang berada dalam lingkup negara Indonesia, dengan adanya perbankan yang menggunakan sistem bagi hasil ini dapat menambah semangat bagi semua lembaga keuangan syariah yang telah ada yaitu

² Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), 2.

³ QS., Ali-Imran: 130

meliputi Bank Umum Syariah, BPR Syariah, dan Baitul Mal wa Tamwil atau lebih dikenal dengan (BMT).⁴

Seiring dengan berjalannya waktu bank syariah di Indonesia mulai bermunculan salah satunya yaitu BRI syariah, BRI syariah Tbk tidak lepas dari akuisisi yang dilakukan oleh PT Bank Rakyat Indonesia (persero) terhadap bank jasa arta pada tanggal 19 desember 2007, kemudian setelah mendapatkan izin usaha dari bank Indonesia melalui surat no. 10/67/kep.GBI/ DPG/2008 pada tanggal 16 oktober 2008 BRI syariah resmi beroperasi pada tanggal 17 november 2008 dengan nama PT bank BRI syariah dan seluruh kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariat Islam.⁵

Dengan berkembangnya beberapa bank syariah di Indonesia terutama Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS), Bank Syariah Mandiri (BSM), dan Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS). Maka tidak menutup kemungkinan ketiga bank tersebut sepakat melakukan merger atau penggabungan menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). BSI sendiri muncul karena untuk meningkatkan inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan *trend* yang positif tahun ke tahun.

Pada tanggal 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan tanggal 19 Jumadil Akhir 1442 H, menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu PT. Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan

⁴ Ibid., 3.

⁵ BRISyariah, *sejarah BRI Syariah*, dalam <https://www.brisyariah.co.id> (28 Desember 2020).

kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kepastian permodalan yang lebih baik, didukung oleh perusahaan induk yaitu (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing ditingkat global.⁶

Dengan niat menghadirkan sebuah bisnis keuangan yang berpegang teguh pada prinsip-prinsip perbankan syariah, bank menghadirkan produk dan layanan terbaik dan nyaman sehingga BRI Syariah semakin tumbuh berkembang semakin pesat.⁷ Hal ini juga yang mendasari bahwa untuk menawarkan produk-produk yang dihadirkan oleh PT. BRI Syariah (BSI) juga perlu adanya sebuah strategi pemasaran yang tepat sehingga para calon nasabah percaya akan adanya sebuah bisnis keuangan yang berlandaskan prinsip-prinsip syariat Islam pada produk-produk yang ditawarkan oleh PT. BRI Syariah (BSI). Untuk menawarkan produknya tentu ada strategi khusus yang diterapkan supaya para calon nasabah tertarik menggunakan produk, seperti misalkan bauran pemasaran.

Bauran pemasaran menurut Assauri merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel mana dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sasarannya.⁸ Jadi dapat didefinisikan bahwa bauran pemasaran merupakan kombinasi antara beberapa variabel di dalamnya.

⁶ Bank Syariah Indonesia, *Sejarah Perusahaan*, dalam www.brisyariah.co.id. (9 Maret 2021).

⁷ BRISyariah, *sejarah BRI Syariah*, dalam <https://www.brisyariah.co.id> (28 Desember 2020).

⁸ Sudirman, Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada PT. Gandum Jaya Makassar, *AKMEN Jurnal Ilmiah*, Vol. 2, No. 4, 2014, 124.

Pemasaran syariah merupakan suatu disiplin bisnis strategis yang mengarahkan kepada proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari suatu insiator kepada *stakeholder*-nya yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.⁹ Dengan demikian pemasaran syariah merupakan suatu kegiatan, dimana segala kegiatannya tidak ada pertentangan baik dari Al-Qur'an maupun hadis nabi.¹⁰

Maka dari itu, bauran pemasaran syariah merupakan kegiatan, dimana dalam seluruh kegiatannya tersebut mengarah pada berbagai proses baik proses penciptaan, proses penawaran bahkan proses perubahan nilai (*value*) tidak boleh bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam. Hal tersebut tentu menjadi nilai plus bagi pemasaran syariah karena sudah jelas bahwa pemasaran syariah tidak menghalalkan segala cara untuk mendapatkan keuntungan yang berlipat ganda, akan tetapi pemasaran syariah memberikan solusi kepada masyarakat karena pada setiap transaksi yang dilakukan tidak ada unsur penipuan dan tentu tidak akan merugikan satu sama lain.

PT. BRI Syariah (BSI) sendiri menawarkan berbagai produknya yang mampu dijangkau oleh semua kalangan masyarakat, hal ini sesuai dengan tujuan PT. BRI Syariah (BSI) yang menjadikan dirinya sebagai bank ritel modern dimana segmentasi masyarakatnya menengah ke bawah, hal ini

⁹ Siti Kamilah dan Nur Fadilah, *Marketing Syariah*, LPPM Institut Agama Islam Ibrahimy Genteng Banyuwangi, 2017, 2.

¹⁰ Hermawan Kartajaya, Mujammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006), 26.

sesuai dengan sasaran PT. BRI Syariah (BSI) KCP Mojosari-Mojokerto. PT. BRI Syariah (BSI) KCP Mojosari-Mojokerto sendiri terletak di Mojosari lebih tepatnya di Ruko Adipura No. 05 Jl. Gajah Mada, Kec. Mojosari, Kab. Mojokerto, Prov. Jawa Timur.¹¹ Yang bergerak dan menyesuaikan diri dengan kalangan masyarakat.

PT. BRI Syariah (BSI) menyediakan berbagai produk yang dibutuhkan oleh semua kalangan masyarakat,¹² salah satu produk yang diterapkan dalam PT. BRI Syariah (BSI) KCP Mojosari-Mojokerto yaitu tabungan pelajar atau lebih dikenal dengan sebutan simpanan pelajar (SimPel), simpanan pelajar (SimPel) iB merupakan tabungan yang dikhususkan kepada para pelajar atau siswa yang masih duduk di bangku sekolah.

Simpanan pelajar (SimPel) iB diterbitkan oleh PT. BRI Syariah (BSI) dengan persyaratan yang sangat mudah serta sederhana dan fitur-fitur yang ditawarkan menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.¹³ Kemudian juga akad yang diterapkan dalam simpanan pelajar (simpel) iB menggunakan akad *Wadi'ah yad dhamanah*. *Wadi'ad yad dhamanah* yaitu sebuah akad dimana pihak yang dititipkan diperbolehkan menggunakan dan memanfaatkan uang tersebut. Akan tetapi, jika uang tersebut rusak atau hilang maka pihak yang dititipkan harus bertanggung jawab penuh atau mengganti uang tersebut.

¹¹ Pratiwi (Branch Ops Supervisor BRI Syariah KCP Mojosari-Mojokerto), *Wawancara*, (9 Maret 2021).

¹² BRISyariah, *Produk BRISyariah*, dalam <http://www.brisyariah.co.id> (21 Januari 2021).

¹³ BRISyariah, *Simpanan Pelajar (SimPel) iB*, dalam website [brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id), (12 Januari 2021).

Akan tetapi keuntungan dari pengelolaan uang tersebut sepenuhnya menjadi milik bank, nasabah tidak punya hak atas keuntungan pengelolaan dana tersebut, namun pada umumnya pihak bank akan memberikan bonus kepada nasabah secara sukarela.¹⁴

Seiring dengan berjalannya waktu tabungan simpanan pelajar (SimPel) iB semakin tumbuh berkembang, hal ini dibuktikan dengan semakin bertambahnya jumlah nasabah pada produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) pada setiap tahunnya. Akan tetapi jumlah peningkatannya tidak signifikan hanya meningkat beberapa persen saja, sementara jumlah penduduk yang ada di kecamatan mojosari pada tahun 2020 berjumlah 99.828 jiwa.¹⁵ Sedangkan jumlah nasabah produk tabungan simpanan pelajar di PT. BRI Syariah (BSI) KCP Mojosari-Mojokerto pada bulan Januari 2021 hanya 857 nasabah.¹⁶ Dengan demikian, masih tergolong minim dan tentu sangat menarik perhatian peneliti untuk menggali lebih dalam terkait strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. BRI Syariah (BSI) KCP Mojosari-Mojokerto.

Hal tersebut disebabkan oleh sulitnya pihak PT. BRI Syariah (BSI) KCP Mojosari-Mojokerto dalam segi pemasaran karena sasaran masih dibawah umur, apalagi mengingat kondisi saat ini sangat sulit untuk melakukan sosialisasi secara langsung dan terbuka, selain itu juga ketatnya persaingan pemasaran yang diterapkan oleh berbagai bank dan hampir

¹⁴ Mahmudatus Sa'diyah, *Fiqih Muamalah II Teori dan Praktik*, (Jawa Tengah: UNISNU PRESS 2019), 17.

¹⁵ Data dan Statistik Kependudukan Di Kabupaten Mojokerto, dalam <https://mojokertokab.go.id>.

¹⁶ Pratiwi (Branch Ops Supervisor BRI Syariah KCP Mojosari-Mojokerto), *Wawancara*, (12 januari 2021).

semua sistem online saat ini memasarkan aplikasi simpan pinjam, jadi secara otomatis dapat dilakukan *by home* tinggal mendownload aplikasi sudah dapat melakukan transaksi. Maka dari itu perlu dilakukan strategi pemasaran yang lebih efektif agar dapat membuat masyarakat tertarik untuk menggunakan produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) yang termasuk produk baru PT. BRI Syariah (BSI) khususnya bagi kalangan siswa maupun pelajar. Sehingga peneliti ingin menganalisis pemasaran pada produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) yang diterapkan di PT. BRI Syariah (BSI) KCP Mojosari-Mojokerto.

B. Rumusan Masalah

Dengan merujuk pada latar belakang masalah yang telah diuraikan oleh peneliti di atas, maka berikut ini rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu Bagaimana implementasi bauran pemasaran syariah 4P tabungan simpanan pelajar (SimPel) iB dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah di PT. BRI Syariah (BSI) KCP Mojosari-Mojokerto?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan oleh peneliti di atas, maka berikut ini yang menjadi tujuan dari penelitian, yaitu Untuk menganalisis implementasi bauran pemasaran syariah 4P tabungan simpanan pelajar (SimPel) dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah di PT. BRI Syariah (BSI) KCP Mojosari-Mojokerto.

D. Manfaat Penelitian

Adapun harapan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain sebagai berikut:

1. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan supaya menjadi bahan masukan dan evaluasi dan optimalisasi kepada penulis, pembaca dan terlebih kepada pihak perusahaan supaya kedepannya lebih baik lagi, sehingga dalam pengelolaan produk-produk tabungan khususnya simpanan pelajar (SimPel) iB di PT. BRI Syariah (BSI) KCP Mojosari-Mojokerto lebih baik lagi, dan lebih ditata lagi mengenai produk yang diterapkan dan khususnya dalam strategi pemasarannya.

2. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan memperluas kajian tentang keilmuan dan pengetahuan mengenai strategi pemasaran, khususnya tabungan simpanan pelajar (SimPel) iB, dan diharapkan mampu menjadi bahan referensi bagi para peneliti dan para pembaca.