

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi yang berkembang pesat pada saat ini telah membuat perbankan menjadi alat penunjang dalam mencapai perekonomian secara nasional yang tidak luput dari fungsinya sebagai lembaga intermediasi.<sup>1</sup> Perbankan itu sendiri memiliki fungsi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Oleh sebab itu, tidak sedikit masyarakat menganggap bahwa bank ialah tempat terpercaya dalam mengelola keuangan, seperti penyaluran dana dan penyimpanan dana. Tidak hanya sebatas penghimpunan dan penyaluran dana saja, namun bank juga menyediakan pinjaman bagi seluruh masyarakat yang membutuhkan untuk pengembangan usahanya. Semua kalangan masyarakat boleh mengajukan pinjaman ke bank dengan ketentuan sudah memenuhi persyaratan yang dibutuhkan oleh bank.<sup>2</sup>

Salah satu yang berkontribusi dalam menumbuhkan perekonomian negara adalah lembaga keuangan. Karena lembaga keuangan memiliki peran yang sangat penting terhadap pergerakan roda perekonomian di suatu negara. Oleh karena itu, sebagai negara maju lembaga keuangan mempunyai peran yang sangat penting dalam memajukan perekonomian suatu negara.

---

<sup>1</sup> Riski, *Intermediasi Perbankan Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*, Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik Volume 2 No 1, Mei 2015, hlm. 43

<sup>2</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta : 2011), hlm. 24

Sedangkan dikedudukan sebagai negara yang berkembang, banyak masyarakat membutuhkan jasa yang disediakan oleh pihak bank, seperti pelayanan dan penyimpanan dana.<sup>3</sup>

Keberadaan lembaga keuangan di Indonesia telah banyak membantu masyarakat dalam mengelola keuangan, antara lain lembaga keuangan syariah yang ikut membantu dalam mensejahterakan masyarakat melalui prinsipnya yang mengacu pada Al-qur'an dan Hadist.<sup>4</sup> Undang-undang No 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa bank syariah menjalankan kegiatan usahanya didasari dengan prinsip syariah.<sup>5</sup> Perbankan syariah yang pada dasarnya tidak jauh beda dengan bank konvensional yakni sama-sama memiliki tugas untuk menghimpun dana dari masyarakat berupa pembiayaan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan yang memiliki tujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat yang layak.<sup>6</sup>

Bank syariah jika dilihat dari sisi operasionalnya sangat berbeda dengan sistem yang diterapkan oleh bank konvensional. Bank syariah mengedepankan pelayanan bebas bunga kepada para nasabah. Sedangkan bank konvensional, masih menerapkan sistem bunga dengan penentuan

---

<sup>3</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*..... hlm. 22

<sup>4</sup> Zaini, *Konsepsi Al-Qur'an dan Hadist Tentang Operasional Perbankan Syariah*, Jurnal Iqtishoduna Volume 4 No. 1 April 2014, hlm. 38

<sup>5</sup> OJK, *Undang-Undang Perbankan Syariah*, diakses dari [www.ojk.co.id](http://www.ojk.co.id) pada tanggal 23 Maret 2021

<sup>6</sup> Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008)

tingkat suku bunga dibuat pada waktu akad dengan pedoman untung rugi. Besar prosentasenya sesuai dengan jumlah uang yang di pinjamkannya.<sup>7</sup>

Saat ini negara Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam, menganjurkan kaum muslim tersebut untuk tidak melakukan segala aktivitas keuangan yang berunsur riba.<sup>8</sup> Larangan tersebut menjadi titik perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional. Allah SWT berfirman:

*: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan betawakalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan. (Q.S. al-Imran: 130)<sup>9</sup>*

Industri perbankan di Indonesia yang berkembang dengan pesat telah menimbulkan persaingan di dunia bisnis semakin ketat. Bank syariah yang merupakan lembaga keuangan ikut juga merasakan dari dampak tersebut. Sehingga bank syariah harus membuat terobosan dan inovasi terbaru dalam meningkatkan jumlah nasabah. Salah satunya dengan memperbaharui teknik pemasaran dan memperbanyak produk yang dapat memikat daya minat nasabah lebih tinggi. Namun, yang paling inti dalam meningkatkan jumlah nasabah yakni dengan melakukan strategi yang bisa

---

<sup>7</sup> Budi, *Analisis Perbedaan Revenu Bunga Bank Konvensional Dengan Bagi Hasil Bank Syariah*, Jurnal Perbankan Syariah Volume 1, No 3. April 2019, hlm. 198

<sup>8</sup> Naufal, *Riba dalam Al-Qur'an dan Strategi Menghadapinya*, Jurnal Ekonomi Syariah Volume 1, No. 1 Juli 2019, hlm. 104

<sup>9</sup> Al-Qur'an, 3:130

mengedukasi masyarakat seperti melakukan sosialisasi secara maksimal. Sehingga, wawasan masyarakat lebih tinggi mengenai dunia perbankan dan produk-produk yang ada di dalamnya.<sup>10</sup>

Sosialisasi itu sendiri merupakan suatu kegiatan untuk mempengaruhi masyarakat agar tetap menggunakan jasa yang ditawarkan oleh bank.<sup>11</sup> Menurut Charles R Wright sosialisasi ialah suatu proses ketika individu mendapatkan kebudayaan kelompoknya dan menginternalisasikan sampai tingkat tertentu norma sosialnya, sehingga dapat membimbing orang tersebut untuk memperhitungkan harapan orang lain.<sup>12</sup> Adapun tujuan dari sosialisasi tidak lain ingin mengenalkan suatu produk atau kelebihan yang ada di perbankan untuk menarik minat dari calon nasabah. Minat adalah suatu hal yang penting dalam kehidupan, karena semua hal dilakukan pasti di dasari dari minat. Minat dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan sesuatu yang ia sukai.<sup>13</sup> Minat menurut Slameto ialah sesuatu yang dapat menimbulkan rasa ketertarikan dikala melakukan aktivitas tanpa ada yang menyuruhnya.<sup>14</sup>

Dalam rangka untuk mencapai target yang telah ditentukan, perbankan syariah harus pandai dalam berinteraksi dengan calon nasabah. Sehingga nasabah tersebut timbul rasa ketertarikan yang tinggi untuk

---

<sup>10</sup> Miswan Ansori, *Strategi Bersaing Lembaga Keuangan Syariah Dalam Menghadapi Persainagn Industri Keuangan*, Jurnal Study Keislaman Volume 6, No.1 Oktober 2020

<sup>11</sup> J. Dwi Narwako, *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan*, (Jakrta: Prenada Media Group, 2007) hlm. 74

<sup>12</sup> Wriht Charles R, *Sosiologi Komukiasi Massa*, (Bandung : Remaja Karya, 1988) hlm. 45

<sup>13</sup> Al-Bayan Zhanta, *Muda Berkarya*, (Jakarta : PT Elex Media Kompotindo, 2015), hlm. 116

<sup>14</sup> Slameto, *Belajar dan Faktor-Fkator yang Mempengaruhinya* (Bandung: Rineka Cipta, 2010) hlm. 180

melakukan segala aktivitas keuangannya dikelola oleh bank. Terlebih pada saat ini, perkembangan teknologi semakin pesat yang telah banyak mengubah kehidupan masyarakat. Mulai dari gaya hidup sehari-hari yang tidak lepas dari bantuan media digital. Sehingga banyak masyarakat mempercayai bahwa teknologi bisa membantu sebagian besar kebutuhan yang diperlukan manusia. Masyarakat memanfaatkan teknologi tersebut sebagai akses untuk memudahkan segala macam aktivitas kesehariannya. Disinilah teknologi memiliki peran untuk membawa masyarakat sekarang ke era digitalisme.<sup>15</sup>

Bank syariah yang juga merupakan perusahaan dibidang jasa dituntut untuk mengelola sistem kinerjanya secara efektif dan efisien. Keefektivitasan suatu pekerjaan di bank syariah tersebut sangat bergantung pada perkembangan teknologi. Oleh sebab itu, bank syariah sebagai penyedia layanan keuangan pada masyarakat harus bisa menyesuaikan dan bisa beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang saat ini semakin berkembang pesat. Adanya teknologi tersebut membawa dampak dan perubahan yang signifikan terhadap dunia perbankan.<sup>16</sup>

Kemajuan teknologi saat ini dapat dijadikan acuan oleh perbankan. Dalam hal ini, perbankan syariah harus memanfaatkan peluang tersebut sebagai alat untuk memasarkan produknya melalui bantuan media digital. Bantuan media digital tersebut dapat meminimalisir dan mengefesiesikan

---

<sup>15</sup> Muhammad, *Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia dalam Perspektif Sosial Budaya*, Jurnal Pembangunan Pendidikan, Volume 2. Nomor 1, 2014, hlm. 34

<sup>16</sup> Rodame, *Kajian Internet Marketing sebagai Media Pemasaran Pada Industri Perbankan Syariah*,

lagi dalam mengelola pemasaran produk dan jasa. Satu persatu lembaga keuangan syariah yang ada di Indonesia mulai memanfaatkan peluang tersebut sebagai alat promosi yang efektif dan cakupannya bisa lebih luas dari pada sebelumnya.<sup>17</sup>

Apalagi situasi pandemi covid-19 seperti sekarang ini telah banyak melumpuhkan berbagai perusahaan yang ada di Indonesia. Salah satunya perusahaan di bidang jasa seperti lembaga keuangan konvensional maupun syariah. Coronavirus atau dikenal dengan sebutan covid-19 merupakan penyakit gampang menular yang disebabkan oleh sindrom pernapasan. Virus ini pertama kali ditemukan pada tahun 2019 yang berlokasi di wuhan cina. Sejak saat itu coronavirus mulai menyebar secara global hingga terjadi pandemi yang berkepanjangan dari tahun 2019-2020.<sup>18</sup>

Untuk mengantisipasi penularan covid-19 di Indonesia, pemerintah melarang semua masyarakat untuk berkerumunan dan menjaga jarak minimal satu meter, dan diharapkan tetap mematuhi protokol kesehatan. Dalam hal ini, demi meminimalisir terjadinya korban yang diakibatkan virus corona, pemerintah mengeluarkan aturan untuk mencegah penularan virus tersebut. Antara lain, dengan mengeluarkan kebijakan pembatasan sosial bersekala besar (PSBB) yang sudah diterapkan pada seluruh wilayah di Indonesia. PSBB tersebut sangat berpengaruh terhadap industri keuangan, terutama perbankan syariah. Oleh karna itu, lembaga keuangan

---

<sup>17</sup> Rodame, *Kajian Internet Marketing sebagai Media Pemasaran Pada Industri Perbankan Syariah* ..... hlm. 1

<sup>18</sup> M. Ja'far, *Dampak Covid-19 Terhadap Lembaga Keuangan Syariah*, Jurnal perbankan Syariah, hlm. 3

sangat membutuhkan peran teknologi sebagai alat penunjang dalam menjalankan kegiatan perusahaan jasa tersebut meskipun di tengah pandemi covid-19.<sup>19</sup>

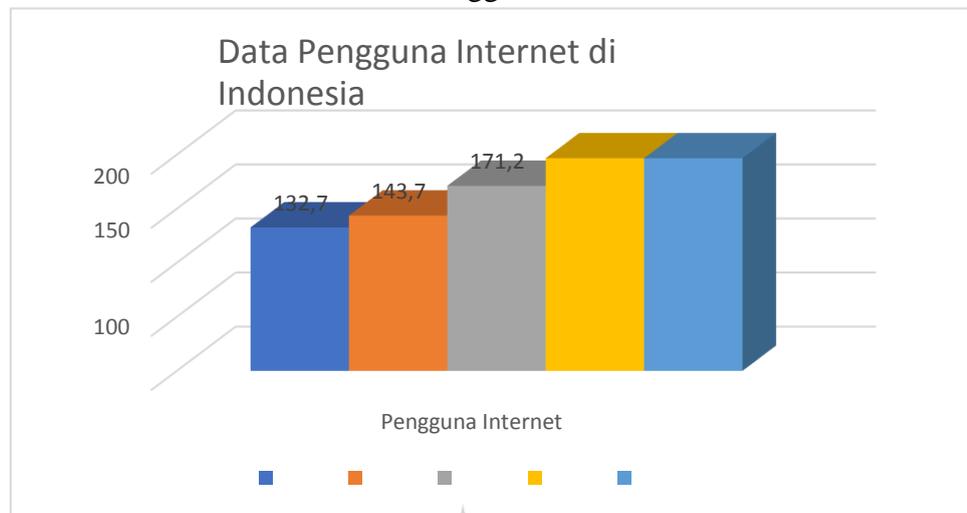
Alternatif perbankan dalam mempertahankan perusahaannya di tengah pandemi covid-19 ialah dengan memaksimalkan strategi pemasaran melalui media digital atau secara online. Pemasaran dengan media digital tidak hanya tentang pemasaran produk melainkan bagaimana cara bank tersebut menjalin suatu hubungan yang baik dengan para nasabahnya. Ada beberapa media digital yang kerap kali di gunakan oleh industri perbankan syariah di antaranya *internet marketing* yang meliputi media sosial, *sponsorship*, *search engine* marketing dan lain sebagainya. Dengan bantuan *internet marketing* tersebut industri perbankan syariah diharapkan bisa menghadapi ketatnya persaingan di era globalisasi ini dengan mengedepankan kepuasan konsumen sebagai titik fokus industri perbankan syariah.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> PSBB, *Kebijakan Pemerintah*, diakses dari <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/kebijakan-pemerintah-menangani-covid-19-sepanjang-semester-ii-2020> pada tanggal 8 Maret 2021 pukul 22:30

<sup>20</sup> Rodame, *Kajian Internet Marketing sebagai Media Pemasaran Pada Industri Perbankan Syariah* ..... hlm. 180

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia



Sumber: [www.apjii.or.id](http://www.apjii.or.id)

Saat ini penggunaan internet di Indonesia dari tahun ke tahun meningkat secara drastis. Menurut Asosiasi penyelenggara jasa internet di Indonesia (APJII) pengguna intrnet di tahun 2016 berjumlah 132,7 juta jiwa dengan populasi keseluruhan 256,2 juta orang. Di tahun 2017 data pengguna internet meningkat dari sebelumnya yaitu berjumlah 143,7 jiwa dengan populasi 262 juta orang. Pada tahun 2018 pengguna internet semakin meningkat dengan paparan data yang berjumlah 171,2 jiwa yang memiliki total populasi 264,16 orang. Tahun 2019-2020 Q2 pengguna internet meningkat secara signifikan dengan jumlah data 196,71 jiwa dan populsi keseluruhan 266,91.<sup>21</sup>

Dengan bukti data yang valid diatas dapat diuraikan bahwa pengguna internet dari tahun 2016 hingga tahun 2020 meningkat secara terus menerus. Apalagi di akhir tahun 2019 data pengguna internet

<sup>21</sup> APJII, *Data Pengguna Internet*, diakses dari <https://apjii.or.id/content/utama/104> pada tanggal 9 Maret 2021 pukul 09:25

meningkat secara signifikan dikarenakan adanya pandemi covid-19 yang mengharuskan masyarakat melakukan segala aktifitasnya di rumah. Tidak sedikit perusahaan di bidang jasa menganjurkan semua karyawannya untuk melakukan pekerjaan kantornya di rumah atau dikenal dengan istilah *Work From Home* dalam rangka untuk memutuskan mata rantai penularan virus. Oleh karena itu, perbankan yang merupakan penyedia layanan keuangan bagi masyarakat dapat menjadikan media digital sebagai akses untuk meningkatkan minat masyarakat dalam menentukan keputusannya menjadi nasabah di lembaga keuangan tersebut.

Sejalan dengan hal tersebut lembaga keuangan yang ikut merasakan dampak dari covid-19 ialah BRI Syariah. BRIS memiliki banyak cabang di berbagai daerah, salah satunya bank BRI Syariah KCP Mojokerto. Setelah peneliti melakukan observasi di Bank Bri Syariah KCP Mojokerto untuk mencari informasi perihal alat yang digunakan dalam mensosialisasikan produk atau layanan secara digital. Bapak Sahyu Isdiyono selaku *Branch Manager* mengemukakan bahwa media digital yang sering digunakan dalam melaksanakan kegiatan sosialisasi ialah melalui Whatsapp dan Instagram.<sup>22</sup>

Saat ini bank BRI Syariah KCP Mojokerto mengalami kesulitan dalam memasarkan produk-produknya pada masyarakat. Karena sebelumnya pihak bank lebih menerapkan strategi *personal selling* atau sosialisasi secara

---

<sup>22</sup> Sahyu Isdiyono, *Branch Manager BRI Syariah KCP Mojokerto*, Wawancara, 2 September 2020

tatap muka. Oleh karena itu, anak perusahaan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk ini di tuntut untuk beradaptasi pada suatu keadaan seperti sekarang.<sup>23</sup> Langkah-langkah perlu dipersiapkan dengan matang agar dapat bertahan dan bisa memberikan manfaat bagi masyarakat di masa pandemi covid-19. Antara lain strategi yang di gunakan tersebut ialah menciptakan sistem pemasaran yang baru dengan bantuan fasilitas media digital.

Pada akhir tahun 2020 transaksi secara online di bank BRI Syariah secara umum mengalami kenaikan hingga 78,6% dari total keseluruhan transaksi. Dimasa pandemi covid-19 transaksi secara online juga meningkat 36% dari pada sebelum terjadinya pandemi.<sup>24</sup> Dalam hal itu, Penerapan sosialisasi dengan media digital pada bank BRI Syariah KCP Mojokerto memang diperlukan di saat pandemi ini. Dengan tujuan untuk mencari nasabah sekaligus meningkatkan pemahaman mengenai dunia perbankan syariah. Melalui media digital tersebut pemasaran secara online akan tetap berjalan sesuai target, tanpa harus melanggar kebijakan pemerintah sekaligus mematuhi protokoler kesehatan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Efektivitas penerapan sosialisasi menggunakan media digital sebagai penarik minat nasabah**

---

<sup>23</sup> Anasrulloh, *Leader Mikro Marketing BRI Syariah KCP Mojokerto*, Wawancara, 11 Maret 2021.

<sup>24</sup> Bri Syariah, *catat Kenaikan Transaksi*, diakses dari <https://keuangan.kontan.co.id/news/bri-syariah-catat-kenaikan-transaksi-36-saat-pandemi-covid-19> pada tanggal 8 Maret 2021 pukul 22:36

**pada masa pandemi covid-19 (studi penelitian bank BRI Syariah KCP Mojosari)”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka peneliti dapat memberikan rumusan masalah yakni: bagaimana efektivitas penerapan sosialisasi menggunakan media digital sebagai penarik minat nasabah pada masa pandemi covid-19?

## **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah disebutkan diatas, maka tujuan dari peneliti ialah: untuk mengetahui bagaimana efektivitas penerapan sosialisasi menggunakan media digital sebagai penarik minat nasabah pada masa pandemi covid-19.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian dan permasalahan yang diangkat dalam memenuhi tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoretis ataupun praktis, adapun manfaat yang diharapkan tersebut sebagai berikut:

### **1. Secara teoretis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan baru bagi peneliti atau pembaca tugas akhir ini, lebih khususnya yang berkaitan dengan efektivitas penerapan sosialisasi menggunakan media digital sebagai penarik minat nasabah pada masa pandemi covid 19.

## 2. Secara praktis

Peneliti diharapkan dapat menambah wawasan dan mengetahui penerapan sistem sosialisasi yang ada di BRI Syariah KCP Mojokerto pada saat pandemi covid 19 seperti yang telah terjadi saat ini.

