

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan bank syariah di Indonesia saat ini cukup pesat karena jumlah mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam sehingga menyebabkan perkembangan bisnis perbankan syariah menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk menabung dan menikmati jasa layanan syariah. Bank syariah juga sudah terbukti menjadi lembaga keuangan yang tahan krisis ekonomi di Indonesia. Bank Muamalat Indonesia menjadi bukti bahwa sistem perbankan syariah tahan dari krisis ekonomi yang menjadi virus bagi industri perbankan nasional. Bank syariah memiliki ciri tersendiri dibandingkan dengan bank konvensional bahwa tidak ada unsur bunga dalam setiap perhitungan bagi hasil dan membuat nasabah khususnya yang beragama Islam menjadi aman untuk menyimpan uangnya di bank syariah.¹

Pada UU Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah disebutkan bahwa terdapat tiga bentuk perbankan syariah di Indonesia, yaitu Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Perkembangan bank syariah di Indonesia masih belum

¹ Azmy, 2015, Mengembangkan Human Resource Management Yang Strategis Untuk Menunjang Daya Saing Organisasi. Perspektif Manajemen Kinerja (*Performance Management*) Di Bank Syariah, Jurnal *Binus Business Review*, Vol.6, No.1, Hlm. 79

optimal, baik dari segi jumlah bank, jumlah kantor, maupun jumlah asetnya. Pada Outlook perbankan syariah 2014 tercatat pertumbuhan aset Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah per Oktober 2013 (yoy) 31,8% atau mengalami perlambatan pertumbuhan dibandingkan tahun 2012 yaitu sebesar 34,1%. Dari posisi *deposit account* sebanyak 12,3 juta (9,2% dari nasional). Selain itu, *market share* perbankan syariah terhadap perbankan nasional saat ini telah mencapai 4,8%. *Market share* perbankan syariah tersebut masih kecil.

Bank syariah saat ini terus berkembang pesat dengan mulai bertambahnya Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan BPRS yang semakin banyak dari segi kuantitas membuat persaingan semakin ketat. Data perkembangan bank syariah di Indonesia dapat dilihat pada tabel di bawah ini.²

Tabel 1.1 Jaringan Operasional Perbankan Syariah di Indonesia³

Jenis Bank	Keterangan	2018	2019	2020	2021
BUS	Jumlah Bank	14	14	14	12
	Jumlah Kantor	1.875	1.919	2.034	2.028

² Rafika Rahmawati, Strategi Peningkatan Efisiensi Biaya Pada Bank Umum Syariah Berbasis Stochastic Frontier Approach Dan Data Envelopment Analysis, Jurnal Bulletin of Monetary Economics and Banking, Vo.17, No.4, 2015, Hlm. 2

³ Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Perkembangan Jaringan Perbankan Di Indonesia Total Asset , Jaringan Kantor, Tenaga Kerja Perbankan Syariah, Dipetik Desember 2021, dari *Statistik Perbankan Syariah - September 2021*.

UUS	Jumlah Bank	20	20	20	21
	Jumlah Kantor	354	381	392	409
BPRS	Jumlah Bank	167	164	163	165
	Jumlah Kantor	495	617	627	670

Sumber : Statistik Perbankan Syariah (*Islamic Banking Statistic*)

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia ini tercermin dalam perkembangan jumlah kantor bank itu sendiri. Dalam tabel 1.1 dapat dianalisa bahwa perbankan syariah masih berpeluang untuk terus tumbuh dan berkembang. Berdasarkan data tersebut diperlihatkan jumlah kantor BUS dan UUS pada tahun 2018-2021 terus mengalami kenaikan walaupun pada tahun 2020-2021 sempat terjadinya penurunan jumlah kantor BUS (Bank Umum Syariah), UUS (Unit Usaha Syariah) terjadi penurunan jumlah kantor pada tahun 2018, dan BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah) juga terjadinya penurunan pada tahun 2018. Pertumbuhan yang semakin tinggi ini membuktikan bahwa daya tarik perbankan syariah di Indonesia sangat tinggi.

Perlu diketahui bahwa keberhasilan pengembangan perbankan syariah bukan hanya ditentukan oleh keberhasilan pertumbuhan yang spektakuler atau keberhasilan dalam penyebaran informasi, atau banyaknya pembukaan jaringan kantor, tetapi juga sangat ditentukan oleh kuantitas dan kualitas sumber daya manusia perbankan syariah itu sendiri, sehingga bank syariah dapat berjalan sesuai dengan prinsip syariah dan dapat dimanfaatkan masyarakat luas sebagai bagian dari sistem keuangan yang

rahmatan lil ‘alamin. Menurut Fransiskus Ady dan Djoko Wijono, sumber daya manusia merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi perkembangan suatu perusahaan di samping beberapa faktor lain.⁴

Bank syariah merupakan lembaga intermediasi keuangan (*financial intermediary institution*) yang kegiatan operasionalnya bebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh islam, yaitu *maysir, garar, riba, risywah*, dan *batil*. Dengan demikian, hal ini berbeda dengan bank konvensional yang kegiatan operasionalnya menggunakan prinsip bunga yang oleh sebagian besar ulama dikatakan sama dengan riba. Adapun kunci keberhasilan manajemen dalam bank syariah sangat ditentukan oleh bagaimana bank tersebut dapat merebut hati masyarakat, sehingga peranan bank syariah tersebut sebagai *financial intermediary* berjalan dengan baik. Setiap lembaga keuangan syariah memiliki falsafah untuk mencari keridhaan allah agar memperoleh kebaikan di dunia dan akhirat.⁵ Karena itu, setiap kegiatan usaha lembaga keuangan dijalankan dengan menghindari hal-hal yang menyimpang dari tuntutan agama.

Menurut SK Menkeu RI No.792 Tahun 1990, lembaga keuangan adalah semua badan yang kegiatannya di bidang keuangan, melakukan penghimpunan dana dan penyaluran dana kepada masyarakat terutama guna membiayai investasi perusahaan. Sedangkan yang dimaksud dengan Lembaga Keuangan Syariah adalah lembaga keuangan yang dalam melaksanakan akad (transaksi) ekonominya terutama

⁴ Ady, Wijono, Pengaruh Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan, *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, (Vol. 2, No.2, 2013), Hlm. 101.

⁵ Ilyas, Mekanisme Pembiayaan Mitraguna Berkah PNS Dengan Akad Murabahah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Prabumulih, *ADL ISLAMIC ECONOMIC: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, (Vol. 1, No. 2, 2020), Hlm. 188.

menarik dan menyalurkan uang kepada masyarakat menggunakan sistem Syari'ah atau hukum islam.⁶ Dalam prinsip Lembaga Keuangan yaitu prinsip hukum islam dalam kegiatan perbankan dan keuangan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penerapan fatwa dibidang syariah.

Sistem lembaga keuangan di Indonesia dibagi menjadi dua jenis lembaga keuangan yaitu lembaga keuangan bank dan non bank. Lembaga keuangan bank merupakan lembaga memberi jasa keuangan yang paling lengkap. Sedangkan lembaga Non Bank merupakan lembaga keuangan yang lebih banyak jenisnya dari lembaga keuangan bank. Lembaga keuangan non bank secara operasional dibina dan diawasi oleh departemen keuangan yang dijalankan oleh Bapepam LK. Untuk pembinaan dan pengawasan dari sisi pemenuhan prinsip-prinsip syariah dilakukan oleh Dewan Syariah Nasional MUI.⁷ Lembaga keuangan bank terdiri dari Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) merupakan bank alternatif yang diperuntukkan bagi masyarakat yang menjalankan usaha mikro kecil menengah dan menginginkan perbankan benar-benar syariah (menjalankan prinsip-prinsip syariah).⁸ Kehadiran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Indonesia semakin menambah daftar nama perbankan syariah, karena Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

⁶ Awaluddin, Penguatan Para Perguruan Tinggi Islam Dalam Mendorong Pengembangan Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia, Jurnal Iqtisaduna, (Vol. 4, No.2, 2018), Hlm 246.

⁷ Azizah, Respon Stakeholders Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Kualitas Alumni Konsentrasi Perbankan Syariah, 2014, Skripsi, (Jakarta: Uin Syarif Hidayatullah).

⁸ Harianto, Hubungan Rentabilitas dan Likuiditas Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia, Jurnal Prosiding Seminar nasional Politeknik Negri Lhokseumawe, Vol, 2, No. 1, 2018.

(BPRS) dalam sistem perbankan di Indonesia merupakan sebuah lembaga keuangan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat atas transaksi pembiayaan yang tidak berbasis riba.⁹

Seiring dengan perkembangan bank syariah di Indonesia tidak akan terlepas dari yang namanya strategi pemasaran. Diperlukan adanya strategi untuk menghadapi persaingan yang dari waktu ke waktu semakin meningkat salah satunya di Bank BPRS Riyal Irsyadi pada produk Tabungan Zaitun dalam peningkatan jumlah nasabah. Strategi pemasaran mempunyai hubungan dengan peningkatan nasabah, karena strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usaha perusahaan umumnya dan bidang pemasaran khususnya. Strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran.¹⁰ Dalam hal ini dibutuhkan dua bagian yang sangat penting dan saling berkaitan, untuk mencapai keberhasilan strategi yang dilakukan oleh suatu perusahaan, yaitu sasaran pasar yang dituju (target pasar), dan berdasarkan pemasaran yang dijalankan (*marketing mix*) untuk sasaran tersebut.

Guna merumuskan strategi *marketing mix* yang nantinya diharapkan dapat membantu Bank BPRS Riyal Irsyadi untuk meningkatkan jumlah nasabah, diperlukan penelitian mendalam terhadap lingkungan internal dan eksternal yang berkaitan

⁹ Husaeni, Analisis Pengaruh Dana Pihak ketiga dan Non Performing Financing, Terhadap Return On Asset pada BPRS di Indonesia, *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol.5, No.3, 2017.

¹⁰ Siregar, Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Cabang Krakatau Medan, *Jurnal Ilmiah Methonomi*, (Vol. 1, No.2, 2015), Hlm. 15.

dengan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), produk Tabungan Zaitun pada Bank BPRS Riyal Irsyadi, serta menganalisis terhadap faktor eksternal yang terkait dengan peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dihadapi produk Tabungan Zaitun pada Bank BPRS Riyal Irsyadi.

Tabel 1.2 Jumlah Nasabah Produk Tabungan Zaitun

No.	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2017	2.580
2	2018	2.201
3	2019	869
4	2020	1000
5	2021	1654
6	Jumlah	8.304

Sumber: Data di olah dari Bank BPRS Riyal Irsyadi Kranji

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa jumlah nasabah Tabungan Zaitun pada tahun 2017 sebanyak 2.580 nasabah mengalami kenaikan pada tahun 2018 sebanyak 2.201 mengalami penurunan, pada tahun 2019 sebanyak 869 mengalami penurunan, pada tahun 2020 sebanyak 1.000 mengalami kenaikan, kemudian pada tahun 2021 sebanyak 1.654 mengalami kenaikan yang cukup banyak.

Perkembangan jumlah nasabah mengalami penurunan setiap tahunnya. Dalam hal ini memasarkan produknya BPRS Riyal Irsyadi Kranji telah menetapkan posisinya sebagai salah satu bank yang mempunyai upaya dalam strategi pemasaran yang diperlukan. Adanya tenaga pemasar yang harus bisa membaca situasi pasar sekarang dan masa yang akan datang juga sangat diperlukan. Selain itu, bank juga harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang menarik minat nasabah untuk memilih membuka Tabungan Zaitun di bank syariah khususnya di Bank BPRS Riyal Irsyadi.

Adapun penelitian terdahulu mengenai strategi peningkatan yang pernah dilakukan dan sebagai penganut penelitian ini: Menurut Ajmal, Basalamah, dan Djamereng dalam penelitiannya berjudul “Strategi Pemasaran Jasa Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah PT. Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar” menunjukkan bahwa strategi pemasaran jasa dalam meningkatkan jumlah nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap pencapaian peningkatan jumlah nasabah.¹¹ Sedangkan menurut Nashrur Rohim dalam penelitiannya berjudul “Strategi Peningkatan Kinerja *Account Officer* Dalam Penyaluran Pembiayaan Murabahah Di BPRS Bina Finansia Semarang” menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kinerja/pencapaian *Account Officer*, BPRS Bina Finansia Semarang memberikan

¹¹ As'ad., Strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah PT. Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar, Jurnal Ekonomika, Vol.4, No.1, 2020.

reward terhadap *Account Officer* tersebut bisa memenuhi bahkan melebihi target yang diberikan oleh BPRS Binasia.¹²

Penelitian yang dilakukan Oleh Hana Putri Rahmawati dalam penelitiannya berjudul "Strategi Pemasaran Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap" menunjukkan bahwa strategi pemasaran funding yang digunakan dalam peningkatan jumlah nasabah penabung di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggis Cilacap yaitu undian tabungan berhadiah, grebek pasar, *canvvasing* dan metode jemput bola. Dari ke empat strategi, *canvvasing* merupakan strategi yang cukup efektif dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah.¹³ Berbeda dengan penelitian Mukaromah, Rani dalam penelitiannya berjudul "Analisis *Marketing Mix* Terhadap Produk Tabungan Pada Bank BRI Syariah KCP Kebumen." Menunjukkan bahwa *Marketing Mix* Pada Bank BRI Syariah KCP Kebumen telah berjalan dengan baik dan sesuai peraturan berlaku, walaupun kurang maksimal dan masih ada kendala yang dihadapi.¹⁴

Alasan-alasan yang mendorong peneliti untuk memilih judul "Strategi Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Zaitun di Bank BPRS Riyal Irsyadi", yaitu, di dalam dunia pemasaran baik dalam suatu organisasi maupun perusahaan

¹² Nashrur Rohim, Strategi Peningkatan Kinerja Account Officer Dalam Penyaluran Pembiayaan Murabahah Di BPRS Bina Finansia Semarang, Semarang: Universitas Islam Negri Walisongo, Skripsi, 2019.

¹³ Hana Putri, Strategi pemasaran Funding dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap, Purwokerto: Institut Agama Islam Negri, Skripsi, (2021)

¹⁴ Mukaromah, Rani, Analisis *Marketing Mix* terhadap produk tabungan pada Bank BRI Syariah KCP Kebumen, Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman, Vol. 11, No.2, 2021.

dibutuhkan strategi pemasaran yang baik, karena setiap usaha yang kita lakukan pasti membutuhkan strategi pemasaran yaitu strategi yang meliputi faktor internal dan faktor eksternal. Strategi pemasaran yang baik dapat meningkatkan jumlah nasabah terhadap pada produk Tabungan Zaitun, namun pada BPRS Riyal Irsyadi Kranji dilihat dari data jumlah nasabah pada produk Tabungan Zaitun dari tahun 2017-2019 mengalami penurunan jumlah nasabah. Maka dari itu peneliti tertarik meneliti permasalahan ini.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Strategi Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Zaitun Di PT. BPRS Riyal Irsyadi”**.

1.2 Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah bertujuan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok permasalahan dalam penelitian ini, berdasarkan latar belakang diatas, maka batasan masalahnya sebagai berikut:

1. Membatasi hanya pada BPRS Riyal Irsyadi karena BPRS Riyal Irsyadi salah satu lembaga keuangan syariah tentu harus menerapkan suatu strategi pemasaran yaitu BPRS Riyal Irsyadi mempunyai strategi pemasaran dengan layanan jemput bola khususnya pada produk Tabungan Zaitun, dengan adanya layanan jemput bola ini memberikan manfaat bagi nasabah, sehingga penulis membatasi pada BPRS Riyal Irsyadi agar jumlah nasabah

semakin meningkat dengan menggunakan layanan jemput bola ini khususnya pada produk Tabungan Zaitun.

2. Membatasi pada strategi peningkatan jumlah nasabah pada produk Tabungan Zaitun karena pada BPRS Riyal Irsyadi terhadap pada produk Tabungan Zaitun mengalami penurunan dalam jumlah nasabah pada tahun 2019, sehingga penulis membatasi masalahnya yaitu pada analisis faktor internal dan eksternal BPRS Riyal Irsyadi untuk menentukan strategi pemasaran produk Tabungan Zaitun dalam meningkatkan jumlah nasabah pada BPRS Riyal Irsyadi dengan Analisis SWOT.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pokok masalah yang akan dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Faktor internal dan eksternal apa sajakah yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terhadap peningkatan jumlah nasabah pada produk Tabungan Zaitun di Bank BPRS Riyal Irsyadi ?
2. Strategi apa yang dapat dilakukan oleh BPRS Riyal Irsyadi dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk Tabungan Zaitun ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terhadap peningkatan jumlah nasabah pada produk Tabungan Zaitun di Bank BPRS Riyal Irsyadi.
2. Mengetahui strategi yang dapat dilakukan oleh BPRS Riyal Irsyadi dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk Tabungan Zaitun.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini dapat memberi manfaat bagi penulis berupa penambahan pengetahuan yang lebih mendalam tentang perbankan syariah khususnya mengenai Tabungan Zaitun di BPRS Riyal Irsyadi.

2. Bagi Bank Syariah

Agar dapat dijadikan sebagai evaluasi BPRS Riyal Irsyadi dalam meningkatkan jumlah nasabah terhadap produk Tabungan Zaitun.

3. Bagi Nasabah

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada masyarakat tentang Produk Tabungan Zaitun yang diterapkan oleh BPRS Riyal Irsyadi.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Dalam sistematika penulisannya, penelitian ini disusun dalam 5 (lima) bab, dengan rincian bab sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika yang digunakan dalam penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang tinjauan umum tentang bank pembiayaan rakyat syariah, tabungan, strategi, analisis SWOT, review studi terdahulu, serta kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi pemaparan metode yang digunakan penulis untuk mencari berbagai data, yang meliputi tempat atau waktu penelitian, jenis penelitian dan pendekatan, teknik pengumpulan data, sumber data, dan teknik analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang uraian Gambaran Umum Produk Tabungan, Hasil Penelitian dan Pembahasan, identifikasi faktor internal dan eksternal, analisis

matriks IFE dan EFE, matriks SWOT, serta strategi peningkatan jumlah nasabah produk tabungan zaitun yang dilakukan BPRS Riyal Irsyadi.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari keseluruhan skripsi yang berisi kesimpulan yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan, serta saran yang bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.