

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk terbesar di dunia yakni 237.641.326 jiwa dan sebesar 207.176.162 jiwa adalah penduduk dengan beragama islam.<sup>1</sup> Dengan kondisi tersebut membuka berbagai peluang yang sangat potensial di berbagai bidang seperti bidang pendidikan, ekonomi, dan lain sebagainya untuk bergerak atau berlandaskan syariat Islam, contohnya dalam bidang ekonomi yang mengadopsi prinsip syariah, adalah dengan semakin berkembangnya lembaga-lembaga keuangan salah satunya adalah perbankan syariah. Munculnya bisnis perbankan yang berprinsip syariah, setidaknya dapat menjadi solusi alternatif dalam sektor perbankan yang selama ini lebih di kuasai, oleh perbankan yang bergerak di sistem perbankan konvensional.

Perbankan sendiri merupakan salah satu pelaku penting dalam perekonomian sebuah negara, karena masyarakat maupun kalangan industri/usaha sangat membutuhkan jasa bank dan lembaga keuangan, untuk mendukung dan memperlancar aktivitasnya. Sebagaimana fungsi bank sendiri dalam undang-undang perbankan No. 10 tahun 1998 tentang perbankan yang mana memiliki pengertian suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat

---

<sup>1</sup>Badan Pusat Statistik Republik Indonesia, “*Sensus Penduduk 2010, Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang Dianut Indonesia*”, dalam <http://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid+321> akses tanggal 20 desember 2015 pukul 11.25 WIB.

dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.<sup>2</sup>

Kemunculan perbankan syariah sendiri diawali dengan berdirinya Bank Muamalat pada tahun 1992.<sup>3</sup> Dan sekarang telah banyak bank syariah, yang awal mulanya dari bank yang konvensional seperti Bank Mandiri, BNI, BRI, dan lain sebagainya. Sejak berdirinya perbankan yang menggunakan prinsip syariah antusias masyarakat untuk menggunakan jasa bank syariah semakin meningkat, ini dapat dilihat dari segi jumlah nasabah maupun kantor-kantor cabang yang mulai di buka di berbagai daerah. Dengan kondisi tersebut tidak serta merta berdampak positif terhadap bank itu sendiri akan tetapi juga menimbulkan berbagai persoalan, seperti sumber daya manusia yang mencukupi dan mumpuni, wilayah pasar utama yang sesuai dengan jangkauan dan kemampuan bank dll. Maka untuk mengatasi berbagai persoalan tersebut di butuhkan strategi yang tepat.

Pada dasarnya setiap bank atau lembaga keuangan pasti melakukan strategi namun terkadang bank dan lembaga keuangan secara tidak sadar melakukan strategi. Padahal setiap upaya berupa kegiatan-kegiatan agar tujuan usahanya tercapai adalah strategi.<sup>4</sup>

Dalam menerapkan strategi pemasaran yang tepat dan efektif, perusahaan juga harus dapat menyesuaikan dengan kondisi pasar yang dihadapi oleh perusahaan, sehingga strategi pemasaran dapat berhasil. Oleh karena itu agar produk yang dipasarkan dapat berhasil, maka perusahaan harus

---

<sup>2</sup>Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 *Tentang Perbankan Pasal 1 ayat 1.*

<sup>3</sup>Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hlm 25.

<sup>4</sup>Sukristono, *Perencanaan Strategi Bank*, (Jakarta: PT Dhasa Warna, 1992), hlm 20.

menggunakan konsep pemasaran yang meliputi manfaat, mutu atau kualitas, dan kepuasan antara kebutuhan dengan keinginan, sehingga target dari penjualan yang ingin dicapai oleh perusahaan dapat terwujud. Namun yang lebih penting perusahaan harus dapat memperkenalkan produknya kepada konsumen, karena meskipun produk itu berkualitas dan bermanfaat akan tetapi tidak dikenal, produk tersebut tidak akan diketahui kualitas dan manfaatnya dan konsumen tidak akan membelinya. Oleh karena itu perusahaan bisa mempengaruhi konsumen untuk dapat menciptakan permintaan atas produk yang dihasilkan oleh perusahaan dan konsumen akan segera membeli produk tersebut.

Salah satu kegiatan yang mempunyai peranan penting dalam kegiatan pemasaran adalah mendistribusikan barang dan jasa kepada kelompok pembeli atau konsumen. Untuk melaksanakan kegiatan ini perusahaan harus membentuk saluran distribusi. Dengan adanya saluran distribusi yang baik maka penyebaran produk serta jangkauan ke daerah pemasaran semakin luas. Dengan semakin baiknya saluran distribusi yang digunakan oleh produsen terhadap konsumen, maka akan semakin banyak konsumen yang dapat direbut. Pentingnya peranan pemasaran terutama saluran distribusi dalam usaha meningkatkan volume penjualan atau jumlah nasabah.

Dengan mampu memperhatikan dan mendesain saluran distribusi, perbankan diharapkan dapat menyusun strategi pemasaran yang efektif untuk terus bisa menarik nasabah sebanyak mungkin sehingga dapat berdampak positif pada perbankan tersebut. Saluran distribusi sendiri memiliki pengertian

semua kegiatan yang berhubungan dengan usaha untuk menyampaikan barang-barang hasil produksi suatu perusahaan dari produsen kepada para pembeli atau kepada calon konsumen. Saluran distribusi sendiri memiliki banyak komponen seperti halnya tempat pemasaran yang di jadikan fokus oleh perusahaan dalam memasarkan produknya. Artinya jika saluran distribusi itu tepat dan pasar sasaranannya mampu merespon dengan baik barang atau jasa yang di tawarkan maka, kontribusi positif akan didapat oleh produsen.

Berangkat dari permasalahan saluran distribusi (*place*) sebagaimana di uraikan di atas, peneliti ingin meneliti hal tersebut di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Mojokerto. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Mojokerto yang resmi berdiri pada, Jum'at (22/6), dan terletak di Jl. Mojopahit 428-430 Mojokerto adalah suatu lembaga keuangan yang bergerak pada bidang atau jasa perbankan.<sup>5</sup>

Dan fokus penelitian adalah meneliti produk iB Tunas Hasanah yaitu produk tabungan yang di peruntukan anak-anak dan akad yang di gunakan adalah *Wadī'ah yad ḍamānah*. Alasan mendasar penelitian ini berfokus terhadap produk iB Tunas Hasanah, karena produk ini masih baru dan di peruntukkan untuk anak kecil, yang mana anak kecil belum memiliki kematangan dalam berpikir sehingga cukup sulit menentukan wilayah pasar utama yang tepat, oleh karena itu peneliti ingin mengetahui bagaimana pihak bank menyikapi hal tersebut dalam menentukan strategi pemasarannya.

---

<sup>5</sup> Radar mojokerto terbitan hari jum'at tanggal 22 juni 2012, *Galeri BNI Syariah KCP Mojokerto*, 18 desember 2015.

Hal inilah yang menarik bagi penulis untuk menerangkannya dalam bentuk penyusunan skripsi. Penulis akan mencoba mengadakan suatu penelitian dan menganalisis pengaruh saluran distribusi terhadap peningkatan jumlah nasabah iB Tunas Hasanah di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Mojokerto dengan judul : **“PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI (*PLACE*) TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH NASABAH iB TUNAS HASANAH ”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang dirumuskan adalah:

1. Apakah saluran distribusi (*place*) yang dilakukan perusahaan BNI Syariah KCP Mojokerto berpengaruh terhadap jumlah nasabah iB Tunas Hasanah?
2. Bagaimanakah hubungan saluran distribusi (*place*) terhadap peningkatan jumlah nasabah produk iB Tunas Hasanah di BNI Syariah KCP Mojokerto?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Selain sebagai syarat untuk menyelesaikan program Strata 1 (S1), tujuan dan kegunaan lainnya dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah di atas adalah:

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan memahami pengaruh saluran distribusi (*place*) terhadap peningkatan jumlah nasabah produk iB Tunas Hasanah di BNI Syariah KCP Mojokerto
  - b. Untuk mengetahui hubungan saluran distribusi (*place*) terhadap peningkatan jumlah nasabah produk iB Tunas Hasanah di BNI Syariah KCP Mojokerto
2. Kegunaan penelitian ini adalah :
- a. Bagi Peneliti
    - 1) Dengan adanya penelitian ini penulis dapat memahami mengenai pengaruh saluran distribusi di perbankan syariah.
  - b. Bagi Instansi
    - a. Sebagai bahan evaluasi terhadap saluran distribusi produk iB Tunas Hasanah.
    - b. Mampu memberikan rekomendasi dalam hal wilayah pasar sasaran untuk Bank BNI Syariah KCP Mojokerto pada produk iB Tunas Hasanah.

#### **D. Sistematika Pembahasan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini, penulis membagi ke dalam 5 bab dengan tujuan untuk mempermudah penulisan dan pemahaman alur penelitian. Dengan kerangka dasar sebagai berikut:

##### **Bab I Pendahuluan**

Bab ini memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.

## Bab II Landasan Teori

Bab ini berisi landasan-landasan teori yang menjadi dasar penulisan, seperti landasan teori mengenai pemasaran, strategi pemasaran, saluran distribusi, kajian pustaka, hipotesis.

## Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini berisi metode penelitian yang terdiri dari Jenis dan sifat penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

## Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini terdiri dari sejarah BNI Syariah KCP Mojokerto, visi dan misi, struktur organisasi, produk yang ditawarkan, karakteristik tabungan iB Tunas Hasanah, hasil analisis dan pembahasan dari penelitian

## Bab V Penutup

Berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian, dan saran-saran.