

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam dunia modernisasi seperti sekarang ini sangat mempermudah jalan untuk dunia perbankan masuk kedalam masyarakat. Perekonomian masyarakat yang semakin melonjak membuat bank sangat dibutuhkan sebagai sarana penyimpanan, penyaluran dan peminjaman untuk usaha masyarakat menengah atau masyarakat atas. Hal ini membuat masyarakat perlu memahami cara untuk melakukan penyimpanan dan peminjaman pada bank yang ada di seluruh Indonesia.¹

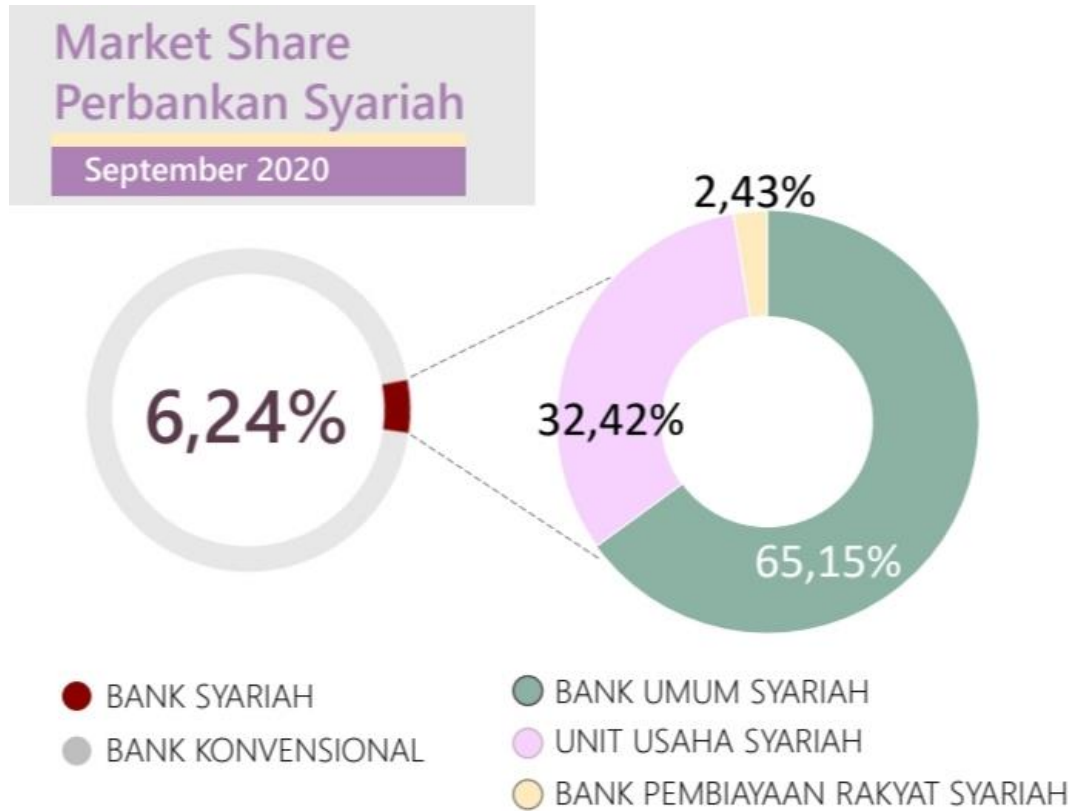
Kebutuhan masyarakat terhadap perbankan pada saat ini tidak hanya sebagai penyimpanan dan peminjaman uang, namun masyarakat membutuhkan suatu bank yang dapat meratakan lingkup atas sampai lingkup bawah sehingga lahir perbankan non konvensional yaitu perbankan syariah sebagaimana dikemukakan menurut Undang-Undang No.7 Tahun 1992 tentang perbankan yaitu bank yang kegiatan usahanya dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip syariah, secara teknis yuridis disebut “Bank yang Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil”.² Dengan adanya bank syariah tidak hanya umat muslim saja yang menggunakan bahkan non muslim juga menggunakan bank syariah.

Pertama pengoperasiannya bank syariah belum mendapatkan perhatian yang optimal dalam sektor perbankan nasional. Tetapi jumlah nasabah tiap tahunnya selalu meningkat. Meskipun jumlah nasabah tiap tahun ke tahun selalu meningkat tapi masih saja nasabah masih minim. Atau masih

¹Qoid Mahmud Al-Qonnan, “Analisis Strategi *promotion* bank mitra syariah cabang bojonegoro dalam meningkatkan jumlah nasabah pada masyarakat pasar kota bojonegoro”, Skripsi, universitas islam negeri sunan ampel surabaya, 2019, 1

²Sutan Remy Sjahdeini, S.H, “ Perbankan Syariah” Jakarta: PRENADAMEDIA, 2014, 32

terbilang lebih banyak daripada bank konvensional. Dapat dilihat *market share* perbankan syariah pada grafik dibawah ini :



Gambar 1.1 : Market Share Perbankan Syariah

Sumber : Statistik Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bank konvensional masih mendominasi pasar dengan angka 93,76%. Hal tersebut dipandang ironis sebab Indonesia merupakan penduduk dengan jumlah muslim terbesar di dunia. Fenomena ini mencerminkan bahwa persepsi masyarakat terhadap bank Syariah masih minim. Sehingga perlu usaha lebih keras untuk memasarkan perbankan syariah di Indonesia. Total penghimpunan dana bank syariah pada tahun 2020 mencapai 460,51 Triliun rupiah dengan total 35,33 juta rekening. Dana terbesar dari deposito sebesar 51,85%

, giro 15,85%, dan tabungan sebesar 32,31%. Adapun jenis penggunaan dana paling besar didominasi oleh sektor konsumtif sebesar 46,39%, modal kerja sebesar 31,03% dan investasi sebesar 33,58%. dan dana yang tersalurkan sebesar 384,65 Triliun rupiah.³

Bank syariah yang ada di Indonesia sudah cukup banyak diminati oleh masyarakat hal ini karena dapat melakukan investasi yang halal, Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli, dan sewa, serta profit dan falah oriented.⁴ Dapat dilihat perbedaan bank konvensional dan bank syariah di tabel berikut ini :

Bank Syariah	Bank Konvensional
Penyaluran dan penghimpunan dana sesuai dengan fatwa DPS	Tidak terdapat dewan sejenis
Hubungan nasabah dan bank adalah kemitraan	Hubungan bank dan nasabah adalah debitur-kreditur
Profit dan falah oriented	Profit Oriented
Prinsip sesuai dengan bagi hasil, jual beli, dan sewa	Memakai Bunga
Investasi halal	Investasi halal dan haram

Kemudian dapat dilihat bahwa kinerja bank syariah sudah cukup baik dalam waktu yang sangat singkat. Semakin berkembang bank konvensional juga menjadi peran untuk perbankan syariah sehingga bank syariah banyak membuka cabang syariah diberbagai daerah, kota maupun desa-desa dengan tujuan bank syariah bisa dikenal oleh masyarakat luas. Dengan adanya perkembangan bank syariah membuat ketatnya persaingan dengan bank-bank lainnya serta bank sebagai lembaga

³ Sugeng Ribowo, "Irfan Bahar Nurdin, Analisis Konversi Bank BUMD Menjadi Bank Syariah Implikasinya Pada Peningkatan Market Share Bank Syariah di Indonesia", Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol:6 No.1, 13-14

⁴Dr. Sunardi & Fety Anisari, "Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat masyarakat muslim menabung di Bank Syariah", Journal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 56

keuangan yang memproses jasa keuangan tentu harus mampu memasarkan produknya,⁵ oleh karena itu tiap bank syariah memiliki strategi pemasaran tertentu untuk menghadapi persaingan.

Pemasaran atau bisa disebut marketing adalah aktivitas yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan menemukan kebutuhan manusia.⁶ Pemasaran juga membutuhkan yang namanya konsep, salah satu konsep pemasaran yaitu adalah konsep baru 4P. *marketingmix* atau Jargon bauran pemasaran atau yang isinya terdiri yaitu 4P (*product, price, place promotion*) hal ini sangat familiar untuk didengarkan.

Dalam al-qur'an sudah dijelaskan tentang marketing :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ، أَجَلْتُ لَكُمْ بِهَيْمَةِ الْآنَعَمِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُجَلَّى الصَّيِّدَاتِ أَنْتُمْ حُرْمٌ، إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya : Wahai orang-orang beriman, penuhi aqad-aqad itu. Halal bagimu binatang ternak, kecuali dibacakan kepadamu. Yang sesungguhnya itu dengan tidak bisa menghalalkan berburu ketika kamu dalam atau sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendakinya. (Q.S Al-Maidah:1)

Maksud dari ayat tersebut bahwasanya jangan mengkhianati apa yang sudah disepakati dalam transaksi bisnis, Rasulullah sangat menekankan pentingnya integritas dalam menjalankan bisnis, seperti sabda Nabi : Aku adalah pihak ketiga dari dua orang yang bersyarikat selama salah satu pihak mengkhianati pihak lain, jika salah satu pihak berkhianat aku keluar dari mereka. (HR. Abu Daud dari Abu Hurairah). Dalam prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus bisa dilandasi semangat beribadah kepada Allah, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan semuanya, bukan untuk kepentingan golongan tertentu apalagi kepentingan individu.⁷

⁵Bagas Ilham Lucyantoro & Moch. Rizaldy Rachmansyah, “ Penerapan Startegi Digital Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya)”, Journal Online 45 Surabaya, 2017, 38

⁶Rahmawati, “ Manajemen Pemasaran” Mulawarman Universitypress, 2016, 3

⁷Ikhsan Bayanuloh, Marketing Syariah, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2012, 3

Namun yang perlu digaris bawahi disini apakah strategi yang dimiliki bank syariah sudah tepat sesuai dengan perspektif pemasaran syariah atau ajaran Rasulullah SAW yang berpegang teguh pada Al-Qur'an dan Al-Hadis, karena tidak semua strategi marketing dilakukan secara islami. Seperti pada kasus pecahnya skandal keuangan di Amerika Serikat ditandai dengan perusahaan-perusahaan raksasa yang tumbang seperti enron, WoldCom, atau Global Crossing.⁸ Hal ini menunjukkan bahwa sehebat apapun strategi bisnis secanggih apapun pemasaran yang dilakukan, semuanya tidak akan berguna jika tidak dilandasi dengan nilai-nilai Islami.

Sangat penting strategi marketing syariah khususnya dalam dunia perbankan karena strategi marketing mempunyai peran yang sangat penting dalam keberhasilan suatu perbankan. Tidak dapat dipungkiri dengan berkembangnya dunia perbankan banyak lembaga keuangan syariah yang berkompetisi untuk menerapkan strategi marketing yang tepat untuk menarik masyarakat menjadi nasabah.⁹ Seperti halnya pada Bank Mitra Syariah cabang Pulau Bawean. Bank Mitra Syariah adalah lembaga keuangan mikro yang memiliki serta menerapkan segmentasi masyarakat menengah kebawah.

Saat ini salah satu lembaga keuangan syariah yang masih belum familiar di kalangan masyarakat salah satunya yaitu Bank Mitra Syariah, Bank Mitra Syariah ini dapat dikatakan bank yang baru ada di Indonesia yang didirikan pada tahun 2008 oleh pengusaha muslim di Jawa Timur pada 1 Juli yang memiliki tujuan untuk meningkatkan serta mengembangkan perekonomian mikro di Jawa Timur.¹⁰ Dengan berjalannya waktu bank syariah sudah mulai berkembang di daerah Gresik saja tapi lambat laun telah merambat hingga Bojonegoro dan Tuban, ditambah adanya 10 kantor

⁸Hermawan Kartajaya & Muhammad Syakir Sula,Marketing Syariah,Makassar : Mizan Media Utama,2006,5

⁹ Dr. H. Rudy Haryanto. "Manajemen Pemasaran Bank Syariah"Duta media Publishing, 15

¹⁰ Databoks, diakses pada <http://bankmitrasyariah.com/> 7 Februari 2022 pukul 20.00 WIB

kas, hal ini adalah suatu bentuk upaya Bank Mitra Syariah guna lebih mendekatkan dan mengenalkan diri ke masyarakat. Bank Mitra Syariah merupakan salah satu Bank Islam dengan memperhatikan tentang riba dan masih sedikit peminatnya, selain itu Bank Mitra ini merupakan Bank Swasta yang sulit untuk mendapatkan nasabah. Berikut jumlah nasabah baru Bank Mitra Syariah cabang Pulau Bawean Pada Kantor Kas Bawean Tahun 2017-2020.

Tabel 1.1

Jumlah Nasabah Bank Mitra Syariah Cabang Pulau Bawean

No	Tahun	Nasabah Baru
1.	2017	311
2.	2018	177
3.	2019	332
4.	2020	338
Jumlah		1.158

Sumber : Data outstanding nasabah Bank Mitra Syariah Cabang Pulau Bawean Pada Kantor Kas Bawean Tahun 2017-2020

Dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa jumlah nasabah Bank Mitra Syariah Cabang Pulau Bawean mengalami peningkatan di dua tahun terakhir. Yaitu pada tahun 2019 sebanyak 332 nasabah baru, dan pada tahun 2020 mengalami peningkatan sebanyak 338 nasabah baru. Dalam hal ini strategi marketing yang dimiliki Bank Mitra Syariah Cabang Pulau Bawean mampu meningkatkan jumlah nasabah, hanya saja apakah strategi yang dilakukan sudah sesuai dengan perspektif pemasaran syariah atau masih belum. Sehingga perlu dilihat apakah dalam strategi yang

ada di Bank Mitra Syariah Cabang Pulau Bawean sudah sesuai dengan ajaran Rasulullah SAW yang berpegang teguh pada Al-Qur'an dan Al-Hadist. Di Bank Mitra Syariah cabang Pulau Bawean terdapat marketing yang dikatakan mampu menambah nasabah yaitu dengan cara mengadakan grebeg pasar, grebeg pasar merupakan salah satu marketing di Bank Mitra Syariah untuk mendapatkan nasabah baru serta pendekatan kepada masyarakat. Grebeg pasar di Bank Mitra Syariah ada sejak tahun 2015 dengan perolehan nasabah.¹¹

Beberapa penelitian terdahulu membahas tentang Bank Mitra Syariah, skripsi yang ditulis oleh Qoid Mahmud Al-Qonan yakni¹² “Analisis Strategi *Promotion Mix* Bank Mitra Syariah Cabang Bojonegoro Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Masyarakat Pasar Kota Bojonegoro” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan Bank Mitra Syariah cabang Bojonegoro menggunakan strategi *promotion mix* yang dilakukan dengan 5 metode yaitu: 1. *Direct Marketing*. 2. *Public Relations*. 3. *Sales Promotion*. 4. *Mass Selling*. 5. *Personal Selling*. Melalui strategi *promotion mix* yang dilakukann rentan tiga tahun terakhir (2016-2018) jumlah nasabah yang baru bergabung mengalami peningkatan sebesar 17% di tahun 2017 dan lalu 15% di tahun 2018. Selanjutnya skripsi yang ditulis oleh Nur Salis¹³ yakni “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Bawean Dalam Memilih Bank Syariah” hasil penelitiannya menunjukkan bahwa faktor marketing mix, internal individu konsumen, dan eksternal individu konsumen mempengaruhi minat masyarakat Bawean dalam memilih Bank Mitra Syariah. Sedangkan faktor

¹¹ Databoks, diakses pada <http://bankmitrasyariah.com/> 7 Februari 2022 pukul 20.00 WIB

¹² Qoid Mahmud Al-Qonan, “Analisis Strategi *Promotion Mix* Bank Mitra Syariah Cabang Bojonegoro Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Masyarakat Pasar Kota Bojonegoro” Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya” 2019, 4

¹³ Nur Salis, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Bawean Dalam Memilih Bank Syariah”, Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018, 4

marketing mix merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi minat masyarakat Bawean dalam memilih Bank Mitra Syariah.

Berdasarkan uraian diatas penulis ingin mengetahui bagaimana strategi marketing grebeg pasar yang dimiliki Bank Mitra Syariah cabang Pulau Bawean dalam meningkatkan jumlah nasabah, karena dilihat dari data jumlah nasabah Bank Mitra Syariah Cabang Pulau Bawean dari tahun 2017-2020 mengalami peningkatan tiap tahunnya. Sehingga perlu di analisis strategi marketing grebeg pasar ini seperti apa dilakukan oleh Bank Mitra Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah dan apakah strategi marketing grebeg pasar Bank Mitra Syariah sudah sesuai dengan pemasaran syariah, dengan melakukan peneletian tersebut, dapat menjawab semua pertanyaan yang ingin diketahui. Apabila hal tersebut terbukti benar strategi marketing grebeg pasar mampu meningkatkan jumlah nasabah dan strategi tersebut sudah sesuai dengan pemasaran syariah maka dapat menjadi pengetahuan yang penting ketika akan membuka suatu usaha.

sehingga penulis tertarik untuk membahas “Analisis Strategi Marketing Grebeg Pasar Bank Mitra Syariah Cabang Pulau Bawean Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Dalam Pemasaran Syariah”.

B. RumusanMasalah

1. Bagaimana strategi marketing grebeg pasar Bank Mitra Syariah cabang Pulau Bawean dalam meningkatkan jumlah nasabah pada masyarakat pasar Pulau Bawean?
2. Bagaimana strategi marketing grebeg pasar Bank Mitra Syariah berdasarkan perspektif pemasaran syariah?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penulis, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi marketing grebeg pasar Bank Mitra Syariah cabang Pulau Bawean dalam meningkatkan jumlah nasabah pada masyarakat pasar Pulau Bawean, serta untuk mengetahui bagaimana strategi marketing grebeg pasar Bank Mitra Syariah berdasarkan perspektif pemasaran syariah.

Sedangkan kegunaan penelitian ini tentang analisis strategi marketing grebeg pasar Bank Mitra Syariah cabang Pulau Bawean dalam meningkatkan jumlah nasabah dalam perspektif pemasaran syariah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Manfaat bagi peneliti adalah dapat menambah wawasan keilmuan dan dapat mempelajari secara langsung tentang strategi marketing dalam meningkatkan jumlah nasabah yang terdapat dalam Bank Mitra Syariah Gresik cabang pulau Bawean.

2. Bagi Pembaca

Manfaat bagi pembaca, penelitian ini diharapkan menjadi pengetahuan dan dijadikan sebagai sumber informasi mengenai analisis strategi marketing grebeg pasar Bank Mitra Syariah cabang pulau Bawean dalam meningkatkan nasabah dalam perspektif ekonomi islam. Sehingga mampu meningkatkan khazanah keilmuan.

3. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan dan menyumbangkan referensi-referensi ilmiah atau pengetahuan tentang ekonomi islam.

4. Bagi Instansi

Penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai sumber informasi dengan harapan pihak instansi bisa mengevaluasi kegiatan dan dapat mengatasi permasalahan yang terdapat dalam strategi marketing grebeg pasar.

D. Kajian Pustaka

Untuk menghindari kesamaan dengan objek yang sama, maka diperlukan kajian terdahulu, berdasarkan pengamatan dan pengkajian yang telah dilakukan terhadap beberapa sumber kepustakaan terkait dengan permasalahan yang dibahas dalam penulisan skripsi ini, penulis telah membaca skripsi baik dari fakultas syariah dan hukum, maupun fakultas lain, bahkan universitas lain yang terikat dengan permasalahan yang akan dibahas, namun karakteristiknya berbeda-beda. Contoh karya yang mempunyai korelasi dengan permasalahan yang akan diangkat oleh penulis antara lain :

Pertama Qoid Mahmud Al-Qonan (2019), pada tulisannya yang berjudul “Analisis Strategi *Promotion Mix* Bank Mitra Syariah Cabang Bojonegoro Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Masyarakat Pasar Kota Bojonegoro”¹⁴ Penelitian Qoid Mahmud Al-Qonan menjelaskan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh bank mitra syariah cabang bojonegoro adalah

¹⁴Qoid Mahmud Al-Qonan, “Analisis Strategi *Promotion Mix* Bank Mitra Syariah Cabang Bojonegoro Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Masyarakat Pasar Kota Bojonegoro” Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya” 2019, 4

strategi *promotion mix*. Perbedaan dengan penelitian saya terletak pada strategi yang dilakukan. sedangkan persamaannya sama sama membahas tentang Bank Mitra Syariah.

Kedua Fasholatul Melisa Sari (2021), pada tulisannya yang berjudul “Analisis Tingkat Pemahaman dan Respon Masyarakat Tentang Bank Mitra Syariah Kas Palang (Studi Kasus di Karangagung Kecamatan Palang Kabupaten Tuban)”¹⁵ Penelitian Fasholatul Melisa Sari menjelaskan bahwa bagaimana tingkat pemahaman serta respon masyarakat terhadap Bank Mitra Syariah di Karangagung Kecamatan Palang Kabupaten Tuban. Perbedaan dengan penelitian saya terletak pada subjek dan objek yang diteliti sedangkan persamaannya sama sama membahas tentang Bank Mitra Syariah.

Ketiga Nur Salis (2018), pada tulisannya yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Bawean Dalam Memilih Bank Mitra Syariah”¹⁶ Penelitian Nur Salis menjelaskan bahwa faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat masyarakat bawean dalam memilih Bank Mitra Syariah Bawean. Perbedaan dengan penelitian saya terletak pada subjek dan objek yang diteliti sedangkan persamaannya sama sama membahas tentang Bank Mitra Syariah.

E. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan skripsi serta pembahasan skripsi yang berjudul “Analisis strategi marketing grebeg pasar dalam meningkatkan jumlah nasabah dalam perspektif ekonomi islam” disusun dan ditulis dengan menggunakan sistematika sebagai berikut:

¹⁵Fasholatul Melisa Sari, “Analisis Tingkat Pemahaman dan Respon Masyarakat Tentang Bank Mitra Syariah Kas Palang (Studi Kasus di Karangagung Kecamatan Palang Kabupaten Tuban)”, Skripsi IAIN Ponorogo, 2021, 4

¹⁶Nur Salis, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Bawean Dalam Memilih Bank Syariah”, Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018, 4

BAB I Pendahuluan, yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori, yang berarti tentang teori-teori yang sebagai jawaban dari permasalahan, yang meliputi pemasaran, strategi pemasaran, promosi dalam islam, Bank Mitra Syariah dan grebeg pasar.

BAB III Metode Penelitian, pada bab ini tentu membahas mengenai metode penelitian yang digunakan oleh penulis yakni meliputi, jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan uji keabsahan data. Dimana teknik ini dilakukan agar hasil dari penelitian benar-benar akurat.

BAB IV Hasil dan Pembahasan, yakni meliputi hasil dan pembahasan yang didapat oleh peneliti terkait menganalisis strategi marketing grebeg pasar Bank Mitra Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah dalam perspektif ekonomi islam.

BAB V Penutup, pada bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan yang didapat tentu atas hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, sedangkan saran meliputi saran-saran kepada berbagai pihak salah satunya peneliti selanjutnya untuk dapat mengembangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis.