

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perbankan di Indonesia terbagi menjadi dua yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran secara umum berdasarkan prosedur dan ketentuan yang telah ditetapkan. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Tergantung individual akan kemana mengatur pengelolaan keuangannya.

Bank Syariah merupakan bank yang beroperasi dengan tidak menggunakan bunga. Bank Syariah merupakan lembaga keuangan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-quran dan Assunnah. Sistem perbankan syariah Indonesia dimulai tahun 1992 dengan digulirkannya UU No. 7/1992 yang memungkinkan bank menjalankan operasional bisnisnya dengan sistem bagi hasil. Pada tahun yang sama yaitu tahun 1992 lahir bank syariah pertama di Indonesia, Bank Muamalat Indonesia. Keberadaan perbankan syariah adalah diharapkan dapat mendorong perkembangan perekonomian suatu negara.

Perbankan syariah sebagai bagian dari sistem perbankan nasional mempunyai peranan penting dalam perekonomian. Peranan perbankan syariah dalam aktivitas ekonomi Indonesia tidak jauh berbeda dengan perbankan konvensional. Perbedaan mendasar antara keduanya adalah

prinsip-prinsip dalam transaksi keuangan/operasional. Salah satu prinsip dalam operasional perbankan syariah adalah penerapan bagi hasil dan risiko. Prinsip ini tidak berlaku di perbankan konvensional yang menerapkan sistem bunga.

Bank syariah akan dapat berkembang dengan baik bila mengacu pada demand masyarakat akan produk dan jasa bank syariah. Dengan modal Undang-Undang No 10 tahun 1998 dan nilai-nilai moral, perbankan bank syariah mampu membuktikan bahwa keberadaannya dapat melayani kebutuhan masyarakat baik dari sisi surplus pending unit maupun defisit spending unit.

Bank Muamalat Indonesia adalah bank syariah pertama di Indonesia yang menerapkan dan menjalankan operasional kegiatan usahanya dengan prinsip syariah islam. Yang langsung diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Tepat pada tanggal 8 November 2018, PT Bank Muamalat Indonesia Tbk melebarkan sayap bisnis ke pulau Madura khususnya di Kabupaten Sumenep, Jawa Timur dengan membuka Kantor Cabang Pembantu yang bertempat di Ruko Graha Adipoday. Jumlah karyawan Bank Muamalat Indonesia di Kabupaten Sumenep yaitu 13 orang. Berbagai produk dan manfaatnya telah terus dipasarkan. Dalam perbankan syariah semua transaksi atau pembiayaan, didalamnya tercatat jelas ada akad-akadnya yang harus diterapkan oleh kedua belah pihak antara nasabah dan karyawan bank. Terdapat beberapa akad dalam perbankan syariah, namun singkatnya ada dua yang mencakup semuanya yaitu akad wadi'ah dan akad

mudharabah. Akad wadi'ah, adalah akad yang sifatnya murni titipan yaitu hanya menabung sebagaimana mestinya. Kedua akad mudharabah adalah akad yang sifatnya mendapat bagi hasil didalamnya.

Adapun tabel pendukung sebagai berikut untuk melihat seberapa meningkat atau menurun jumlah nasabah dilihat dari beberapa jenis produk tabungan yang ada pada bank muamalat dari mulai didirikannya kantor cabang pembantu di kabupaten sumenep terhitung seperti pada tabel 1.1:

Tabel 1.1 Persentase jumlah nasabah Bank Muamalat di Sumenep

Bulan/Tahun	Wadiah Hijrah	Mudharabah Hijrah	Haji & Umroh	IB Berhadiah	Prima Deposito
November 2018	40	26	45	21	11
Desember 2018	33	20	25	10	2
Januari 2019	38	17	18	6	4
Februari 2019	27	20	22	10	4
Maret 2019	28	11	20	7	6

Sumber : Bank Muamalat Indonesia (KCP) Sumenep.

Tabel pada 1.1 dapat disimpulkan bahwa sejak dibukanya Kantor Cabang Pembantu Bank Muamalat di Kabupaten Sumenep. Masyarakat yang sudah menjadi nasabah Bank Muamalat mengalami penurunan dalam perhitungan disetiap bulannya, tetapi dalam jumlah volume keseluruhan,

nasabah Bank Muamalat akan semakin bertambah dalam hitungan pencapaian target. Pada tabel 1.1 terlihat tabungan dana haji menjadi lebih terus meningkat dibandingkan dengan jenis produk tabungan lainnya, dikarenakan nasabah melihat dana setoran awal haji yang ada di bank muamalat lebih minim dibandingkan dengan bank syariah lainnya. Hal itulah yang juga menjadi salah satu daya tarik strategi Bank Muamalat kepada masyarakat.

Setiap perusahaan atau lembaga untuk dapat mengembangkan perusahaannya pasti memiliki strategi-strategi yang harus diterapkan. Salah satu diantara berbagai strategi yang harus ada dalam perusahaan adalah adanya bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi *product*, *price*, *promotion*, dan *place* dan kemudian berkembang menjadi 7P yang sebelumnya hanya 4P. *Product* itu sendiri bagi bank muamalat salah satu hal yang terus diperbaharui, dengan penuh kreatif dan inovatif guna menarik minat nasabah serta untuk kemajuan perusahaan, ada beberapa produk yang dimiliki bank muamalat diantaranya seperti yang sudah dijelaskan pada tabel 1.1 di dapat dari sumber kantor cabang pembantu yang ada di Kabupaten Sumenep, yaitu jenis produk tabungan wadiah hijrah, mudharabah hijrah, tabungan IB Muamalat prima berhadiah, haji dan umroh, tabungan deposito dan juga termasuk produk layanan *E-Banking*. *Price*, penerapannya pada Bank Muamalat Indonesia serentak termasuk di Kabupaten Sumenep dapat dicontohkan dengan penetapan kebijakan pemorsian haji, dimana pada Bank Muamalat Indonesia harga

yang ditetapkan lebih rendah dibandingkan dengan perbankan syariah lainnya. *Place*, penerapan *place* pada Bank Muamalat Indonesia yang ada di Kabupaten Sumenep sudah cukup tepat, karena mudah diakses dan lokasinya yang masih termasuk daerah kota. *Promotion*, penerapannya yang ada pada Bank Muamalat Indonesia di Kabupaten Sumenep salah satu contohnya adalah dengan menghadirkan layanan menggunakan *Mobile Branch* yang beroperasi di Kantor Kemenag Sumenep guna membantu memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi khususnya pembayaran haji dan mempermudah Bank Muamalat Indonesia dalam strategi *promotion* dengan pesat dan tepat sasaran. Kemudian berkembang menjadi 7P yang meliputi *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*. Berdirinya Bank Muamalat di kota Sumenep, menghadapi juga berbagai kendala, ancaman, dan persaingan untuk jangka panjang. Adapun permasalahan yang dihadapi oleh Bank Muamalat yaitu masyarakat masih awam terhadap adanya bank murni syariah (Bank Muamalat Indonesia) dan kurangnya kesadaran masyarakat menjadikan Bank Muamalat sebagai tempat mengelola keuangan. Untuk itu, diharapkan kepada para marketing untuk dapat memilih memikirkan bagaimana penerapan bauran pemasaran untuk Bank Muamalat Indonesia itu sendiri.

Ada beberapa penelitian terdahulu yang peneliti temukan yaitu dari hasil penelitian Ardiarini (2017) dengan judul “Penerapan 7p Pada Pemasaran Kripik Belut Di Kuliner Kripik Belut Kecamatan Godean Sleman Yogyakarta” yang menyatakan bahwa keadaan usaha kecil dan

menengah (UMKM) ialah kurangnya pengetahuan dan pemahaman dalam membuka usaha bahwa pondasi awal yang harus dipahami adalah harus mengenali, memiliki 7P (*product, price, place, promotion, people, physical evidence dan process*) yang bisa menaikkan profit dagangan atau kualitas produknya yang lebih baik kedepannya agar usaha tersebut dapat bertahan dalam jangka panjang. Oleh karena itu usaha kecil dan menengah harus menerapkan strategi pemasaran yang mencakup 7P dalam kegiatan usaha kripik belut di Godean, supaya usaha yang dijalankan berkembang pesat sesuai dengan yang diinginkan. Hasil penelitian dalam jurnal tersebut mengau pada dua variabel yaitu penerapan 7P dari sisi pedagang dan tanggapan penerapan 7P dari sisi konsumen.

Hasil penelitian pendukung dari Mustakim (2018), dengan judul “Penerapan Promosi Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha (PT. Jm Mutu Utama Serpong)” menyimpulkan bahwa tingkat pertumbuhan volume penjualan produk-produk yang ada di perusahaan PT. JM Mutu Utama berkaitan atau sangat bergantung dengan peran aktif dari divisi pemasaran, dimana divisi pemasaran menentukan kesuksesan perusahaan atau kebangkrutan suatu perusahaan itu sendiri. Hal inilah yang melatar belakangi lahirnya strategi bauran pemasaran yang memungkinkan untuk bisa diterapkan yaitu strategi produk, strategi harga, strategi promosi secara integratif. Berdasarkan analisis SWOT, posisi perusahaan terletak pada kuadran I dengan situasi yang menguntungkan bagi perusahaan. Perusahaan tersebut memiliki peluang (*Opportunity*) dan kekuatan

(*Strenght*) sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi tersebut dapat mendukung kebijakan pertumbuhan berkembangnya perusahaan yang agresif.

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan di Bank Muamalat Indonesia serta hasil penelitian terdahulu maka peneliti ingin mengkaji lebih lanjut tentang bagaimana bauran pemasaran yang terjadi dalam Bank Muamalat Indonesia di Kabupaten Sumenep, maka penulis mengajukan penelitian skripsi dengan judul ***“Penerapan Bauran Pemasaran Pada Bank Muamalat Indonesia di Kabupaten Sumenep”***.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan bauran pemasaran pada Bank Muamalat Indonesia di Kabupaten Sumenep?
2. Apa saja kendala-kendala dalam penerapan bauran pemasaran yang terjadi pada Bank Muamalat Indonesia di Kabupaten Sumenep?
3. Bagaimana solusi dari kendala-kendala penerapan bauran pemasaran yang terjadi pada Bank Muamalat Indonesia di Kabupaten Sumenep?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan bauran pemasaran pada Bank Muamalat Indonesia di Kabupaten Sumenep.
2. Untuk mengetahui bagaimana kendala-kendala dalam penerapan bauran pemasaran yang terjadi pada Bank Muamalat Indonesia di Kabupaten Sumenep.

3. Untuk mengetahui solusi dari kendala-kendala penerapan bauran pemasaran yang terjadi pada Bank Muamalat Indonesia di Kabupaten Sumenep.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan tersebut, maka penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat. Baik secara teoritis maupun secara praktis. Yaitu diantaranya:

1.4.1. Manfaat teoritis

Secara teoritis, penelitian ini di harapkan untuk dapat bermanfaat, untuk dijadikan sebagai informasi dalam menjawab permasalahan-permasalahan yang ada serta mampu memahami bagaimana peranan bauran pemasaran pada Bank Muamalat Indonesia di Kabupaten Sumenep.

1.4.3 Manfaat praktis

a. Bagi perusahaan

Sebagai informasi, bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan selanjutnya, dan juga peramalan jangka waktu panjang untuk kesuksesan perusahaan di masa yang akan datang.

b. Bagi pembaca

Sebagai informasi dan bahan pembanding bagi penulis atau peneliti selanjutnya.

1.4.4 Bagi peneliti

Sebagai tugas akhir perkuliahan sehingga dapat memperoleh gelar S1 Ekonomi. Serta dari penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai penerapan bauran pemasaran pada Bank Muamalat di Kabupaten Sumenep.

1.5 Fokus Penelitian

Untuk memfokuskan penelitian-penelitian dengan menggunakan judul “Penerapan Bauran Pemasaran Pada Bank Muamalat Indonesia di Kabupaten Sumenep”.

