

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah merupakan bisnis usaha dalam bidang keuangan yang mengandung unsur syariah yang saat ini sedang berkembang di Indonesia. Pengertian dari Bank syariah adalah merupakan suatu perbankan yang proses kegiatannya sesuai dalam hukum Islam dan diiringi dalam melaksanakannya dengan yang dilakukan tidak terdapat beban bunga untuk nasabahnya. Upah yang dapat diperoleh bank syariah serta yang akan dibayarkan untuk nasabahnya bergantung sesuai akadnya dengan perjanjian antara nasabah dan pihak bank. Akad yang terdapat di bank syariah haruslah sesuai dengan dengan rukun dan syarat akad yang telah ditetapkan dan diatur dalam syariah Islam.¹

Menurut undang-undang No.21 tahun 2008, perbankan syariah merupakan bank yang menjanjikan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia. Prinsip misalnya adalah prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), alamiah (*universalisme*), serta tidak mengandung *gharar*, *masyir*, *riba*, *zalim* dan obyek yang haram.²

Perbankan syariah yang sedang berkembang pada sekarang ini masih terdapat kendala yang dialaminya karena perbankan syariah mulai muncul di tengah berkembangnya perbankan konvensional yang sudah dikenal secara luas oleh masyarakat. Kendala yang dihadapi oleh perbankan syariah tidak jauh terlepas dari kendala belum tersedianya sumber daya manusia yang secara memadai, pengetahuan masyarakat tentang operasional bank syariah masih sangat awam dan asing ditambah dengan minimnya peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia.

Dalam menghadapi kendala-kendala tersebut Bank yang berperan sebagai pihak keuangan membutuhkan strategi pemasaran dalam hal yang berguna untuk memasarkan produknya. Salah satu dari strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan memberikan perhatian dan pelayanan terhadap apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh nasabah yang menjadi sasaran melalui berbagai cara

¹Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta:Kencana, 2011), 32.

² Edson Sutan Kayo, "Pengertian Bank Syariah, Bentuk Usaha dan Kelembagaan," 17 November, 2019, <https://www.sahamok.com/bank/bank-syariah/pengertian-bank-syariah/>

seperti riset pemasaran. Dengan adanya riset pemasaran diharapkan bank dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan nasabah secara tepat dan juga untuk mengetahui informasi terbaru mengenai apa yang sedang terjadi dan diminati oleh masyarakat.³

Riset pemasaran yang dilakukan bank dapat menciptakan produk yang diinginkan dan dibutuhkan oleh nasabah. Selain itu, bank juga harus dapat mengetahui lingkungan pemasaran yang akan dijalankan. Lingkungan pemasaran terdiri dari lingkungan intern dan lingkungan ekstern. Setelah mengetahui lingkungan pemasaran maka dengan mudah bank akan dapat menentukan langkah selanjutnya. Dengan mengetahui kebutuhan dan keinginan para nasabahnya serta pemasaran dalam lingkungannya yang dapat mempengaruhinya akan mudah bagi bank untuk melakukan strateginya dalam hal untuk mendapatkan nasabah. Dalam menentukan adanya suatu strategi dilakukan dengan cara bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu strategi produk, strategi harga, strategi lokasi atau *layout* dan strategi promosi.⁴

Perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berdiri dalam bidang keuangan berbasis syariah salah satunya ialah Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 adalah perbankan yang kegiatannya berdasarkan sesuai dengan prinsip syariah. Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 merupakan lembaga keuangan berbasis syariah yang berdiri pada 1 Februari 2013, Bank Syariah Indonesia atau biasa disebut dengan BSI merupakan hasil penggabungan atau merger dari anak perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) bidang perbankan yang diantaranya adalah Bank Rakyat Indonesia Syariah, Bank Syariah Mandiri dan Bank Negara Indonesia Syariah menjadi satu dalam penggabungan dengan Bank Syariah Indonesia. Berdasarkan surat izin dari Otoritas Jasa Keuangan dengan nomor: SR-3/PB.1/2021 tanggal 27 Januari 2021 perihal pemberian izin penggabungan dan izin usaha atas nama PT. Bank Syariah Indonesia Tbk sebagai bank hasil dari penggabungan dengan nama Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 yang berlokasi di JL. Jendral Ahmad Yani No.23 Krajan Panjungan Kecamatan Kota Kabupaten Kudus. Dengan penggabungan tersebut diharapkan bank syariah dapat menjadi sinergi dan kekuatan baru dalam bersaing di dunia perbankan.

Dalam menjalankan kegiatan operasinya Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 mempunyai berbagai produk-

³ Kasmir, Manajemen Perbankan (Jakarta: Raja Grafindo, 2012), 190

⁴Kasmir, *Manajemen Perbankan* , 192.

produk perbankan dengan menggunakan akad tabungan *wadiah* dan akad tabungan *mudharabah*. *Wadiah* adalah akad yang bersifat titipan dan berprinsip simpanan murni dari pihak bank atau dana yang dapat digunakan atau tidak digunakan sesuai dengan aturan hukum syariah yang berlaku. Dana yang dititipkan harus dijaga dengan baik oleh pihak bank, dan dana yang dititipkan kepada pihak bank dapat diambil kapanpun di saat yang menitipkan atau nasabah sedang membutuhkannya.⁵ Sedangkan *mudharabah* menurut Muhammad adalah suatu perkongsian antara dua pihak yaitu pihak pertama (*Sahibul mal*) mempersiapkan dan memberikan dana, dan pihak kedua (*Madhrib*) bertanggung jawab atas pengelolaan usaha tersebut.⁶ Sedangkan menurut Sabiq akad *mudharabah* adalah akad yang terjadi diantara dua pihak atau orang dengan salah seorang memberikan dananya dengan diperdagangkan dan mempunyai keuntungan dibagi sesuai dengan kesepakatan yang sudah ada.⁷

Pada penelitian ini peneliti mengambil fokus tempat penelitian pada Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 dengan alasan bahwa pertumbuhan perkembangan produknya meningkat setiap tahunnya dengan hasil yang bagus selain itu Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 merupakan bank hasil merger dari bank BUMN sehingga cakupan dalam penghimpunan dananya dapat mencakup khalayak luas dari segi penghimpunan dana pada sektor berbagai segmen.

Bonus adalah hal yang akan didapatkan bagi nasabah yang sudah menentukan dan memilih tabungan atau simpanan berdasarkan akad *wadiah*, sedangkan hal yang akan didapatkan bagi nasabah yang memilih menggunakan tabungan atau simpanan berdasarkan akad *mudharabah* adalah bagi hasil. Koneksi dari bonus yang terdapat pada simpanan *wadiah* diperoleh dari keuntungan pihak bank selama menjalankan usahanya memproduksi dana. Dengan adanya bonus tersebut mendorong banyaknya masyarakat yang tertarik dalam hal yang bertujuan sebagai menyimpan dananya di bank syariah dengan alasan tinggi rendahnya bonus tersebut dapat menjadikan acuan kinerja keuangan perbankan tersebut. Dengan demikian lebih banyak nasabah yang telah memilih tabungan *wadiah* dibandingkan dengan tabungan *mudharabah*, hal tersebut karena tabungan *wadiah* tidak terdapat pemotongan administrasi, dan dana

⁵ Ismail. *Perbankan Syariah*, 59.

⁶ Muhammad, *Hukum Perbankan Syariah* (Malang: Metro Empat Dua, 2016), 23.

⁷ Dr. Agus Triyatna, *Hukum Perbankan Syariah*, (Malang: Metro Empat Dua, 2016), 52.

atau uang nasabah tidak berkurang. Hal tersebut juga menjadi daya tarik nasabah dalam menggunakan akad *wadiah*, disamping itu tabungan *wadiah* tidak terdapat unsur bagi hasil yang menjadikan dana yang sudah di titipkan kepada pihak bank tidak berkurang.

Berdasarkan penjelasan diatas yang membahas tentang tabungan dengan akad *wadiah* dapat dijelaskan bahwa tabungan *wadiah* mempunyai kriteria yang berbeda sehingga membedakannya dari akad lainnya. Kriteria yang dimiliki oleh tabungan *wadiah* dapat terlihat dari sisi sifat dana, insentif, pengembalian dana dan waktu penarikan.⁸ Sifat dana tabungan *wadiah* adalah merupakan titipan sedangkan pembagian keuntungan atau bonus bersifat sukarela, dana yang telah dititipkan sepenuhnya dijamin oleh bank dan penarikan dana dapat dilakukan kapanpun oleh nasabah. Sedangkan tabungan dengan akad *mudharabah* dapat terlihat dari sisi sifat dana, insentif atau bagi keuntungan, pengambilan dana, dan waktu penarikan. Sifat dana tabungan *mudharabah* adalah merupakan investasi dan mempunyai bagi hasil atau bonus berdasarkan dengan nisbah bagi hasil yang telah disepakati pada perjanjian awal di akad, dana yang telah dititipkan tidak dijamin oleh bank dan penarikan dana tidak dapat dilakukan sewaktu-waktu.

Hal tersebut juga senada dengan yang telah diungkapkan oleh beberapa nasabah yang telah menggunakan tabungan *wadiah*, Firdha Ikhlazul Amalia yang mempunyai usaha warung makan selaku pengguna tabungan *wadiah* mengungkapkan lebih memilih tabungan *wadiah* karena disesuaikan dengan kebutuhannya yang hanya ingin menabung saja serta menitipkan dana dari usahanya dan tertarik dengan tidak ada potongan biaya administrasi perbulan sehingga dana yang dititipkan tidak terpotong, nasabah juga mengungkapkan mengetahui adanya produk tabungan *wadiah* berdasarkan promosi yang didapatkan dari sosial media.⁹ Hampir serupa, Arif Saiful Mizan nasabah tabungan *wadiah* lebih memilih produk tersebut dengan alasan ingin menghindari praktek riba dan bermaksud hanya menitipkan dananya saja tanpa adanya potongan biaya-biaya lainnya dan mengetahui mengenai tabungan *wadiah* berdasar kerabat yang telah terlebih dahulu menggunakan tabungan *wadiah*.¹⁰

⁸ Dian Pramana, Analisa Komperatif Perhitungan Bonus Antara Produk Tabungan (Suku Bunga) dan Tabungan Mudharabah Serta Tabungan Wadiah, (2013): 9.

⁹ Firdha Ikhlazul Amalia, wawancara oleh penulis, 16 Juni, 2022, wawancara 1, transkrip.

¹⁰ Arif Saiful Mizan, wawancara oleh penulis, 16 Juni, 2022, wawancara 2, transkrip.

Dengan penjelasan diatas, produk dengan tabungan *wadiah* lebih banyak diminati dan masih minimnya pengetahuan masyarakat mengenai produk tabungan *mudharabah* menjadikan adanya sebuah strategi yang dilakukan sehingga produk dapat dikenal dan diterima dengan baik oleh masyarakat tentunya merupakan hal yang penting dalam kegiatan menghimpun dana pada masyarakat. Kepercayaan masyarakat terhadap sebuah bank seringkali ditunjukkan dari seberapa besar volume dana yang berhasil dihimpun oleh bank tersebut. Semakin tinggi perkembangan volume dana dapat diartikan semakin tinggi juga tingkat kepercayaan masyarakat, begitu pula sebaliknya.

Dengan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengajukan penelitian dengan judul **“Efektivitas Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadiah di Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2.**

B. Fokus Penelitian

Dalam hal ini peneliti memfokuskan terhadap upaya Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 dalam melaksanakan strategi untuk menghimpun dana yang meliputi, strategi penghimpunan dana pada produk tabungan wadiah, efektivitas dalam penghimpunan dana, serta kendala dan solusi penghimpunan dana pada produk tabungan wadiah di Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2

C. Rumusan Masalah

Dengan hal ini dalam kaitannya latar belakang masalah yang telah ditemukan oleh peneliti, serta dasar pemikiran yang terdapat di dalamnya, maka dapat ditarik rumusan masalah antara lain sebagai berikut:

1. Bagaimana efektivitas strategi pemasaran Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 pada produk tabungan wadiah?
2. Bagaimana strategi pemasaran pada produk tabungan wadiah di Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2?
3. Bagaimana kendala dan solusi strategi pemasaran pada produk tabungan wadiah di Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana efektivitas strategi Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 pada produk tabungan wadiah.

2. Untuk mengetahui bagaimana strategi pada produk tabungan wadiah di Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2.
3. Untuk mengetahui kendala dan solusi penghimpunan dana pada produk tabungan wadiah di Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2.

E. Manfaat Penelitian

1. Teoritis
Penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan bahwa efektivitas strategi penghimpunan dana pada produk tabungan wadiah yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 dapat memberikan wawasan dan mengembangkan ilmu ekonomi, serta dapat dijadikan bahan pemebelajaran bagi mahasiswa dalam memasarkan produk.
2. Praktis
Dalam penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat sebagai saran dalam menentukan kebijakannya lebih lanjut lagi bagi Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 dalam melakukan efektivitas strategi penghimpunan dana pada produk tabungan wadiah dengan baik.

F. Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan digunakan agar mempermudah dalam penyusunan karya ilmiah atau tugas akhir ini dan digunakan agar memperoleh gambaran serta arahan penulisan yang baik dan benar. Susunan sistematika ini antara lain sebagai berikut:

1. Bagian Muka
Bagian ini memuat halaman judul, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian skripsi, abstrak, motto, persembahan, pedoman transliterasi Arab-Latin, kata pengantar, dan daftar isi.
2. Bagian Isi
Bab I: Pendahuluan
Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian
Bab II: Landasan Teori
Dalam bab ini menjelaskan tentang beberapa pokok teori yang terkait dengan pengertian strategi dan efektivitas, dan pengertian mengenai tabungan wadiah serta penghimpunan dana berdasarkan prnsip wadiah.

Bab III: Metode Penelitian

Dalam bab ini memuat mengenai jenis dan pendekatan penelitian, setting, subyek, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data dan teknik analisis data.

Bab IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam hal ini akan dibahas mengenai hasil penelitian dan pembahasan yang mengenai bagaimana prosedur operasional pada produk tabungan wadiah di Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 serta bagaimana kendala dan solusi strategi dan efektivitas penghimpunan dana pada produk tabungan wadiah di Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2.

Bab V: Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan sebagai hasil dari penelitian dan saran-saran.

3. **Bagian akhir**

Bagian akhir dari penulisan ini terdiri dari daftar pustaka dan lampiran-lampiran.

