

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Menurut Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau dalam bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak.<sup>1</sup>

Perbankan mempunyai peranan yang penting dalam lembaga perekonomian. Kegiatan utama dari perbankan yaitu menyerap dana dari masyarakat dan kemudian akan disalurkan kembali kepada masyarakat. Dalam hal ini, dunia perbankan dapat menjembatani antara pihak masyarakat yang kekurangan dana dengan pihak kelebihan dana.

Bank adalah lembaga intermediasi antara para penabung dan investor. Tabungan hanya dapat berguna apabila diinvestasikan, sementara para penabung tidak dapat diharapkan untuk sanggup melakukan sendiri dengan terampil dan sukses. Nasabah mau menyimpan dananya di bank karena percaya bahwa bank dapat memilih alternatif investasi yang menarik.<sup>2</sup>

Dengan melihat dari sisi fungsinya, bank syariah memiliki fungsi sebagai perantara keuangan (*financial intermediary*) untuk mengumpulkan dana dari masyarakat yang kelebihan dana (*surplus*) dan menyalurkan dana kembali kepada masyarakat yang mengalami kekurangan dana (*defisit*).<sup>3</sup>Berdirinya perbankan syariah di Indonesia dikarenakan mayoritas penduduk Indonesia beragama muslim, dan masyarakat muslim ingin menjalankan sistem ekonomi berdasarkan syariat agama Islam.

---

<sup>1</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/Bank> diakses pada 29 maret 2017

<sup>2</sup> Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, cet.1, Jakarta: Gema Insani Press, 2001, h. 121

<sup>3</sup> Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014, h. 108

Pengertian Perbankan Syariah menurut UU No. 21 Tahun 2008 Pasal 1 Angka 1 adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Sedangkan Bank Syariah menurut Pasal 1 angka 7 UU Perbankan Syariah yaitu bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.<sup>4</sup>

Dengan melihat definisi diatas, Bank Syariah Bukopin merupakan salah satu Bank Umum Syariah yang menjalankan kegiatan usahanya menghimpun dana dari masyarakat yang *surplus* (kelebihan dana) dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali kepada masyarakat yang kekurangan dana (*defisit*) dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip syariah. Yang membedakan antara bank konvensional adalah dalam menghimpun dan menyalurkan dana dari dan untuk masyarakat sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Di era globalisasi ini, terutama di Indonesia banyak bermunculan lembaga keuangan konvensional maupun yang berbasis syariah. Sehingga akan terjadi persaingan di dalamnya. Seiring berkembangnya suatu bisnis membuat persaingan semakin ketat, Jadi semakin banyak persaingan antara masing-masing lembaga keuangan untuk mempertahankan maupun menambah jumlah penghimpunan dana dari masyarakat semakin sulit.

Strategi pemasaran merupakan bagian *integral* dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi bisnis. Dengan adanya strategi pemasaran, maka implementasi program dalam mencapai organisasi dapat dilakukan secara aktif, sadar dan rasional tentang bagaimana suatu merk atau lini produk mencapai tujuannya dalam lingkungan bisnis yang semakin menyebabkan keresahan (*turbulen*).<sup>5</sup> Oleh karena itu, strategi pemasaran sangat diperlukan untuk keberhasilan usaha khususnya di dalam bidang perbankan syariah.

---

<sup>4</sup> Zubairi Hasan, *Undang-Undang Perbankan Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009, hlm. 27

<sup>5</sup> Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010, h. 119

Dana Pihak Ketiga (DPK) merupakan dana yang berasal dari masyarakat, yang berasal dari tabungan, giro dan deposito.<sup>6</sup> Pertumbuhan setiap bank sangat dipengaruhi oleh perkembangan kemampuannya menghimpun dana masyarakat, baik bersekala kecil maupun besar, dengan masa pengendapan yang memadai. Sebagai lembaga keuangan, maka dana merupakan masalah bank yang paling utama. Tanpa dana yang cukup, bank tidak dapat berbuat apa-apa, atau dengan kata lain bank tidak bisa berfungsi sama sekali.<sup>7</sup>Oleh karena itu bank harus mampu meningkatkan dana pihak ketiga agar oprasional bank berjalan dengan baik.

Dalam bank syariah penghimpunan dana dari masyarakat (DPK) yang dilakukan tidak membedakan nama produk, tetapi melihat pada prinsip, yaitu prinsip *wadi'ah* dan prinsip *mudharabah* . karena hal ini sangat terkait dengan besarnya hasil usaha yang akan diperhitungkan dalam pembagian hasil usaha yang akan dilakukan antara pemilik dana /deposan (*shahibul maal*) dan bank syariah sebagai *mudharib*.<sup>8</sup>

Begitu pula pada Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Semarang, akad yang digunakan untuk penghimpunan dana dari masyarakat menggunakan akad *wadi'ah* dan *mudharabah*. Akad *wadi'ah* yg digunakan yaitu *wadi'ah yad dhamanah*, dimana bank dapat memanfaatkan dana dan menyalurkan dana yang disimpan serta menjamin bahwa dana tersebut dapat ditarik setiap saat oleh nasabah, dan nasabah akan mendapatkan bonus yang tidak diperjanjikan di awal. Dan pada akad *mudharabah*, yaitu akad *mudharabah mutlaqah*, dimana Bank / *mudharib* diberikan kuasa penuh oleh nasabah/*shahibul maal* untuk menggunakan dana tersebut tanpa larangan / batasan dan *mudharib* Bank akan memberitahukan kepada *shahibul maal* / nasabah berupa bagi hasil yang kompetitif berdasarkan nisbah yang disepakati.

---

<sup>6</sup> Selamet Riyadi, *Banking Assets And Liability Management*, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2006, h. 79

<sup>7</sup> Muhamad, *Manajemen...*, h. 114

<sup>8</sup> Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, Jakarta: PT Grasindo, 2005, h. 20

Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Semarang memiliki 10 macam jenis penghimpunan dana yang berupa tabungan, deposito dan giro yang berdasarkan prinsip syariah. Diantaranya yaitu: Tabungan iB Siaga, Tabungan iB Siaga Umrah, Tabungan iB Siaga Bisnis, Tabungan Simpel iB, Tabungan iB Multiguna, Tabungan iB Pendidikan, Deposito iB, Deposito iB On Call, dan Giro iB (*Matic*).

Dari data statistik yang diperoleh pada saat PKL/Magang periode ke-2 yang diungkapkan oleh Bapak Imam Pamuji selaku Manager Bank Syariah Bukopin Cabang Semarang pada saat briefing pagi tanggal 06 Maret 2017, Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Semarang memiliki Dana Pihak Ketiga (DPK) yang rendah yaitu 12,6% maka para pegawai RO (*Realitionship Officer*) dituntut untuk meningkatkan jumlah Dana Pihak Ketiga (DPK) berupa tabungan deposito dan giro untuk keberlangsungan usaha bank syariah tersebut.<sup>9</sup>

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian pada PT. Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Semarang dan menuangkan hasil penelitian pada tugas akhir ini dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DANA PIHAK KETIGA PADA BANK SYARIAH BUKOPIN KANTOR CABANG SEMARANG (PERIODE TAHUN 2012-2016)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, pokok permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran untuk meningkatkan dana pihak ketiga pada Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Semarang?

---

<sup>9</sup> Hasil Briefing diutarakan oleh Bapak Imam Pamuji Manager Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Semarang pada 06 Maret 2017

2. Bagaimana efektifitas strategi pemasaran untuk meningkatkan dana pihak ketiga bagi Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Semarang?

### **C. Tujuan dan Manfaat Hasil Penelitian**

1. Tujuan pelaksanaan penelitian adalah:
  - a. Untuk mengetahui strategi pemasaran untuk meningkatkan dana pihak ketiga pada Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Semarang.
  - b. Untuk mengetahui efektifitas strategi pemasaran untuk meningkatkan dana pihak ketiga bagi Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Semarang.
2. Manfaat Penelitian
  - a. Bagi Penulis

Dapat mengetahui teori dan praktik strategi pemasaran dan menambah wawasan penulis mengenai strategi pemasaran untuk meningkatkan dana pihak ketiga, serta efektifitas strategi pemasaran bagi Bank Syariah Bukopin Cabang Semarang.
  - b. Bagi Fakultas

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat menambah literatur serta referensi yang dapat dijadikan sebagai bahan informasi bagi mahasiswa yang akan mengambil permasalahan yang serupa dan untuk studi evaluasi dalam pengembangan penelitian kedepannya supaya lebih baik.
  - c. Bagi Bank

Dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan mengevaluasi kekurangan dan kelebihan pada strategi yang dipakai selama ini dalam pemasaran dan pihak ketiga.
  - d. Bagi Masyarakat

Masyarakat dapat mempercayai pihak Bank dalam penghimpunan dana serta masyarakat lebih mengerti posisi pihak Bank sebagai pengelola dana.

#### D. Tinjauan Pustaka

Dalam kegiatan penelitian biasanya bertitik tolak pada ilmu pengetahuan yang sudah ada, pada umumnya semua penelitian akan memuali penelitiannya dengan cara menggali dari apa yang telah diteliti oleh pakar peneliti sebelumnya. Pemanfaatan terhadap apa yang telah dikemukakan dan ditemukan oleh peneliti dapat dilakukan dengan mempelajari, mencermati, mendalami dan menggali kembali serta mengidentifikasi hal-hal yang sudah ada maupun yang sudah ada. Untuk mengetahui hal-hal yang ada dan belum ada, dapat melalui laporan hasil penelitian dalam bentuk jurnal ataupun karya-karya ilmiah.

1. Tugas Akhir Muhammad Nadzif yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Semarang”. Tugas Akhir ini membahas tentang strategi pemasaran dan analisis terhadap strategi pemasaran iB Muamalat Haji dan Umrah di Bnak Muamalat Indonesia Kantor Cabang Semarang menggunakan strategi pemasran yang terdiri dari (a) strategi produk, dengan menciptakan branding dengan mempertimbangkan factor-faktor berikut: mudah diingat dan dimengerti, terkesan modern, memiliki arti (dalam arti positif) (b) strategi harga, dimana harga yang ditawarkan lebih rendah yang dari Bank Syariah Mandiri, (c) strategi tempat/ distribusi, lokasi Bank Muamalat Indonesia KC Semarang dinilai strategis dengan pusat kota dan menggunakan sistem jemput bola, (d) strategi promosi, dengan menggunakan: memperluas jaringan nasabah, brosur/iklan yang menarik dan agamis, dengan *website*, penjualan oleh marketing dengan cara door to door, membuat program Rezeki Haji Berkah, dan memberikan souvenir eksklusif.<sup>10</sup>
2. Tugas Akhir An Nisa Maimunah yang berjudul “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Deposito di BPRS Gala Mitra Abadi Purwodadi?”. Tugas Akhir ini membahas tentang strategi strategi

---

<sup>10</sup> Tugas Akhir, Muhammad Nadzif, 2016, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Semarang*, UIN Walisongo Semarang.

pemasaran dan kendala yang dihadapi serta cara mengatasinya di BPRS Gala Mitra Abadi Purwodadi. Dimana BPRS Gala Mitra Abadi Purwodadi memiliki strategi pemasaran yang khusus dengan cara: (a) promosi melalui: promosi penjualan, *public relation* (hubungan dengan masyarakat), informasi dari mulut ke mulut, (b) *price* (harga), (c) media elektronik seperti: blog, facebook, twitter, dll, (d) jemput bola (e) *people* (orang) yaitu: keluarga dekat, keluarga besar, tetangga, dan masyarakat, (f) adaptasi lingkungan. Sementara kendala-kendala yang dihadapi yaitu dalam bidang (a) Sumber Daya Manusia, kurangnya jumlah karyaswan, sehingga banyak karyawan yang merangkap pekerjaan bagian lain, (b) kurangnya variasi produk, (c) Promosi, minimnya promosi melalui brosure.<sup>11</sup>

3. Skripsi Fitri Meilani yang berjudul “Strategi Penghimpunan Dana Pihak Ketiga pada BMT Al-Fath IKMI Pamulang”. Skripsi ini membahas tentang strategi dalam menghimpun dana pihak ketiga, faktor-faktor yang mempengaruhi strategi penghimpunan dana pihak ketiga dan perkembangan dana pihak ketiga di BMT Al-Fath IKMI Pamulang pada tahun 2006-2010.<sup>12</sup>

Berdasarkan penelitian-penelitian mengenai strategi pemasaran yang telah dilakukan di lembaga keuangan tersebut hampir sama dengan strategi pemasaran yang diterapkan pada Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Semarang yaitu menggunakan strategi pemasaran menggunakan 4P yaitu (*marketing mix*), perbedaannya dengan penelitian ini adalah Bank Syariah Bukopin memiliki strategi pemasaran khusus yaitu: melakukan pendekatan lebih personal dan persutif kepada calon nasabah maupun nasabah, perbanyak data base (calon nasabah yang akan diprospek) dan referensi nasabah dari nasabah yg memiliki dana simpanan besar .

---

<sup>11</sup> Skripsi, An Nisa Maimuna, 2016, *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan dan Depositodi BPRS Gala Mitra Abadi Purwodadi*, UIN Walisongo Semarang.

<sup>12</sup> Skripsi, Fitri Meilani, 2011, *Strategi Penghimpunan Dana Pihak Ketiga pada BMT Al-Fath IKMI Pamulang*, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

## **E. Metodologi Penelitian**

Metode yang digunakan dalam Penelitian Tugas Akhir untuk mendapatkan informasi dan data-data adalah sebagai berikut:

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dimana penulis bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah, yang akan penulis lakukan penelitian di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Semarang.

### **2. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian berada di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Semarang Ruko Gajah Mada Unit 5 Jl. Gajah Mada No. 97 Semarang.

### **3. Sumber Data**

#### **a. Data Primer**

Data primer adalah yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian. Data tersebut dapat diperoleh melalui pengamatan, wawancara secara langsung ataupun eksperimen dalam hal ini penulis memperoleh data primer melalui pengamatan di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Semarang dan wawancara dengan pegawai Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Semarang.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder data yang kita butuhkan yang diperoleh dari literatur, jurnal, majalah, koran, dll atau data-data yang berhubungan dengan

penelitian.<sup>13</sup> Atau data yang berasal dari orang-orang kedua atau bukan data yang datang secara langsung, data ini mendukung pembahasan dan penelitian, untuk itu beberapa sumber buku atau data yang di peroleh akan membantu dan mengkaji secara kritis penelitian tersebut. Untuk memperoleh data ini peneliti mengambil sejumlah buku-buku, brosur, website, dan contoh penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

#### 4. Metode Pengumpulan Data

##### a. Observasi

Metode pengumpulan data secara observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara pengamatan terhadap objek kajian. Metode ini dilakukan dengan cara mengamati langsung terhadap objek tertentu yang terjadi fokus penelitian dan mengetahui suasana kerja Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Semarang serta mencatat segala sesuatu yang berhubungan.

##### b. Wawancara

Wawancara pada penelitian kualitatif merupakan pembicaraan yang didahului beberapa pertanyaan informal, dan mempunyai tujuan tertentu yaitu memperoleh informasi. Dalam hal ini penulis melakukan tanya jawab langsung dengan marketing funding di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Semarang.

##### c. Dokumentasi

---

<sup>13</sup>M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Prenada Kencana Group, 2005, h. 122.

Metode dokumentasi merupakan metode pengumpulan data untuk menelusuri data historis. Pengumpulan data secara dokumentasi yaitu pengumpulan data melalui peninggalan tertulis, terutama berupa arsip-arsip, dan juga berupa buku-buku tentang dalil, hukum, teori, implementasi dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penelitian. Penulis menggunakan cara ini dengan cara penelusuran terhadap bahan-bahan pustaka yang menjadi sumber data penelitian secara langsung.<sup>14</sup>

## 5. Metode Analisis Data

Analisi data adalah metode untuk menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi, lalu diolah dan dianalisis untuk menentukan bagian mana data yang akan dipakai dan dijadikan acuan untuk membuat kesimpulan, sehingga hasilnya mudah dipahami.

Metode analisis data yang digunakan penulis adalah metode deskriptif, yang digunakan untuk menggambarkan suatu bentuk dan hasil penelitian. Dalam penulisan ini akan digambarkan tentang strategi pemasaran dan pertumbuhan dana pihak ketiga pada Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Semarang.

## F. Sistematika Penelitian

### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, metode

---

<sup>14</sup>M. Burhan Bungin, *Metodologi...*, hlm. 9

penelitian, sistematika penulisan, penelitian pada Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Semarang.

## **BAB II PEMBAHASAN UMUM TENTANG STRATEGI PEMASARAN**

Dalam bab ini membahas tentang pengertian strategi pemasaran serta dana pihak ketiga.

## **BAB III GAMBARAN UMUM BANK SYARIAH BUKOPOIN KANTOR CABANG SEMARANG**

Yang berisi tentang Sejarah Bank Syariah Bukopin, visi dan misi Bank Syariah Bukopin, nilai perusahaan, struktur organisasi, gambaran kerja organisasi, serta produk-produk Bank Syariah Bukopin.

## **BAB IV ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA BANK SYARIAH BUKOPIN KANTOR CABANG SEMARANG DAN EFEKTIFITASNYA**

Dalam bab ini dibahas strategi pemasaran untuk meningkatkan dana pihak ketiga dan efektifitas strategi pemasaran untuk meningkatkan dana pihak ketiga bagi Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Semarang.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini memuat tentang kesimpulan hasil penelitian, serta saran-saran dan penutup.