

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Industri syariah merupakan salah satu usaha yang dikembangkan oleh Bank Indonesia saat ini, karena potensi dan kontribusinya bagi masa depan perekonomian Indonesia. Dalam hal ini, Indonesia telah membaca bahwa lembaga keuangan syariah dapat secara efektif mengingat penduduk Indonesia yang mayoritas beragama Islam.

Bank Indonesia telah menyusun “Grand Strategy Pengembangan Pasar Lembaga Keuangan Syariah”, berdasarkan strategi pengembangan bisnis yang mencakup strategi, dimana pada aspek ketiga prioritas layanan peta baru adalah pada potensi bisnis lembaga keuangan syariah, yang pada umumnya mengambil jasa lembaga keuangan syariah sebagai layanan universal adalah lembaga keuangan syariah untuk semua lapisan kehidupan dan semua segmen berdasarkan filosofi setiap bank syariah.

Persaingan yang semakin ketat dari lembaga keuangan syariah telah menyebabkan semakin meningkatnya keunggulan kompetitif bank syariah. Dalam hal ini, ormas Islam harus menganut strategi industri yang menggunakan metode pembaharuan terkini untuk menjadi pemain utama dalam Distributonya sehingga mampu menjadi pilihan utama bagi pelanggan yang menghasilkan kepuasan bahkan loyalitas.

Idenya sangat penting di pasar global untuk melindungi kualitas bisnis untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan tertinggi, karena strategi perlu untuk mencegah penurunan konsumen barang. Oleh karena itu, setiap strategi yang dibuat perusahaan setiap hari merupakan strategi bisnis yang baik. Membuat rencana bisnis berarti menentukan pilihan yang menarik dan mengembangkan rencana bisnis yang efektif. Ada tiga pertarungan yang perlu dimenangkan dalam bisnis yang sukses, seperti segmentasi bisnis (segmentation), strategi bisnis (marketing), dan positioning, akan lebih baik dalam memenangkan pertarungan ide untuk menarik konsumen.

Pemasaran biasanya merupakan proses Dapatkan apa yang Anda inginkan dan butuhkan dengan membuat, menawarkan, dan bertukar produk dan layanan berharga. Pemasaran campuran adalah cara bagi pemasar untuk melibatkan pelanggan mereka dengan kebutuhan untuk perencanaan yang cermat, dengan fokus pada fokus. Tujuan bisnis adalah untuk menyediakan

informasi tentang produk dan layanan yang dimiliki bisnis untuk membuatnya menarik bagi konsumen.

Sedangkan strategi pemasaran itu sendiri adalah proses yang dapat mengantarkan perusahaan pada peluang bisnis yang besar untuk meningkatkan penjualan dan mencapai hasil yang diinginkan. Strategi dalam perusahaan atau bisnis global adalah untuk mencapai visi dan tanggung jawab perusahaan serta untuk mencapai tujuan atau sasaran, dua tujuan pendek dan panjang. Selain itu, perusahaan harus terlebih dahulu menentukan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan kebutuhan konsumen yang akan dilayani, agar usaha yang dijalankan dapat berjalan dengan baik.

Pada tahun 2019 hingga saat ini Indonesia telah bertemu dengan COVID-19 yang membuat perekonomian Indonesia sangat tidak menguntungkan sehingga banyak bank syariah bertemu dengan sedikit anggota. Tersedia di sini COVID-19, beberapa pengguna menggunakan atau membawa sebagian atau seluruh uang mereka, yang diputuskan untuk mengurangi kepemilikan. Selain itu, dampaknya adalah menurunnya minat masyarakat peserta.

Dalam rangka mengelola dan meningkatkan dalam menghadapi persaingan yang ketat dengan pasar global, perusahaan harus berusaha memecahkan masalah dengan merancang strategi desain bisnis yang akan dijalankan. Informasi tersebut perlu segera dibenahi melalui penelitian agar perusahaan dapat mengambil langkah-langkah yang diperlukan seperti pemasaran yang baik dan pengembangan produk guna meningkatkan kinerja. Akibatnya, strategi bisnis menjadi sangat penting untuk mengatasi kelemahan faktor lain yang dapat menimbulkan kepentingan publik.

Sebagaimana latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis ingin mengetahui lebih jauh tentang **“ANALISIS STRATEGI *MARKETING* LEMBAGA KEUNGAN SYARIAH DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT (Studi Kasus BMT Assyaffiah Berkah Nasional KC. Purbolinggo)”**.

B. RUMSAN MASALAH

Seperti latar belakang yang penulis uraikan diatas, maka permasalahan perancangan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi bisnis yang digunakan oleh BMT Assyaffiyah Berkah Nasional KC. Purbolinggo menarik minat masyarakat?

C. TUJUAN PENELITIAN

Setiap bisnis dan fungsi memiliki tujuan yang ingin dicapai. Sama halnya dengan penelitian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ide bisnis yang digunakan oleh BMT Assyaffiyah Berkah Nasional KC. Purbolinggo untuk menarik minat masyarakat.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi Penulis

Sebagai pemecah masalah dan penulis dapat menambah wawasan tentang kebutuhan yang diterima saat berbicara.

2. Bagi Pemerintah, Lembaga, atau Instansi Terkait

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi alat yang berguna untuk pengambilan keputusan, saran dan pedoman dalam mengambil keputusan bisnis di tahun-tahun mendatang.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini hendaknya dapat dijadikan sebagai bahan referensi yang dapat digunakan untuk melakukan penelitian dengan konteks strategi bisnis yang digunakan pada bank syariah.

E. SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang sejarah masalah, perkembangan masalah, tujuan penelitian, penelitian dan penulisan yang bermanfaat.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Bab ini menjelaskan pembahasan tentang konsep-konsep teoritis dan beberapa kajian teoritis yang telah dibahas sebelumnya dan terkait dengan tema The Final Theory.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang waktu, tempat dan proses pendataan selama pertemuan BMT Assyaffiyah Berkah Nasional, KC Pubolinggo.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini berisi uraian tentang lokasi, hasil penelitian, dan analisis hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Artikel atau bagian ini membutuhkan sumber atau referensi yang muncul di publikasi pihak ketiga yang kredibel. Purbolinggo untuk menarik minat masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN