

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

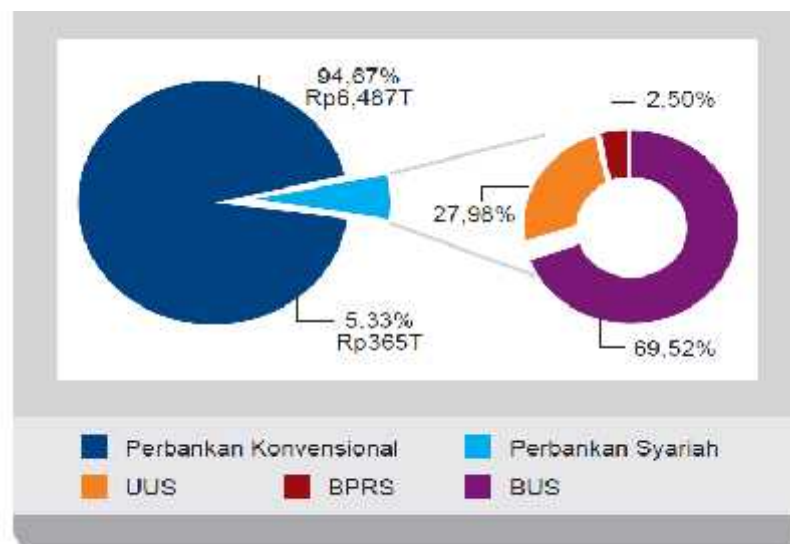
Bank Syariah merupakan lembaga perbankan yang dijalankan dengan prinsip syariah. Dalam setiap aktivitas usahanya, bank syariah selalu menggunakan hukum-hukum islam yang tercantum di dalam Al-Qur'an dan Hadist. Berbeda dengan bank konvensional yang mengandalkan sistem bunga, bank syariah lebih mengutamakan sistem bagi hasil, sistem sewa, dan sistem jual beli yang tidak menggunakan sistem riba.

Sejarah Bank Syariah di Indonesia dapat kita telusuri kehadirannya dengan merunut regulasi yang berkaitan dengan perbankan di Indonesia. Kemunculan bank syariah sebagai salah satu badan usaha di bidang perbankan tentunya berkaitan dengan perjalanan regulasi perbankan sebagai landasan hukum dalam menjalankan usahanya tersebut. Kehadiran pertama bank syariah di Indonesia dipelopori oleh berdirinya Bank Muamalat pada tahun 1991 dan mulai beroperasi penuh tahun 1992.

Bank Indonesia selaku regulator dari perbankan di Indonesia sangat mendukung berkembangnya perbankan syariah ini, karena secara makro perkembangan Bank Syariah dapat memberikan daya dukung terciptanya stabilitas sistem perbankan dan perekonomian nasional. Disini peran dari semua instrumen dalam operasional sebuah perbankan, terutama pihak regulator, yaitu Bank Indonesia (BI), kontroler (syariah advisor) yang ada di Dewan Syariah Nasional (DSN) dan Dewan Pengawas Syariah (DPS) Majelis Ulama Indonesia dan

manajemen operasional perbankan sendiri menjadi penting untuk meningkatkan perkembangan dan kinerja dari perbankan syariah di Indonesia.

Saat ini sedang gencar dilakukan edukasi dan sosialisasi mengenai sistem perbankan syariah sehingga diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap perbankan syariah dengan prinsip keadilan yang menjadi keunggulan dari sistem perbankan syariah. Aspek yang paling membedakan sistem konvensional dan syariah adalah pemenuhan kepatuhan terhadap nilai-nilai syariah (*shariah compliance*). Aspek inilah yang menjadikan perbankan syariah memiliki kelebihan dari operasional perbankan konvensional, sebab menjamin penerapan nilai-nilai keadilan bagi pelaku-pelaku ekonomi, dan tentu saja terpenuhinya nilai-nilai syariah yang lebih utuh. Perbankan syariah di Indonesia telah berkembang lebih dari dua dekade sejak beroperasinya Bank Muamalat Indonesia, sebagai bank syariah pertama di Indonesia.



Sumber: [ojk.go.id.roadmapperbankansyariah](http://ojk.go.id/roadmapperbankansyariah). sps Juni 2019

Gambar 1. Grafik *Market Share* perbankan Syariah

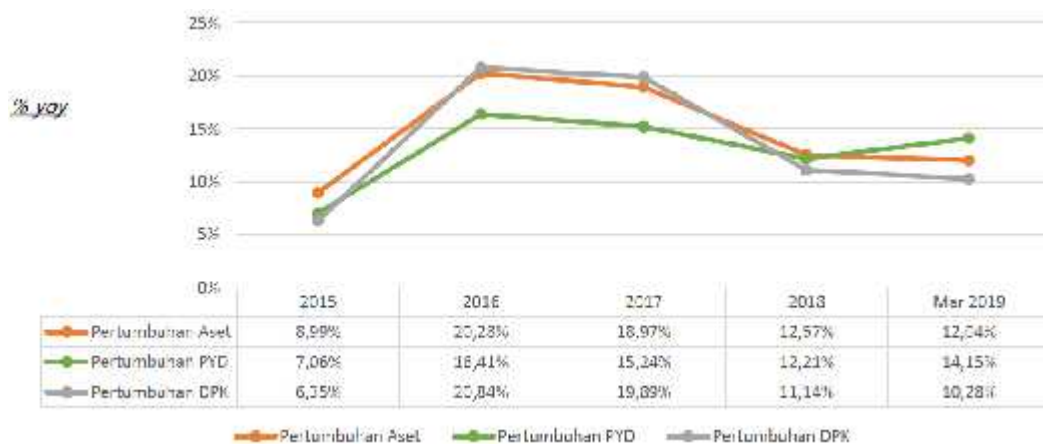
Berdasarkan grafik tersebut, perbankan syariah nasional memiliki komposisi aset terdiri atas aset Bank Umum Syariah sebesar 69,52% atau sebesar Rp254,2 triliun, Unit Usaha Syariah sebesar 27,98% atau sebesar Rp102,3 triliun dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah sebesar 2,5% atau sebesar Rp9,1 triliun. Pertumbuhan yang cukup tinggi tersebut salah satunya dipengaruhi oleh adanya konversi BPD Aceh menjadi Bank Aceh Syariah pada bulan September 2019. Dalam periode tahun 2016, aset Bank Umum Syariah mengalami peningkatan sebesar Rp40,7 triliun atau tumbuh 19,10%, sementara aset Unit Usaha Syariah meningkat sebesar Rp19,48 triliun atau tumbuh 23,51%, sedangkan aset BPRS meningkat sebesar Rp1,48 triliun atau tumbuh 19,12%.

Saat ini baik di industri perbankan syariah terdapat beberapa perusahaan yang sepenuhnya dioperasikan berdasarkan prinsip syariah. Namun demikian, pertumbuhan perbankan syariah belum dapat mengimbangi pertumbuhan perbankan konvensional. Hal ini dapat dilihat dari pangsa pasar (*market share*) perbankan syariah yang secara keseluruhan masih di kisaran 5,33% dibandingkan Bank Konvensional 94,67%. Hal tersebut menunjukkan bahwa perbankan syariah Indonesia masih perlu terus dikembangkan sehingga dapat mengimbangi pertumbuhan perbankan konvensional dalam rangka membesarkan industri perbankan secara keseluruhan.

Pertumbuhan dan tantangan perbankan syariah tersebut tidak hanya pada skala nasional tetapi juga dalam skala yang lebih kecil di Provinsi Lampung, khususnya Kota Metro. Perbankan Syariah di Kota Metro, Lampung telah berkembang lebih dari 1 dekade terakhir, dimulai dari Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah, Bank Mega Syariah, BNI Syariah dan Bank Muamalat.

Bank Muamalat KCP Metro merupakan salah satu perbankan syariah yang terdapat di Kota Metro, Provinsi Lampung dan bernaung di bawah Kantor Cabang Utama Bank Muamalat Lampung bersama dengan 8 Kantor Cabang Pembantu lainnya yang tersebar di beberapa Kabupaten/Kota Provinsi Lampung. Bank Muamalat yang berada di Provinsi Lampung yakni Kantor Cabang Utama Bank Muamalat Lampung, Kantor Cabang Pembantu Bank Muamalat Bandar Jaya, Kantor Cabang Pembantu Bank Muamalat Metro, Kantor Cabang Pembantu Bank Muamalat Pringsewu, Kantor Cabang Pembantu Bank Muamalat Z.A Pagar Alam, Kantor Cabang Pembantu Bank Muamalat Kotabumi, Kantor Cabang Pembantu Bank Muamalat Antasari, Kantor Cabang Pembantu Bank Muamalat Panjang, Kantor Cabang Pembantu Bank Muamalat Alkausar dan *Mobile Branch* Bank Muamalat.

Bank Muamalat KCP Metro berdiri sejak Oktober 2010 hingga saat ini sudah 9 tahun di Kota Metro, dalam lima tahun terakhir Bank Muamalat KCP Metro mengalami fluktuasi pertumbuhan nasabah yang terdiri atas Aset, Pembiayaan yang diberikan (Pyd) dan Dana pihak ketiga (Dpk) dilihat pada grafik berikut:



(Bank Muamalat Lampung 2019, data diolah)

Gambar 2. Pertumbuhan Aset, Pyd dan Dpk Bank Muamalat Metro 2019

Berdasarkan grafik tersebut terjadi fluktuasi jumlah nasabah baru. Pada tahun 2015 menuju 2016 meningkat dari 8% menjadi 20%, pada tahun 2017 mengalami penurunan 18% dan terus menurun sampai dengan tahun 2018 sebesar 10%, dan kemudian meningkat 12% pada Quartal 1 (Maret) tahun 2019. Jika fluktuasi dan kecenderungan turun terus berlangsung, tentunya akan berpengaruh terhadap kinerja Bank Muamalat KCP Metro.

Perkembangan Bank Syariah di Kota Metro juga dapat dilihat berdasarkan data nasabah porsi haji, sebagai salah satu indikator Bank Syariah adalah jumlah nasabah porsi haji, Kemenag Metro dalam kurun waktu 5 tahun terakhir, sebagai berikut:

Tabel 1. *Market share* nasabah porsi Haji 2019, Kota Metro

N O	NAMA BANK	PERIODE PORSI HAJI METRO					AVERAG E
		201 5	201 6	201 7	201 8	201 9	
1	BRI SYARIAH	45%	37%	51%	32%	41%	41%
2	BANK MEGA SYARIAH	15%	15%	13%	20%	10%	15%
3	BANK MANDIRI SYARIAH	23%	28%	23%	32%	29%	27%
4	BANK MUAMALAT INDONESIA	11%	14%	8%	9%	15%	11%
5	BNI SYARIAH	6%	7%	5%	7%	5%	6%

(Data Kemenag, Kota Metro 2019, data diolah)

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa perkembangan perbankan syariah di Kota Metro mengalami *fluktuasi* dalam periode lima tahun. Bank Muamalat KCP Metro memiliki rata-rata posisi *market share* 11% pada tahun 2015, 14% pada tahun 2016, 8% pada tahun 2017, 9% pada tahun 2018, 15% pada tahun 2019 dibawah posisi BRI Syariah, Bank Mandiri Syariah dan Bank Mega Syariah, dan secara rata-rata *market share* Bank Muamalat KCP Metro adalah sebesar 11%

di bawah rata-rata *market share* Bank Syariah lain yang terdapat di Kota Metro, Lampung.

Bank Muamalat KCP Metro telah melakukan berbagai kerjasama dengan berbagai pihak di Kota Metro untuk meningkatkan pertumbuhan nasabah, melalui program **#AyoHijrah** salah satunya bekerja sama dengan Dewan Masjid dan Kementerian Agama Kota Metro, mengadakan kegiatan sosialisasi pengelolaan keuangan masjid secara syariah, namun dari 100 masjid besar yang di undang baru 10 masjid terdaftar dan dikelola melalui Bank Muamalat KCP Metro, hal ini menunjukkan respon masyarakat masih kurang dan perlu strategi pemasaran untuk ditingkatkan lagi.

Dalam pengembangan lini bisnisnya Bank Muamalat KCP Metro juga telah melakukan kerjasama dengan Universitas Muhammadiyah Metro, untuk meningkatkan jumlah nasabah melalui mekanisme pembayaran semester mahasiswa, untuk memberikan solusi dalam proses pembayaran semester, saat ini mahasiswa banyak melakukan secara manual mengantri di *counter* kasir dan sangat *wasting time*.

Bank Muamalat memberikan solusi dengan kemudahan pada aplikasi **#MuamalatDIN** dimana dapat diakses dimanapun, kapanpun dan gratis biaya. Presentasi dan sosialisasi sudah dilakukan manajemen Bank Muamalat namun dari 1500 mahasiswa, 35 mahasiswa yang sudah mengaplikasikannya, hal ini menunjukkan respon mahasiswa masih kurang dan perlu strategi pemasaran untuk ditingkatkan lagi.

Bank Muamalat KCP Metro membutuhkan strategi bisnis pemasaran yang tepat untuk meningkatkan pertumbuhan nasabah dan meningkatkan *profit* Bank Muamalat KCP Metro. Menurut Stanton (1994) bahwa “pemasaran dapat diartikan sebagai suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang serta jasa yang memuaskan kebutuhan konsumen”. Berjalannya sebuah perusahaan salah satunya yakni harus memiliki konsumen. Apabila sebuah perusahaan kehilangan konsumen maka akan menyebabkan perusahaan tersebut tidak stabil hingga tutup. begitu juga dengan perbankan syariah, konsumen utamanya adalah nasabah. apabila sebuah perbankan syariah tidak memiliki nasabah atau memiliki nasabah dengan jumlah yang sangat sedikit maka akan menyebabkan perbankan syariah tersebut tidak stabil dan berujung dengan tutupnya perbankan syariah tersebut.

Oleh karena itu penulis tertarik melakukan penelitian untuk merumuskan strategi pemasaran yang dapat diterapkan pada Bank Muamalat KCP Metro dengan judul “STRATEGI BISNIS PEMASARAN BANK MUAMALAT KANTOR CABANG PEMBANTU (KCP) METRO”.

B. Indetifikasi, Batasan dan Rumusan Masalah

a) Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas maka dapat dilakukan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bank Muamalat KCP Metro, terjadi fluktuasi Nasabah baru, mengalami penurunan sebesar 10% pada tahun 2018, dimana sebelumnya pada posisi 20% pada tahun 2017.
2. *Market Share* Bank Muamalat KCP Metro sebesar 11%, masih kalah bersaing dengan kompetitor sesama Bank Syariah yang terdapat di Kota Metro dengan *market share* diatas 11%.
3. Program *#AyoHijrah* bekerjasama dengan Dewan Masjid dan Kemenag Metro yang diluncurkan Bank Muamalat KCP Metro kurang diminati masyarakat, pertumbuhannya kurang signifikan hanya mencapai 10% dari target.
4. Aplikasi *#MuamalatDIN* bekerjasama dengan Universitas Muhammadiyah Metro yang diluncurkan Bank Muamalat KCP Metro kurang diminati mahasiswa, pertumbuhannya kurang signifikan hanya mencapai 2,3% dari target.

b) Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah disampaikan serta untuk fokusnya penelitian agar tidak keluar dari permasalahan yang ada, maka penulis melakukan pembatasan masalah yakni hanya fokus meneliti tentang Strategi Pemasaran Bank Muamalat KCP Metro.

c) Rumusan Masalah

1. Bagaimana kondisi lingkungan internal (Kekuatan dan Kelemahan) Bank Muamalat KCP Metro?
2. Bagaimana kondisi lingkungan eksternal (Peluang dan Ancaman) Bank Muamalat KCP Metro?
3. Alternatif strategi bisnis pemasaran seperti apa yang dapat dipilih oleh Bank Muamalat KCP Metro dalam memasarkan produknya?
4. Strategi bisnis pemasaran seperti apa yang paling tepat digunakan oleh Bank Muamalat KCP Metro dalam memasarkan produknya?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yakni:

1. Untuk mengetahui kondisi lingkungan internal (Kekuatan dan Kelemahan) Bank Muamalat KCP Metro.
2. Untuk mengetahui kondisi lingkungan eksternal (Peluang dan Ancaman) Bank Muamalat KCP Metro.
3. Untuk mengetahui Alternatif strategi bisnis pemasaran seperti apa yang dapat dipilih oleh Bank Muamalat KCP Metro dalam memasarkan produknya.
4. Untuk mengetahui strategi bisnis pemasaran seperti apa yang paling tepat digunakan oleh Bank Muamalat KCP Metro dalam memasarkan produknya.

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Bank Muamalat KCP Metro

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi Bank Muamalat KCP Metro dalam mengambil kebijakan terutama dalam melakukan strategi bisnis pemasaran produknya.

2. Bagi Penulis

Untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama di bangku kuliah dan sebagai syarat menyelesaikan pendidikan, serta dapat menjadi bukti empiris pada penelitian dimasa yang akan datang khususnya menyangkut strategi bisnis pemasaran.

3. Bagi Universitas Muhammadiyah Metro

Diharapkan dapat menambah referensi kepustakaan sehingga dapat digunakan untuk bahan pertimbangan bagi pembaca dan pengguna tesis ini dikemudian hari, khususnya bagi Nasabah Universitas Muhammadiyah Metro.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Manfaat bagi peneliti selanjutnya, dapat dijadikan sebagai salah satu referensi atau bahan perbandingan bagi peneliti yang ingin melakukan kajian yang sama.