

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Bank disebut sebagai intermediari keuangan, adalah sebagai institusi keuangan. yang bermakna institusi bank ialah institusi yang kegiatannya berhubungan dengan sistem keuangan. Maka dari itu, bank akan berkaitan dengan keuangan karena merupakan instrumen perdagangan yang utama.<sup>1</sup> Di era 5.0 seperti sekarang, peranan perbankan untuk meningkatkan perekonomian negara sangat besar. Sebagian besar industri keuangan sangat membutuhkan jasa perbankan. Oleh karena itu, baik saat ini maupun di masa mendatang, tidak akan terlepas dari industri perbankan.<sup>2</sup>

Menurut usahanya, bank-bank di Indonesia terbagi menjadi dua kategori: yang pertama beroperasi menurut prinsip konvensional, dan yang kedua beroperasi menurut prinsip Syariah. Perbankan Syariah adalah sistem perbankan yang didasarkan pada hukum Islam (Syariah). Bank konvensional adalah bank generik yang melakukan bisnis secara konvensional. Sistem ini didasarkan pada bahwa hukum Islam melarang meminjamkan uang atau menagih uang dengan membebankan suku bunga, yang dikenal sebagai bunga pinjaman, dan juga melarang berinvestasi dalam perusahaan kelas terlarang (haram).<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Setia Budhi Wilarjo, "Pengertian, Peranan, Dan Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia", 2014, 2.1 (2014), 1-5.

<sup>2</sup> Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, 2015, Jakarta: Rajawali Pers . 2-3

<sup>3</sup> Hasan Sultoni dan Ahmad Basuki, Bank Syariah di Dunia Internasional, 2020, Vol. 02 No. 02, *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, STAI Muhammadiyah Tulungagung, <http://ejournal.staim-tulungagung.ac.id/index.php/Eksyar>

Adanya perbankan Syariah diharapkan dapat membantu pertumbuhan ekonomi nasional. Salah satu hal yang membedakan perbankan Syariah dari perbankan konvensional adalah aturan yang diterapkan dalam transaksi keuangan dan operasional. Bank Syariah harus mematuhi perintah Al-Quran dan Al-Hadist. Perbankan Syariah harus mengutamakan investasi pada sektor ekonomi halal dan berbasis aset, menghindari bunga (riba) dan akad dengan ketidakpastian (gharar dan maysir), dan menekankan prinsip hasil risiko. Salah satu ciri utama perbankan Syariah yang berdampak positif pada pertumbuhan sektor riil dan perekonomian adalah fokus yang lebih besar pada peningkatan produktivitas.<sup>4</sup>

Sejak disahkannya Undang-Undang (UU) Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 hingga akhir tahun 2004 dikatakan sebagai masa kejayaan perbankan Syariah. Selain pertumbuhan jaringan kantor terus berkembang dari tahun ke tahun. Pesatnya pertumbuhan perbankan Syariah meningkatkan potensi pasar dan juga disambut hangat oleh masyarakat luas yang tidak terlepas dari dukungan tersebut. Regulasi pemerintah, peneliti dan Bank Indonesia memenuhi kebutuhan regulasi industri dan membuka peluang yang lebih luas bagi bank serta investor untuk terlibat dalam perbankan Syariah.<sup>5</sup>

Dengan didirikannya Undang-Undang Perbankan Syariah, pertumbuhan industri perbankan syariah di negara ini didorong oleh landasan hukum yang

---

<sup>4</sup> Emy Widyastuti and Yusvita Nena Arinta, 'Perbankan Syariah Dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia: Bagaimana Kontribusinya?', *Al-Muzara'Ah*, 8.2 (2020), 129–40  
<<https://doi.org/10.29244/jam.8.2.129-140>>.

<sup>5</sup> Dyas Muhammad Hakimi, 2020. *Standarisasi Akta Perbankan Syariah Berdasarkan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2014 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2004 Tentang Jabatan Notaris*. Yogyakarta, 4-5

kokoh yang mendukung pertumbuhannya. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) saat ini tengah mendorong pesatnya pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia menuju industri perbankan syariah yang sehat dan berkelanjutan dengan mendukung perekonomian yang berkualitas. Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam telah memfasilitasi pertumbuhan dan perkembangan sistem perbankan Syariah. Berikut data pertumbuhan perbankan Syariah tahun 2017 hingga 2022.

**Tabel 1.1**  
**Pertumbuhan Perbankan Syariah**  
**Tahun 2017-2022**

<b>Pertumbuhan Perbankan Syariah Tahun 2017-2022</b>			
Tahun	Aset %	Pertumbuhan Pembiayaan (PYD) %	Dana Pihak Ketiga (DPK) %
2017	18,97	15,27	19,89
2018	12,57	12,17	11,14
2019	9,93	11,01	11,82
2020	13,11	8,08	11,98
2021	13,94	6,90	15,30
2022	14,21	11,16	24,8
Total aset		721 Triliun	
Pertumbuhan aset		14,21%	

Sumber: OJK<sup>6</sup>

Tingkat pertumbuhan kredit dan Dana Pihak Ketiga (DPK) melebihi level pra-pandemi Covid-19 sementara indikator risiko bank tidak berubah. Perbankan Syariah semakin dipercaya masyarakat, terutama di masa pandemi.<sup>7</sup> Perkembangan ini didorong oleh percaya masyarakat muslim bahwa riba adalah hal yang dilarang oleh agama Islam dalam perbankan konvensional.

<sup>6</sup> OJK, "Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2021", *Ketahanan Dan Daya Saing Keuangan Syariah*, 2021, 148 <<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/laporan-perkembangan-keuangan-syariah-indonesia/Pages/Laporan-Perkembangan-Keuangan-Syariah-Indonesia-2020.aspx>>.

<sup>7</sup> [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id) diakses pada tanggal 12 Januari 2023

Asumsi ini membuat mereka lebih tertarik untuk berinvestasi di bank Syariah. Alasannya adalah mereka merasa lebih aman, nyaman, dan bebas dari riba.<sup>8</sup> Kepercayaan masyarakat terhadap bank Syariah sangat penting karena akan berdampak pada peningkatan basis nasabah dan keuntungan bank.<sup>9</sup>

Bank Syariah terdiri dari tiga kategori: Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Tugas utama bank umum syariah adalah mengumpulkan dana dari pihak ketiga atau komunitas dan melakukan lalu lintas pembayaran.<sup>10</sup> Untuk menerapkan prinsip syariah dalam operasi perbankan dan transaksi pembayaran lainnya, bank konvensional membentuk unit usaha syariah (UUS). Kegiatan operasional UUS serupa dengan bank umum syariah, yaitu menyediakan produk penggalangan dana pihak ketiga, memberikan dana kepada pihak yang membutuhkan, dan menyediakan layanan perbankan lainnya. Bank yang beroperasi dengan prinsip syariah adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) BPRS tidak menyediakan jasa pembayaran, tetapi hanya dapat mengumpulkan dan menyebarkan dana. Tidak dapat melakukan operasi giro atau alur pembayaran.<sup>11</sup>

---

<sup>8</sup> ibid

<sup>9</sup> Lucky Nugroho, Fiki Wahyu Kuncoro, and Akhmad Amien Mastur, "Analisis Perbandingan Bank Umum Syariah Dengan Unit Usaha Syariah Dari Aspek Efisiensi; Kualitas Asset Dan Stabilitas Keuangan (Periode Tahun 2014-2017)", *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 6.2 (2019), 100–118 <<https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v6i2.2354>>.

<sup>10</sup> Mohd Rizal Muwazir, Deky Anwar, and Ab Mumin Ab Ghani, 'Perbandingan Kinerja Perbankan Syariah Di Indonesia', *Kontekstualita*, 33.01 (2018), 1–24 <<https://doi.org/10.30631/kontekstualita.v33i1.47>>.9-10

<sup>11</sup> Ibid, 10-11

Beberapa bank Syariah di Indonesia termasuk Bank Muamalat Indonesia (BMI), Bank Central Asia (BCA) Syariah, Bank Jatim Cabang Syariah, Bank Syariah Indonesia (BSI), Bank Mega Syariah, Bank Syariah Mandiri, Bank Jabar Banten (BJB) Syariah, Bank Panin Syariah, Bank Danamon Syariah, Bank Syariah Bukopin, Bank Maybank Syariah Indonesia, Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah. Tabel berikut menunjukkan beberapa bank Syariah yang ada di Kota Kediri.<sup>12</sup>

**Tabel 1.2**  
**Daftar Bank Syariah yang Ada di Kota Kediri**

No	Nama Bank	Alamat	Tahun Berdiri
1.	Bank Mega Syariah	Jl. P.K. Bangsa 12 Kediri	25 Agustus 2004
2.	Bank Muamalat Indonesia	Jl. Sultan Hasanudin 26 Kediri	15 Maret 2004
3.	Bank Syariah Indonesia	Jl. Hasanudin 21 B Kediri	1 Februari 2021
4.	Bank Jatim Cabang Syariah	Jl. Diponegoro 50 Kediri	21 Agustus 2007
5.	BCA Syariah	Jl. Brawijaya 8 Kediri	2 Maret 2010
6.	BTN Syariah	Ruko Hayam Wuruk Kediri	14 Februari 2005
7.	BTPN Syariah	Brigjen Katamso 32 Kediri	14 Juli 2014
8.	Bank Panin Syariah	Jl. Brawijaya No. 50 Kediri	17 Agustus 1971

Sumber: hasil observasi<sup>13</sup>

Dari beberapa bank yang ada di Kota Kediri penulis membuat perbandingan dari Bank Jatim Cabang Syariah, BTN Syariah dan BSI. Dikarenakan ketiga bank tersebut merupakan bank milik negara, dan juga ketiga bank tersebut sama sama memiliki produk tabunganku ib sehingga dapat dibandingkan. Penulis membuat perbandingan atas 7P yaitu *product*, *price*,

<sup>12</sup> <https://namanamabank.blogspot.com/p/bank-syariah.html> diakses pada tanggal 9 Desember 2022 pukul 11:11 WIB

<sup>13</sup> Hasil observasi dari masing-masing web pada tanggal 9 Desember 2022 pukul 11:11 WIB

*place, promotion, people, physical evidence, dan process.* Berikut perbandingan antara ketiga bank tersebut.

**Tabel 1.3**  
**Data Perbandingan Bank Syariah**

No	Unsur Perbandingan	Bank Jatim Cabang Syariah	BTN Syariah	BSI
1.	<i>Product</i>	a. TabunganKu IB b. Multiguna Syariah. c. KPR iB Barokah. d. Umroh iB Maqbula. e. Emas iB Barokah. f. Mobil e Banking. g. Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik. h. Pembiayaan investasi dan modal kerja. i. Pembiayaan piutang (anjak piutang) iB Barokah. j. Tabungan Barokah. k. Deposito l. Tabungan Pensiun IB Barokah. m. Tabungan Haji dan Umroh Amanah n. Tabungan Rencana IB o. Tabungan Barokah Sejahtera	a. BTN Tabunganku iB b. BTN Batara iB c. BTN Prima iB d. BTN Batara Haji & Umroh iB e. Tabungan BTN Qurban iB f. BTN Simpanan Pelajar iB g. BTN Emas iB h. Deposito On Call BTN iB i. Giro BTN iB Giro BTN Prima iB	a. BSI Tabunganku b. BSI Tabungan Valas c. BSI Tabungan Haji Indonesia d. BSI Tabungan Easy Mudharabah e. BSI Tabungan Pendidikan f. BSI Tabungan Bisnis g. BSI Tabungan Haji Indonesia h. BSI Tabungan Haji Muda Indonesia i. BSI KUR j. BSI Griya k. BSI Mitraguna Berkah l. BSI Deposito Valas m. BSI Reksa Dana Syariah n. BSI Giro Valas o. BSI Giro Rupiah p. BSI Gadai Emas BSI Cicil Emas
2.	<i>Price</i>	a. Buka rekening tabungan mulai Rp 1.000. b. Setoran minimal saat pembukaan Rp 2.500.000. c. Giro dengan minimal setoran	a. Buka rekening tabungan mulai Rp 1.000. b. Setoran pembukaan minimum Rp1.000.000.	a. Buka rekening tabungan mulai Rp 1.000. b. Setoran awal pembukaan rekening Rp 100.000.

		<p>Rp 1.000.000 untuk perorangan dan Rp 2.000.000 untuk perusahaan.</p> <p>d. Pembayaran dengan kartu bank per bulan gratis.</p> <p>Biaya penutupan rekening gratis.</p>	<p>c. Giro dengan setoran minimum Rp 500.000.</p> <p>d. Pembayaran kartu debit bulanan gratis.</p> <p>Biaya penutupan rekening Rp 50.000.</p>	<p>c. Giro dengan minimal setoran Rp 500.000.</p> <p>d. Pembayaran kartu debit Visa Silver Rp 1000, Visa Gold RP 2000, Visa Platinum Rp 3000, Visa Priority gratis.</p> <p>Biaya penutupan Rekening Rp 20.000.</p>
3.	<i>Place</i>	<p>a. Akses mudah ke jalan utama provinsi.</p> <p>b. Lokasi yang tepat di pusat kota</p> <p>c. Tempat yang nyaman</p>	<p>a. Akses mudah</p> <p>b. Lokasi yang tepat di pusat kota</p> <p>c. Tempat yang nyaman</p>	<p>a. Akses mudah</p> <p>b. Lokasi yang tepat di pusat kota</p> <p>c. Tempat yang nyaman</p>
4.	<i>Promotion</i>	<p>a. <i>Walk in customer</i> (Berjalan bersama klien)</p> <p>b. Media massa</p> <p>c. <i>Advertisement</i> ( Iklan)</p> <p>d. Door to door (<i>Pintu ke pintu</i>)</p> <p>e. <i>Sales Call</i> (panggilan penjualan)</p> <p>f. <i>Sosialisasi</i></p> <p>g. <i>Sales Direct</i> (Penjualan Langsung).</p> <p>h. <i>Cross Selling</i> (Penjualan silang).</p> <p>i. Penerapan tarif bagi hasil yang kompetitif.</p> <p>j. Menerapkan Nisbah Bagi Hasil yang Kompetitif.</p>	<p>a. Promosi penjualan (<i>sales promotion</i>)</p> <p>b. Penjualan pribadi (<i>personal Selling</i>).</p>	<p>a. Strategi periklanan (<i>advertising</i>)</p> <p>b. Penjualan pribadi (<i>personal selling</i>), Publisitas (<i>publicity</i>)</p>

5.	<i>People</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Tampil dengan seragam yang rapi sesuai ketentuan Syariah.</li> <li>b. Penggunaan protokol kesehatan.</li> <li>c. Ramah dan murah senyum.</li> <li>d. Adanya pelatihan, monitoring dan evaluasi kinerja Sumber Daya Manusia (SDM).</li> <li>e. Untuk nasabah mulai dari 17 tahun atau sudah memiliki Kartu Tandsa Penduduk (KTP).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Tampil dengan seragam yang rapi sesuai ketentuan Syariah.</li> <li>b. Penggunaan protokol kesehatan.</li> <li>c. Ramah dan murah senyum.</li> </ul> <p>Untuk nasabah mulai dari &lt;17 tahun.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Tampil dengan seragam yang rapi sesuai ketentuan Syariah.</li> <li>b. Penggunaan protokol kesehatan.</li> <li>c. Ramah dan murah senyum.</li> </ul> <p>Untuk nasabah mulai dari 17 tahun atau sudah memiliki Kartu Tandsa Penduduk (KTP).</p>
6.	<i>Physical Evidence</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kantor berdiri sendiri.</li> <li>b. Terdapat toilet untuk nasabah dan karyawan.</li> <li>c. <i>Banking hall</i> yang dilengkapi dengan kursi sofa.</li> <li>f. Dilengkapi dengan fasilitas perbankan yang lengkap.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kantor berdiri sendiri.</li> <li>b. Adanya toilet dan tempat ibadah bagi karyawan dan nasabah.</li> <li>c. <i>Banking hall</i> yang dilengkapi dengan kursi sofa. Dilengkapi dengan fasilitas perbankan yang lengkap.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kantor berdiri sendiri.</li> <li>b. Adanya toilet dan tempat ibadah bagi karyawan dan nasabah.</li> <li>c. <i>Banking hall</i> yang dilengkapi dengan kursi sofa.</li> <li>d. Dilengkapi dengan fasilitas perbankan yang lengkap.</li> </ul>
7.	<i>Process</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pelayanan cepat, tanggap, ramah dan sopan.</li> <li>b. Berorientasi pada pelanggan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pelayanan cepat, tanggap, ramah dan sopan.</li> <li>b. Berorientasi pada pelanggan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pelayanan cepat, tanggap, ramah dan sopan.</li> <li>b. Berorientasi pada pelanggan.</li> </ul>

Sumber: hasil observasi<sup>14</sup>

<sup>14</sup> [www.bankjatim.co.id](http://www.bankjatim.co.id) , [www.btm.co.id](http://www.btm.co.id), dan [www.bankbsi.co.id](http://www.bankbsi.co.id). diakses pada tanggal 12 Januari 2023

Berdasarkan data perbandingan ketiga bank Syariah yang telah dikemukakan tersebut menunjukkan bahwa Bank Jatim Cabang Syariah lebih unggul daripada kedua bank yang lainnya yaitu BTN Syariah dan BSI. Keunggulan ini berasal dari produk perbankan yang diterbitkan dan berbagai sistem promosi yang digunakan oleh Bank Jatim Cabang Syariah untuk menarik nasabah untuk menggunakan produknya. Ketiga bank tersebut sama-sama memiliki produk Tabunganku iB sehingga penulis juga membuat perbandingan antara produk tabunganku iB bank satu dengan yang lainnya. Tabunganku iB adalah produk tabungan umum seluruh bank di Indonesia yang difasilitasi oleh Bank Indonesia, untuk mendorong seluruh lapisan masyarakat untuk mengetahui dan menggunakan produk dan layanan perbankan dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penggunaan platform yang ada saat ini. Budaya menabung tidak bertentangan dengan prinsip hukum Syariah. TabunganKu iB menggunakan akad *wadiah*, yang tidak memberi nasabah bonus atau imbalan.

Bank Jatim Cabang Syariah dimulai pada Selasa, 21 Agustus 2007, dan didirikan pada 8 Syaban 1428 H. Selama tujuh tahun, BJS telah melakukan banyak perkembangan dan inovasi untuk memberikan layanan keuangan terbaik yang memenuhi kebutuhan pelanggan dengan berbagai produk yang sesuai Syariah. Pada tahun 2014, Bank Jatim Cabang Syariah membuka beberapa kantor di Madiun dan Jember. Selain itu, jaringan diperluas dengan status cabang Gresik dan Madiun sebagai cabang, membangun lima cabang di Blitar, Jombang, Surabaya Utara, Surabaya Barat, dan Surabaya Timur, serta

menambah 50 kantor layanan Syariah dan 6 ATM. Pada tahun 2014, BJS memiliki 5 kantor, 10 cabang, dan 97 kantor layanan Syariah dan 6 ATM.<sup>15</sup>

Bank Jatim Cabang Syariah Kediri, yang berlokasi di Jalan Diponegoro No. 50 B Kota Kediri, resmi didirikan pada tanggal 17 Januari 2014. Dimulainya Kantor Cabang Syariah di Kota Kediri menambah jaringan operasional Unit Usaha Syariah Bank Jatim, yang terdiri dari 2 Cabang Syariah, 3 Cabang Pembantu Syariah, dan 47 Kantor Layanan Syariah atau kantor *channeling*.<sup>16</sup> Bank Jatim Cabang Syariah Kediri telah memperoleh kepercayaan dan tempat di hati nasabah sehingga jumlah nasabah telah meningkat selama tiga tahun terakhir, dari tahun 2020 hingga 2022, seperti yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

**Tabel 1.4**  
**Data Jumlah Nasabah Produk Tabungan**  
**Secara Global di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>
2019	30.390
2020	33.898
2021	37.368
2022	41.598

Sumber: Data Sekunder Bank Jatim Cabang Syariah Kota Kediri<sup>17</sup>

Dari tabel 1.4 menunjukkan bahwa jumlah pelanggan yang menggunakan produk tabungan meningkat setiap tahunnya, peningkatan terus terjadi di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri mulai tahun 2019 sampai dengan Desember 2022.

Pada tahun 2019 mencapai 30.390 nasabah, tahun 2020 mencapai 33.898

<sup>15</sup> Faridatul Maisaroh, Skripsi, *Pengaruh Kompensasi Dan Pengawasan Pimpinan Terhadap Disiplin Kerja Pegawai Di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri*, (Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri Tulungagung 2016), 68

<sup>16</sup> [www.bankjatim.co.id](http://www.bankjatim.co.id) diakses pada tanggal 8 Juli 2023

<sup>17</sup> Wawancara dengan Ibu Hikmah Nindia Putri sebagai Penyelia Akutansi dan Umum Bank Jatim Cabang Syariah Kediri pada tanggal 6 September 2023

nasabah, tahun 2021 mencapai 37.368 nasabah dan tahun 2022 mencapai angka 41.598 nasabah.

TabunganKu iB adalah produk simpanan dana berbasis *Wadiah Yad Dhamanah*, ditawarkan oleh Bank Jatim Cabang Syariah. Dana nasabah dianggap sebagai simpanan, dan mereka dapat menariknya kapan saja. Produk ini meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendorong minat menabung. Salah satu alasan mengapa nasabah memilih untuk menabung di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri dibandingkan bank Syariah lainnya adalah layanan yang luar biasa yang ditawarkan. Salah satu keuntungan dari simpanan ini adalah dana nasabah aman, bebas biaya pengelolaan bulanan, dan dapat digunakan sebagai jaminan atau referensi pembiayaan di Bank Jatim Syariah.<sup>18</sup> Peningkatan jumlah nasabah pada produk ini dapat dilakukan dengan melakukan pemasaran yang menarik kepada nasabah.

TabunganKu iB sendiri sudah sejak 2014 sejak beroperasinya Bank Jatim Cabang Syariah Kediri. TabunganKu iB sendiri dibuat untuk menumbuhkan minat menabung dan menyejahterakan masyarakat. Sasaran dari produk ini adalah siswa yang berumur 17 tahun atau yang sudah memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP) ke atas. Pada awalnya sistem pemasaran yang digunakan yaitu sosialisasi ke sekolah-sekolah serta universitas. Dengan sistem tersebut kenaikan jumlah nasabah tidak terlalu signifikan karena kurang inovatif dan variatif. Sehingga Bank Jatim Cabang Syariah Kediri melakukan beberapa strategi yaitu melakukan riset pasar, menentukan segmentasi pasar, memilih

---

<sup>18</sup> [www.bankjatim.id](http://www.bankjatim.id) diakses pada tanggal 19 Juli 2023

target, menetapkan posisi pasar, membangun diferensiasi produk, menentukan bauran pemasaran, membangun serta memperkuat *brand*, dan menyusun konten pemasaran yang menarik.

Jika sebelumnya pemasaran dilakukan hanya dengan WhatsApp status, sekarang menggunakan banyak variasi misalnya mengikuti event-event yang diadakan oleh instansi, sekolah, universitas yang sudah bekerjasama dengan Bank Jatim Cabang Syariah Kediri. Memberikan layanan *pick up* ke sekolah-sekolah sesuai hari yang dijadwalkan, membuka *both* pada Car Free Day (CFD) yang ada di Jalan Dhoho ataupun di Simpang Lima Gumul (SLG). Melakukan promosi melalui sosial media yang beragam yaitu di *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Web* resmi dari Bank Jatim, Tiktok, serta melalui Radio Andika Kediri.

Dengan sistem promosi yang beragam tersebut kenaikan jumlah nasabah menjadi sangat signifikan. Berdasarkan latar belakang yang diuraikan sebelumnya dan dengan dibuktikan banyaknya sistem promosi yang digunakan untuk menarik jumlah nasabah serta tabel pertumbuhan nasabah dalam beberapa tahun terakhir dan juga alasan nasabah memilih untuk melakukan deposit karena karyawan Bank Jatim Cabang Syariah Kediri menyampaikan informasi dengan cara yang jelas dan mudah dipahami kepada nasabah. Selain itu, Bank Jatim Cabang Syariah Kediri menyediakan layanan yang sederhana, aman dan andal. Nasabah ingin menabung sesuai prinsip *wadiah* karena bank memberikan insentif berupa bonus atas dana yang dikelola, namun bonus tersebut tidak bisa dikatakan tersedia di awal akad. Sehingga nasabah

menabung menggunakan prinsip *wadiah* di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri karena manajemen akun bulanan gratis. Alasan lain nasabah memilih menabung di Bank Jatim Syariah Cabang Kediri karena berbeda dengan bank syariah lainnya karena fasilitas yang diberikan cukup baik dan kualitas pelayanan sangat puas. Produk Tabunganku iB Bank Jatim Cabang Syariah juga semakin memudahkan nasabah karena setoran awal ringan minimal Rp 20.000 setoran berikutnya minimal Rp 10.000,00 dan adanya layanan M-Banking dan Internet. Layanan perbankan juga sangat mudah digunakan oleh nasabah berkat layanannya tersedia 24 jam melalui koneksi internet. Maka dari itu, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGANKU IB PADA BANK JATIM CABANG SYARIAH KEDIRI”**

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang dibahas penulis adalah sebagai berikut berdasarkan latar belakang di atas:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan pada produk Tabunganku iB Bank Jatim Cabang Syariah Kediri?
2. Bagaimanakah strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk Tabunganku iB pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut berdasarkan rumusan masalah:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk Tabunganku iB yang digunakan pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk Tabunganku iB pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa:

1. Manfaat Teoritis

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan informasi tambahan, masukan dan informasi yang berguna bagi pembaca tentang strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan simpel pada Bank Jatim Cabang Syariah. Kajian ini bertujuan untuk melengkapi badan penelitian dibidang komunikasi, khususnya mengenai strategi komunikasi pemasaran, dan memberikan kontribusi pada kajian-kajian yang membutuhkan informasi tambahan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Akademis

Secara umum penelitian merupakan karya ilmiah yang dapat menjadi sumber data atau referensi yang dapat digunakan sebagai data sekunder dan digunakan sebagai referensi untuk peneliti lain yang melakukan penelitian serupa.

- b. Bagi Perbankan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi industri perbankan. Khususnya bank Syariah di Kota Kediri dalam

menerapkan strategi komunikasi pemasaran yang lebih baik agar meningkatkan jumlah nasabah.

c. Bagi Peneliti

Kajian ini bermanfaat untuk memperluas dan mengembangkan kemampuan para peneliti di dunia perbankan, khususnya perbankan Syariah di Indonesia. Selain itu, sebagai alat untuk menambah pengetahuan bagi para peneliti.

## E. Penelitian Terdahulu

1. Strategi Pemasaran Bank Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji Amanah Ditinjau dari Perspektif Marketing Syariah (Studi Kasus di Bank Jatim Syariah Cabang Kediri), Skripsi Oleh Kaffi Chaula Yukissa Mahasiswa IAIN Kediri (2021)<sup>19</sup>

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran Bank Jatim Syariah Cabang Kediri untuk mengembangkan produk Tabungan Amanah Haji cukup komprehensif, antara lain menempati pasar sasaran, memilih produk berkualitas tinggi, menetapkan harga, memposisikan, dan menerapkan kampanye. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran Bank Jatim Syariah Cabang Kediri untuk meningkatkan pelanggan produk Tabungan Amanah Haji telah dievaluasi dari sudut pandang pemasaran Syariah, yang berarti menerapkan strategi yang memenuhi unsur-unsur pemasaran Syariah seperti ketuhanan, etika,

---

<sup>19</sup> Kaffi Chaula Yukissa, “*Strategi Pemasaran Bank Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji Amanah Ditinjau dari Perspektif Marketing Syariah (Studi Kasus di Bank Jatim Syariah Cabang Kediri)*”. (2021), <http://etheses.iainkediri.ac.id/>.

realistis, dan humanistik. . Persamaan penelitian ini dengan penulis adalah metode yang digunakan yaitu metode kualitatif serta subjek di Bank Jatim Cabang Syariah Kediri. Perbedaan terdapat pada objek yang dipakai, pada penelitian ini menggunakan produk Tabungan Haji Amanah, sedangkan penulis menggunakan produk Tabunganku iB.

2. *Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pengunjung Melalui Analisis SWOT (Studi Kasus Pada Wisata Sumber Sugih Waras Ngadiluwih, Kediri)*. Skripsi Oleh Marsela Indriani Mahasiswa IAIN Kediri (2023).<sup>20</sup>

Hasil penelitian ini, yang dilakukan dengan metode kualitatif dengan jenis studi kasus, menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan pengelola Wisata Sumber Sugih Waras adalah menggunakan marketing mix 7P untuk segi *product, price, promotion, place, people, physical evidence, and process*. Strategi yang dapat digunakan Wisata Sumber Sugih Waras berdasarkan matriks SWOT yaitu dengan melakukan kerjasama dengan beberapa pihak, membentuk tim marketing, melakukan pelatihan karyawan, pemaksimalan promosi, serta mediasi bersama pengelola untuk menyelesaikan suatu persaingan.

3. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan iB Baitullah Hasanah (Studi Kasus Pada Pt Bni Syariah Kcp Bandar Jaya),

---

<sup>20</sup> Marsela Indriani, “*Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pengunjung Melalui Analisis SWOT (Studi Kasus Pada Wisata Sumber Sugih Waras Ngadiluwih, Kediri)*”.(2017). <http://etheses.iainkediri.ac.id/>.

Skripsi Oleh Selpi Maylia Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro (2017)<sup>21</sup>

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. BNI syariah KCP Bandarjaya telah menerapkan strategi pemasaran dengan menggunakan campuran marketing yang mencakup lokasi, harga, produk, dan promosi. Operasional, administrasi, dan sumber daya manusia adalah bidang yang menghalangi PT. BNI syariah KCP Bandarjaya untuk memasarkan produknya. Persamaan penelitian ini dengan penulis adalah metode yang digunakan yaitu metode kualitatif. Perbedaan terdapat pada subjek yang dipakai, pada penelitian di Bni Syariah KCP Bandar Jaya sedangkan penulis pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri serta objek yang digunakan penelitian ini menggunakan produk Tabungan iB Baitullah Hasanah sedangkan penulis menggunakan produk tabunganku iB.

4. Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bank Syariah Mandiri, Skripsi Oleh Reza Sri Rahayu Mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, (2020).<sup>22</sup>

Hasil penelitian menunjukkan bahwa BSM (KCP) Ulee bersosialisasi baik secara langsung maupun tidak langsung, menggunakan berbagai strategi pemasaran, termasuk harga, promosi, dan tempat untuk produk tabungan. Setelah menerapkan strategi pemasaran, BSM diharapkan dapat

---

<sup>21</sup> Selpi Maylia, “*Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Ib Baitullah Hasanah (Studi Kasus Pada Pt Bni Syariah Kcp Bandar Jaya)*”, 2017, <https://repository.metrouniv.ac.id>

<sup>22</sup> Reza Sri Rahayu, “*Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bank Syariah Mandiri*”, 2020, <https://repository.ar-raniry.ac.id/>

meningkatkan atau mengaktifkan tahap-tahap pemasaran dengan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan strategi untuk menentukan apakah strategi tersebut tepat untuk pengembangan produk. Persamaan penelitian ini dengan penulis adalah metode yang digunakan yaitu metode kualitatif serta variabel yang digunakan yaitu strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah. Sedangkan perbedaan terdapat pada subjek yang dipakai pada penelitian ini pada Bank Syariah Mandiri sedangkan penulis pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri.

#### 5. Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah

Tabungan Haji Dan Umrah iB pada BTN KCPS Tangerang, Jurnal oleh Abdul Rachman, dkk Madani Syariah, Vol. 5 No. 1 Februari 2022<sup>23</sup>

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi strategi pemasaran Syariah yang digunakan BTN KCPS Tangerang untuk meningkatkan jumlah pelanggan Tabungan Haji dan Umrah iB. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa jumlah pelanggan tabungan haji BTN KCPS Tangerang menurun dari tahun 2017 hingga 2019. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Jenis analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, yang melihat konsep bauran pemasaran (barang, harga, lokasi, promosi, orang, proses, dan bukti fisik) dari perspektif pemasaran syariah (teistis, etis, realistik, humanistik). Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran syariah BTN KCPS

---

<sup>23</sup> Abdul Rachman, dkk, "Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Dan Umrah iB pada BTN KCPS Tangerang" *Jurnal Madani Syariah*, Vol. 5 No. 1, (Februari 2022), <https://stai-binamadani.e-journal.id/>

Tangerang dapat meningkatkan jumlah pelanggan Tabungan Haji & Umrah iB sebesar 27%. Persamaan penelitian ini dengan penulis adalah metode yang digunakan yaitu metode kualitatif serta variabel yang digunakan yaitu strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah. Perbedaan penelitian ini dengan peneliti terdapat pada produk yang diteliti, pada penelitian ini menggunakan produk Tabungan Haji Dan Umrah iB sedangkan peneliti pada produk Tabunganku iB. Dan subjek yang dipakai, penelitian ini pada BTN KCPS Tangerang sedangkan peneliti pada Bank Jatim Cabang Syariah Kediri.