

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Sebuah institusi keuangan pada umumnya yang sering dikenal sebagai bank bertindak sebagai pengumpul dana dari masyarakat serta memberikan kredit dan layanan pembayaran lainnya kepada masyarakat. Karena bank hanya menawarkan layanan jasa kepada masyarakat, maka kegiatan bank termasuk dalam industri jasa. Dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat, bank menyediakan layanan kredit dan jenis produk lainnya. Di Indonesia, sistem perbankan terdiri dari dua jenis bank, yakni bank konvensional dan bank syariah.<sup>1</sup>

Menurut UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, sektor perbankan syariah mencakup kegiatan bank syariah dan unit usaha syariah, beserta cara dan lembaga yang digunakan dalam menjalankan bisnis mereka berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Prinsip-prinsip ini menyangkut metode yang digunakan oleh bank syariah dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, yang berbeda dengan bank konvensional. Sebagai contoh, bank konvensional menggunakan bunga sebagai biaya pinjaman, sementara bank syariah menggunakan prinsip bagi hasil.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2015), 8.

<sup>2</sup> Fahmi Irham, *Analisis Laporan keuangan* (Bandung, Alfabeta, 2014), 14.

Lingkup industri perbankan, peran bank tidak hanya terbatas pada kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana, melainkan juga mencakup kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk mengoptimalkan pengembangan produk. Tujuan dari kegiatan pemasaran bank adalah meningkatkan mutu pelayanan serta menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah. Untuk mencapai sasaran tersebut, bank menetapkan beberapa target dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran yang efektif dan efisien. Oleh karena itu, penekanan nilai dari kegiatan pemasaran bank adalah pada pencapaian tujuan yang telah ditetapkan, seperti peningkatan kualitas layanan dan penawaran berbagai produk yang sesuai dengan preferensi nasabah.

Agar strategi pemasaran dapat berhasil dengan baik, perlu dirancang sebuah rencana pemasaran yang kuat dan tepat. Rencana pemasaran berperan sebagai instrumen sentral untuk mengarahkan dan mengkoordinasikan usaha pemasaran. Rencana pemasaran ini memiliki dua tingkatan, yakni tingkatan strategis dan taktis. Rencana pemasaran strategis menggambarkan pasar sasaran dan nilai yang ditawarkan, didasarkan pada analisis peluang pasar terbaik. Sedangkan rencana pemasaran taktis memperinci taktik pasar, termasuk fitur produk, promosi, perdagangan, penetapan harga, saluran penjualan, dan layanan.

Untuk mencapai kesuksesan dalam strategi pemasaran perbankan, Bank Jatim Syariah Cabang Kediri menawarkan berbagai produk dan jasa perbankan syariah yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah secara konsisten dan bijaksana. Salah satu produknya adalah Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel iB), yang diterbitkan oleh bank-bank di Indonesia dan dirancang dengan

persyaratan mudah dan sederhana serta fitur menarik untuk memperluas inklusi keuangan dan mempromosikan budaya menabung sejak dini di kalangan generasi muda yang berusia di bawah 17 tahun, mulai dari level Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) hingga Sekolah Menengah Atas (SMA). Produk ini bertujuan untuk mendidik nasabah dan memperoleh pemahaman mengenai manajemen keuangan pribadi mereka sendiri.

Tabungan Simpanan Pelajar (iB) yang ditawarkan oleh Bank Jatim Syariah Cabang Kediri menggunakan prinsip akad wadi'ah, yang berarti nasabah menitipkan atau menyimpan uangnya ke bank tanpa ada jaminan imbalan atau bunga. Nasabah dapat menarik dana tersebut kapan saja sesuai kebutuhan. Keuntungan yang ditawarkan iB bagi siswa dapat melatih pengelolaan uang sejak dini. Selain itu, orang tua lebih mudah untuk mengontrol pengeluaran.

Data menunjukkan bahwa jumlah nasabah yang menggunakan Tabungan Simpanan Pelajar (iB) di Bank Jatim Syariah Cabang Kediri sebagai berikut.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah Produk Tabungan Sempel iB**  
**di Bank Jatim Syariah Cabang Kediri (Tahun 2018-2022)**

No.	Tahun	Jumlah Nasabah (orang)
1	2018	4.504
2	2019	5.600
3	2020	4.995
4	2021	6.431
5	2022	8.277

**Sumber: (Dokumentasi Wawancara Bank Jatim Syariah Cabang Kediri Yang Diolah Kembali Oleh Peneliti, 2023)**

Berdasarkan tabel 1.1, terlihat bahwa terjadi peningkatan jumlah nasabah Simpanan Pelajar Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Diponegoro Kota Kediri dari tahun 2018 hingga 2019 sebanyak 5.600 orang. Namun, pada tahun 2020

terjadi penurunan yang signifikan menjadi 4.995 orang, yang kemungkinan disebabkan oleh pandemi Covid-19. Namun, pada tahun 2021 dan 2022 terlihat adanya peningkatan kembali karena telah memasuki era *new normal*.

Bank Jatim Syariah Cabang Kediri telah menerapkan strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah dengan menyediakan Tabungan Wadi'ah yang ramah bagi pelajar, bebas biaya administrasi, dan tidak merugikan nasabah karena hanya bersifat titipan. Strategi menarik yang diterapkan Bank Jatim Syariah Cabang Kediri adalah bekerjasama dengan Pemerintah Provinsi Jatim melalui Dinas Pendidikan (Disdik) untuk meluncurkan program Kick Off atau program satu rekening satu pelajar disebut program Kejar ke Siswa SMA/SMK dan Madrasah Aliyah (MA) se Jatim. Program tersebut diterapkan pada seluruh jenjang mulai SD/MI-SMA/SMK. Di mana program tersebut langsung diluncurkan oleh Gubernur Jatim, Khofifah Indar Parawansa. Strategi dilakukan dengan melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah dengan memberikan pemahaman literasi kepada kaum millennial terkait keuangan digital melalui Tabungan Simpanan Pelajar (iB). Kemudian, pemerintah juga mensupplay saldo setiap tabungan awal siswa Rp. 10.000. Program ini hanya ada diterapkan oleh Bank Jatim Syariah Cabang Kediri.

Berbeda dengan Bank Syariah lainnya yang ada di Kediri Jawa Timur, sebagian besar Bank di Jatim juga memiliki layanan produk Tabungan Simpanan Pelajar (iB). Umumnya, bank tersebut hanya melakukan strategi pemasaran langsung ke sekolah-sekolah tanpa memberikan sarana dan prasarana yang menarik agar nasabah mampu bertahan dengan produk Simpanan Pelajar (iB).

Misalnya, bank lain hanya memberikan sosialisasi untuk menarik nasabah tanpa ada dampak yang diberikan, seperti memberikan sesuatu yang bermanfaat bagi sekolah. Selain itu, strategi dalam jemput bola tidak memanfaatkan mobil keliling untuk siswa. Bank hanya jemput bola melalui pihak sekolah, sehingga siswa dan orang tua kurang percaya terhadap bank tersebut.

Penulis akan mengeksplorasi strategi pemasaran Bank Jatim Syariah Cabang Kediri, termasuk penggunaan media brosur, situs web, dan pendekatan sekolah dengan memberikan persentase. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti strategi pemasaran Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri pada produk Simpel iB untuk meningkatkan jumlah nasabah. Sebagai hasilnya, penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Simpel iB dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri”. Tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan kualitas produk dan memperluas basis nasabah melalui penerapan taktik pemasaran yang tepat.

## **B. Fokus Penelitian**

Fokus Penelitian ini untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah produk simpel iB pada Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk simpel iB di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri?

2. Bagaimana peran strategi pemasaran produk simpel iB untuk meningkatkan jumlah nasabah di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri?

### **C. Tujuan Penelitian**

Dengan demikian, tujuan akhir dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk simpel iB di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri
2. Untuk meningkatkan kinerja Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri dan membantu mereka dalam mencapai tujuannya dalam bisnis perbankan syariah.

### **D. Manfaat Penelitian**

Diharapkan bahwa hasil penelitian ini akan memberikan manfaat yang berharga baik secara teoritis maupun praktis, seperti berikut:

#### **1. Manfaat Teoritis:**

- a. Menambah literatur dan memperluas pengetahuan tentang strategi pemasaran produk simpel iB di perbankan syariah.
- b. Memberikan masukan kepada perusahaan perbankan syariah dalam meningkatkan strategi pemasaran mereka.

#### **2. Manfaat Praktis:**

- a. Memberikan informasi dan rekomendasi bagi Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Kediri untuk meningkatkan strategi pemasaran produk simpel iB dan meningkatkan jumlah nasabah.
- b. Memberikan masukan bagi perusahaan perbankan syariah lainnya yang ingin meningkatkan pemasaran produk mereka.

## **E. Penelitian Terdahulu**

Berikut beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini :

1. Penelitian Dian Aswari Nasution (2021) Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta, berjudul “Analisis Strategi Promosi Produk Tabungan Simpanan Pelajar (iB) Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Gatot Subroto Kota Jambi”. Hasil penelitian menunjukkan strategi yang digunakan berupa periklanan, promosi penjualan, publisitas, personal selling atau lebih dikenal dengan jemput bola. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas strategi pemasaran dengan objek Produk Tabungan Simpanan Pelajar (iB) Pada Bank Syariah dengan jemput bola. Perbedaan terletak pada strategi yang diterapkan yaitu memberikan mobil keliling untuk siswa.
2. Penelitian Liana Sandora (2020) Mahasiswa Institute Agama Islam Negeri Bengkulu, berjudul “Analisis Strategi Promosi Produk Simpanan Pelajar (Simpel) di PT. Bank Muamalat Indonesia, TBK Cabang Bengkulu”. Hasil penelitian menunjukkan Strategi yang digunakan berupa Strategi jemput bola, mengadakan pameran/event, website informasi yang tersedia, dan penjualan pribadi (personal selling). Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas strategi pemasaran produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel IB) pada Bank Syariah dengan pengadaan event atau pameran. Perbedaannya terletak pada strategi yang diterapkan dengan menonjolkan media online sebagai media promosi.

3. Penelitian Ferdian (2019) Mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, berjudul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel IB) pada PT. Bank Aceh Syariah Capem Susoh Aceh Barat Daya”. Hasil penelitian adalah strategi yang digunakan berupa Strategi jemput bola, mengadakan pameran/event, website informasi yang tersedia, dan penjualan pribadi (personal selling). Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas strategi pemasaran produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel IB) pada Bank Syariah dengan pengadaan event atau pameran. Perbedaannya terletak pada strategi yang diterapkan dengan menonjolkan media online sebagai media promosi.
4. Penelitian Widia Sasa Angela Putri (2020) Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, berjudul “Strategi Pemasaran Tabungan Simpanan Pelajar Pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru”. Hasil penelitian menunjukkan strategi yang digunakan berupa Kunjungan ke sekolah-sekolah, brosur, media sosial, website dan pelayanan. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas strategi pemasaran tabungan simpanan pelajar pada Bank Syariah dengan kunjungan sekolah. Perbedaannya, pada penelitian Widia dapat melakukan transfer bebas di mesin ATM manapun bersama/prima, sedangkan penelitian lain tidak membahas hal ini.
5. Penelitian Surya Perdana (2018) Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan, berjudul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpel Pada PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Medan Brigjend

Katamso”. Hasil penelitian menunjukkan strategi yang digunakan berupa tata lokasi gedung, penetapan layout ruang yang baik dan benar dengan memperhatikan kenyamanan nasabah. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji strategi pemasaran produk tabungan Simpel pada Bank Syariah dengan penerapan jemput bola. Perbedaan terletak pada strategi yang diterapkan dengan mengutamakan kenyamanan dalam lokasi nasabah.

6. Penelitian Roffiah Lutfiatul (2021) Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Kediri berjudul “Strategi Bank Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Haji Di Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Perspektif Manajemen Syariah Di Bank Muamalat KCP Nganjuk”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah dimasa pandemi covid-19 Ditinjau dari Perspektif Manajemen Syariah di Bank Muamalat KCP Nganjuk berkenaan dengan strategi bauran pemasaran (marketing mix), dalam Islam harus memperhatikan antara standar halal dan haram. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti strategi bank dalam meningkatkan nasabah pada produk yang ada dalam bank tersebut. Perbedaannya, penelitian Roffiah meneliti strategi dalam meningkatkan nasabah pada produk Haji, sedangkan penelitian ini produk simpel iB.

## F. Definisi Istilah

Agar tidak terjadi kesalahan dalam mengartikan istilah yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti akan menjelaskan beberapa istilah atau definisi operasional, yaitu:

### 1. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah rencana atau program yang terencana dan terorganisir untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta mencapai tujuan bisnis perusahaan dengan cara memanfaatkan sumber daya yang dimiliki perusahaan.<sup>3</sup>

### 2. Produk Simpel iB

SimPel/SimPel iB adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia, dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini, dalam rangka peningkatan literasi dan inklusi keuangan.<sup>4</sup>

### 3. Bank Syariah

Bank syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah atau prinsip hukum Islam.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Tjiptono, *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*.

<sup>4</sup> (DPBS-OJK), D. P, *Buku Standar Produk Perbankan Syariah Murabahah*, 2016.

<sup>5</sup> Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah (Lembaran Negara Republik Indonesia).