

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bank syariah adalah bank yang berasaskan pada asas kemitraan, keadilan, transparansi dan universal serta melakukan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip syariah. Kegiatan bank syariah merupakan implementasi dari prinsip ekonomi Islam. Perbankan syariah di Indonesia telah memasuki periode perkembangan yang cukup pesat. Untuk menghindari pengoprasian bank dengan sistem bunga, Islam memperkenalkan prinsip-prinsip muamalah islam. Bank syariah lahir sebagai salah satu solusi alternatif terhadap persoalan pertentangan terhadap bunga bank dan riba. Dengan demikian, kerinduan umat Islam Indonesia yang ingin melepaskan diri dari persoalan riba telah mendapat jawaban dengan lahirnya bank Islam. Bank Islam lahir di Indonesia sekitar tahun 90-an atau tepatnya setelah ada Undang-undang No. 7 tahun 1992, yang direvisi dengan Undang-undang Perbankan No. 10 tahun 1998, dalam bentuk sebuah bank yang beroprasinya dengan sistem bagi hasil atau bank syariah.¹

Secara legal, Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah (UUS) yang merupakan penyempurnaan terhadap Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992, dan peraturan pendukungnya telah lebih mengukuhkan keberadaan perbankan syariah di Indonesia, dan sekaligus memberikan peluang yang semakin besar bagi berkembangnya bank-bank syariah. Bank umum dibolehkan menjalankan *dual*

¹ Setia Budhi Wilardjo, "Pengertian, Peranan dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia," *Value Added*, vol. 2 no. 1 (September 2004 – Maret 2005), h. 2. <http://jurnal.unimus.ac.id>. (diakses 26 September 2019).

banking system, yaitu beroperasi secara konvensional dan syariah sekaligus, sepanjang operasi itu dilakukan secara terpisah dengan membentuk cabang-cabang dan unit usaha syariah di kantor pusatnya.²

Sebagai sebuah agama, Islam adalah agama kesejahteraan dan keselamatan.³ Ajarannya mengandung kesejahteraan hidup di dunia dan keselamatan hidup di akhirat. Keseimbangan agama Islam menjadikannya sebagai agama yang paripurna dan satu-satunya agama yang diridhoi oleh Allah SWT di muka bumi. Sebagaimana ditegaskan dalam beberapa ayat suci al-Quran berikut:

Allah SWT berfirman dalam Q.S. Al-Maidah/5: 3.

الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ دِينًا

Artinya:

“Pada hari ini telah Kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Kucukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Kudiridhai Islam itu Jadi agama bagimu.”⁴

Islam memiliki seperangkat aturan dan nilai yang harus ditaati oleh pemeluknya, seperangkat aturan dan nilai-nilai tersebut menjangkau seluruh aspek kehidupan yang meliputi aspek ketauhidan, ibadah, syariah dan muamalah atau sosial kemasyarakatan termasuk di dalamnya aspek ekonomi. Pandangan islam yang multi dimensional itu, menghantarkannya sebagai agama yang universal dan komprehensif. Universal dimaknai bahwa syariat islam dapat diterapkan setiap waktu dan tempat

²Jeni Susyanti, *Pengelolaan lembaga keuangan syariah* (Malang: Empat Dua, 2016), h.45.

³ Zianuddin Ahmad, *Al-Quran Kemiskinan dan Pemerataan Pendapatan* (Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa, 1998), Cet ke-1 h. 1

⁴ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, h. 85.

sampai hari akhir nanti. Sedangkan komprehensif artinya bahwa syariat islam merangkum seluruh aspek kehidupan, baik ritual (ibadah) maupun sosial (muamalah).

Manajemen bank syariah tidak banyak berbeda dengan manajemen bank pada umumnya (Bank Konvensional). Namun dengan adanya landasan syariah serta sesuai dengan Peraturan Pemerintah yang menyangkut Bank Syariah antara lain UU No. 21 Tahun 1998, tentu saja baik Organisasi maupun Sistem Operasional Bank Syariah terdapat perbedaan dengan bank pada umumnya, terutama adanya Dewan Pengawas Syariah dalam struktur organisasi dan adanya larangan riba (bunga) bagi perbankan syariah. Bagi Islam, riba dilarang, sedangkan jual-beli (*al bai'*) dihalalkan. Sehingga konsep *time value of money* tidak digunakan dalam perbankan syariah. Adapun konsep yang dipakai adalah pembagian keuntungan dan kerugian (*profit and loss sharing*).⁵

Upaya mendorong pengembangan bank syariah dilaksanakan dengan memperhatikan bahwa sebagian masyarakat muslim Indonesia membutuhkan jasa perbankan yang sejalan dengan prinsip syariah berdasarkan Al-Qur'an dan Al-Hadits. Dalam perkembangannya bank syariah dalam hal ini Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare, menghadapi berbagai kendala, diantaranya adalah kurang pemahaman dan sosialisasi cara kerja Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare, hal ini disebabkan karena keberadaan perbankan dengan prinsip syariah ini merupakan barang baru di Indonesia. Karena itu, perlunya pemasaran yang baik untuk memperkenalkan dan menjual produk-produk Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare. Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk

⁵ Jeni Susyanti, *Pengelolaan lembaga keuangan syariah* (Malang: Empat Dua, 2016), h.46.

merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhan.

Dari defenisi tersebut diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran merupakan usaha terpadu untuk menggabungkan rencana-rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan melalui proses pertukaran atau transaksi. Kegiatan pemasaran Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen bila ingin mendapatkan tanggapan yang baik dari konsumen. Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare harus secara penuh tanggung jawab dalam memberikan kepuasan terhadap produk yang ditawarkan tersebut.

Produk Bank Muamalat merupakan produk-produk yang berlandaskan Prinsip Ekonomi Syariah. Dalam Prinsip Ekonomi Syariah tidak diperbolehkan mengenakan sistem riba serta menanamkan modal pada badan usaha yang mendapatkan keuntungan dari komoditas haram. Produk-produk bank muamalat sangat bervariasi, tergantung pada prinsip apa yang akan dijadikan rujukan dalam pengembangan produk.

Dilihat dari perkembangannya bank syariah menghadapi berbagai kendala⁶, diantaranya adalah kurang pemahaman dan sosialisasi cara kerja perbankan syariah. Hal ini disebabkan karena keberadaan perbankan dengan prinsip syariah ini merupakan barang baru di Indonesia. Dalam kondisi sekarang masyarakat masih belum terlalu mengenal tentang produk-produk pada bank muamalat, dimana produk-produk ini sangat bagus dari segi teori tapi masyarakat masih memilih untuk

⁶Bank Indonesia (BI), *Petunjuk Pelaksanaan Pembukaan Kantor Bank Syariah*, (Jakarta: Bank Indonesia), h.1

bertransaksi di bank konvensional. Hal ini disebabkan oleh strategi yang digunakan bank muamalat khususnya Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare untuk memasarkan produknya sehingga masyarakat tidak mengetahui tentang bagaimana sistematis dari produk-produk pada bank muamalat tersebut. Maka diperlukan analisis SWOT untuk mengukur kemampuan bank muamalat dalam memasarkan produknya.

Analisis SWOT mengarahkan analisis strategi dengan cara memfokuskan perhatian pada kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) yang merupakan hal kritis bagi keberhasilan perusahaan dengan melakukan identifikasi secara hati-hati pada faktor keberhasilan (*critical success factors*).⁷ Penggunaan analisis SWOT ini sebenarnya telah dipakai sudah cukup lama, yang mana dari bentuknya paling sederhana, yaitu dalam langkah menyusun strategi untuk mengalahkan musuh dalam setiap pertempuran. Dimana yang dimaksud disini adalah menganalisis peluang dan tantangan yaitu kondisi yang diambil dari variabel eksternal Bank Muamalat, kemudian kekuatan dan kelemahan yaitu kondisi yang diambil dari variabel internal bank muamalat. Dari pengamatan yang dilihat saat ini Bank Muamalat KCP Parepare semakin hari semakin sepi dari nasabah bahkan diisukan Bank Muamalat saat ini terancam akan di tutup. Hal ini disebabkan karena semakin banyaknya bermunculan bank-bank syariah, belum lagi nasabah masih memilih menabung di bank konvensional.

Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare memerlukan perencanaan bisnis yang akurat, sehingga dapat memusatkan perhatian dalam memasarkan produknya,

⁷ Cipta Kurnia Aji, "Pendekatan Analisis SWOT Terhadap Produk Tabungan Haji Arafah (Studi Kasus pada Bank Muamalat Indonesia)" (Skripsi Sarjana; Fakultas Syariah dan Hukum: Jakarta, 2008).

mengetahui ke arah mana tujuan Bank Muamalat, bagaimana mencapainya, serta tindakan apa yang perlu dilakukan agar dapat memaksimalkan kekuatan dan merebut peluang yang ada sehingga Bank Muamalat dapat bersaing dengan bank-bank syariah lainnya atau bahkan bersaing dengan bank konvensional.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka permasalahan yang akan dibahas pada proposal tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

- 1.2.1 Bagaimana strategi pemasaran produk pada Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare ?
- 1.2.2 Bagaimana analisis SWOT terhadap strategi pemasaran produk pada Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare ?

1.3 Tujuan Masalah

Adapun tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1.3.1 Untuk mengetahui strategi pemasaran produk pada Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare.
- 1.3.2 Untuk mengetahui analisis SWOT terhadap strategi pemasaran produk pada Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan penulis tentang pengembangan produk-produk pada Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare dan untuk mengetahui tata cara pemasaran produk pada Bank Muamalat Indonesia KCP Parepare, serta untuk memenuhi tugas skripsi dan melengkapi syarat untuk

mendapatkan gelar S1 Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare.

1.4.2 Bagi Perbankan Syariah

Sebagai masukan dan saran yang bermanfaat, bersifat membangun untuk terus meningkatkan pemasaran produk-produk pada bank syariah. Serta sebagai referensi dan bahan pertimbangan dalam menganalisis pemasaran produk dengan menggunakan Analisis SWOT.

1.4.3 Bagi Pembaca

Sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang akan menyusun penelitian dengan mengangkat tema yang sama atau sejenis.

