

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Sistem kapitalis yang saat ini banyak dipergunakan telah menunjukkan kegagalan dengan mengakibatkan terjadinya krisis ekonomi. Sistem ekonomi islam sebagai pilihan alternatif mulai digali untuk diterapkan sebagai system perekonomian yang baru.

Ditengah isu tentang sistem keuangan islam, perbankan syariah mengalami pertumbuhan yang mengesankan. Menurut Bank Indonesia, karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil dapat memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat serta memberikan aspek keadilan dalam berinteraksi, investasi yang beretika, mengutamakan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam memproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam berinteraksi keuangan.

Perbankan syariah mulai tumbuh dan berkembang di Indonesia sejak di munculnya Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan sebagai pengganti Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 dimana dinyatakan bahwa Indonesia terbagi kedalam dua sistem perbankan yakni system perbankan konvensional dan system perbankan syariah. Dalam pelaksanaannya pengaturan dan pengembangan system perbankan syariah yang digunakan oleh Bank Indonesia. Sebagai amanat dari Undang-Undang tersebut yang sudah diatur dalam Undang-Undang No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia selaku otoritas perbankan perlu mempersiapkan perangkat peraturan dan fasilitas penunjang yang mendukung operasional bank syariah. Sejauh itu juga bank Indonesia sudah menyelesaikan berbagai kajian mengenai permodalan, manajemen, resiko, dan pengawasan bank berbasis syariah serta komponen penilaian tingkat kesehatan bank. Bank Indonesia juga mengeluarkan peraturan perbankan syariah yaitu tentang kecukupan modal, kesehatan bank, dan peraturan standar akad.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Bank Syariah, *Prospek Bank Syariah Pasca Fatwa MUI*, Yogyakarta : Suara Muhammadiyah, 2005, h. 81

Indonesia sebagai Negara dengan penduduk muslim terbesar, sudah selayaknya menjadi pelopor dan kiblat pengembangan keuangan syariah di dunia karena potensi Indonesia untuk menjadi *global player* keuangan syariah sangat besar. Pertama, jumlah penduduk muslim yang besar menjadi potensi nasabah industry keuangan syariah. Kedua, prospek ekonomi yang cerah tercermin dari pertumbuhan ekonomi yang relative tinggi. Ketiga, memiliki sumber daya alam yang melimpah yang dapat dijadikan sebagai *underlying* transaksi industri keuangan syariah.

Jumlah masyarakat yang menggunakan bank syariah cukup banyak, namun sebagian masyarakat masih ragu-ragu untuk menggunakan bank syariah, karena pada umumnya mereka masih minim untuk mengenal bank syariah dan sebagian masyarakat hanya mengenal bank syariah dari luarnya saja dan berpandangan bahwa bank syariah sama saja dengan bank konvensional. Sebagian masyarakat berpandangan bahwa bank syariah sama saja dengan bank konvensional, karena masih kurangnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang bank syariah terutama pada produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank syariah.

Peluang perkembangan perbankan syariah di Indonesia disambut antusias oleh masyarakat. Sejumlah bank ingin menjajaki untuk membuka devisi atau cabang syariah dalam institusinya bahkan berencana menjadikan diri sepenuhnya menjadi bank syariah. Terbukti lahirlah Bank Syariah Mandiri (BSM) yang merupakan bank milik pemerintah pertama yang melandaskan operasionalnya pada prinsip syariah secara penuh.<sup>2</sup>

Mengingat berbagai keunggulan yang dimiliki, alangkah baiknya apabila pemerintah lebih focus pada pengembangan *market share* perbankan syariah. Apalagi keberadaan dan keunggulan bank syariah baru dapat dirasakan apabila bank syariah telah memiliki porsi yang signifikan dalam tatanan perekonomian. Untuk itu, berbagai strategi dilakukan dalam meningkatkan Perbankan Syariah tersebut. Karena semakin baik strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank,

---

<sup>2</sup> Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta : Gema Insani, 2001), h. 25

maka akan berdampak pada peningkatan nilai market share begitupun sebaliknya, jika strategi pemasaran buruk maka peningkatan *market share* akan mengalami penurunan.

Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya. Sehingga dalam menjalankan usaha kecil khususnya diperlukan adanya pengembangan melalui strategi pemasarannya. Karena pada saat kondisi kritis justru usaha kecil lah yang mampu memberikan pertumbuhan terhadap pendapatan perusahaan.<sup>3</sup>

*Market share* adalah sebuah strategi pemasaran yang mencakup sasaran pasar yang luas menjadi kumpulan dari beberapa bagian kecil diantaranya konsumen, bisnis ataupun Negara yang mempunyai kebutuhan umum atau sebuah kepentingan dan memiliki prioritas dan kemudian merancang sebuah strategi untuk menjadikannya sasaran.

*Market Share* (Pangsa Pasar) adalah persentase dari keseluruhan pasar untuk sebuah kategori produk atau servis yang telah dipilih dan dikuasai oleh satu atau lebih produk atau servis tertentu yang dikeluarkan sebuah perusahaan dalam kategori yang sama.<sup>4</sup>

Dalam dunia perbankan, pangsa pasar mencakup 3 indikator penting, yaitu aset, pembiayaan, dana pihak ketiga. Aset perbankan syariah merupakan indikator terpenting karena aset menggambarkan ukuran suatu bank. Semakin besar aset perbankan syariah menandakan makin kuatnya posisi perbankan syariah karena perbankan syariah semakin mampu memperluas usahanya. Salah satu langkah yang dapat dilakukan untuk meningkatkan *market share* perbankan syariah yaitu dengan mengidentifikasi wilayah potensial pengembangan perbankan syariah serta menganalisis factor-faktor penentu perkembangan *market share* perbankan syariah.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Zuhrial M Nawawi, dkk, Pengantar Bisnis, (Medan : Madenatera, 2018), hlm. 177

<sup>4</sup> Probo W, *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Market Share Bank Syariah Di Indonesia*, skripsi (Fakultas Ekonomi dan Bisnis), 2018, hlm. 13

<sup>5</sup> Cahyono, Bambang Tri, *Manajemen Strategi*, (Jakarta : Badan Penerbit IPWI, 1999)

Pada dewasa sekarang ini, pertumbuhan *market share* perbankan syariah dari hari kehari makin menunjukkan peningkatan. Walaupun masih jauh ketinggalan dari bank konvensional, hal ini tidak menutup kemungkinan perbankan syariah masih memiliki ruang *market share* untuk tumbuh karena dilihat dari potensi penduduknya yang mayoritas memeluk agama islam.

Untuk mendukung peningkatan *market share* tersebut dibutuhkan kinerja masing-masing bank syariah, sebagaimana layaknya sebuah perusahaan dapat dilihat dengan menganalisa laporan keuangan bank syariah. Apabila profitabilitas suatu bank tersebut memiliki peningkatan yang signifikan maka masyarakat akan mempercayakan untuk menempatkan dananya di bank tersebut karena masyarakat akan memperhitungkan bagi hasil yang diperolehnya akan cukup menguntungkan baginya.

Berikut data perkembangan jumlah nasabah Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padang Sidimpuan tahun 2018-2020 :

**Data Jumlah Nasabah Bank Sumut Kantor Cabang Syariah  
Padangsidimpuan  
(2018-2020)**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah nasabah DPK</b>	<b>Jumlah nasabah pembiayaan</b>	<b>Total</b>
2018	22203	845	23048
2019	24394	890	25284
2020	26084	791	26875

Sumber : PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan

**Table 1 1 Data Jumlah Nasabah Bank Sumut KCSy Padangsidimpuan**

Berdasarkan data pada Tabel 1.1, dapat dilihat bahwa total jumlah nasabah pada Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padangsidimpuan mengalami peningkatan pada setiap tahunnya. Jumlah nasabah pada Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padangsidimpuan mencapai 23.048 nasabah pada tahun 2018, pada tahun 2019 sebanyak 25.284 nasabah, untuk 2020 sebanyak 26.875 nasabah. Peningkatan nasabah dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang hampir signifikan, dikarenakan Kementerian Agama (KEMENAG) memindahkan ke bank



syariah untuk masyarakat yang ingin mendaftar haji. Semakin baik strategi pemasaran yang dilakukan oleh bank, maka akan berdampak pada peningkatan nilai *market share* begitupun sebaliknya, jika strategi pemasaran buruk maka peningkatan *market share* akan mengalami penurunan.

Berdasarkan pemikiran di atas, diperlukan suatu analisis untuk mengetahui factor penentu dalam meningkatkan *market share* pada Bank Sumut KCSy Padangsidempuan. Dengan demikian, penulis tertarik untuk meneliti masalah tersebut lebih mendalam dan menuangkan dalam bentuk tulisan yang berjudul : ***“Analisis Strategi Dalam Meningkatkan Market Share Pada Produk Bank Syariah Di Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padang Sidempuan”***.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan di atas, maka pokok masalah yang diteliti adalah :

1. Bagaimana strategi Bank Sumut Kantor Cabang Padangsidempuan dalam meningkatkan *market share* pada produk bank syariah?
2. Bagaimana kekuatan dan kelemahan yang diperoleh Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padangsidempuan dalam meningkatkan *market share*?
3. Bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padangsidempuan dalam meningkatkan *market share*?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui Strategi Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padangsidempuan dalam meningkatkan *market share* pada produk bank syariah.
2. Untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang diperoleh Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padangsidempuan dalam meningkatkan *market share*.

3. Untuk mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi Bank Sumut kantor cabang syariah padangsidimpuan dalam meningkatkan *market share*.

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

Adapun hasil penelitian ini secara umum diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi masyarakat luas, dan khususnya kepada ;

1. Bagi penulis :
  - a. Sebagai persyaratan guna menyelesaikan tugas akhir mahasiswa untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) program studi Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
  - b. Untuk mengetahui lebih dalam tentang pentingnya strategi perbankan syariah dalam meningkatkan *market share* pada produk bank syariah di Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padang Sidimpuan.
2. Bagi Perusahaan :
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran dan masukan bagi Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padang Sidimpuan dalam meningkatkan *market share*.
  - b. Sebagai pertimbangan dan informasi dalam pengambilan keputusan demi kemajuan dan perkembangan Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padang Sidimpuan.
3. Bagi Akademis :
  - a. Sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan Strategi dalam meningkatkan *market share* pada produk di Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Padang Sidimpuan.
4. Diharapkan dapat memberikan referensi dan masukan bagi penulis yang akan datang dalam pelaksanaan penelitian selanjutnya.