**BAB 1**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Masalah**

SIMPEL merupakan langkah yang tepat dari pemerintah untuk mendorong siswa belajar menabung sehingga memilki tujuan keuangan yang jelas dimasa depannya. Jika ini berjalan dengan lancar cita-cita untuk mewujudkan bangsa yang lebih sejahtera dimasa mendatang akan tercapai. Berdasarkan catatan jumlah kelompok siswa dalam masyarakat indonesia saat ini sekitar 49,8 juta orang atau 20% dari total penduduk Indonesia. Sungguh, ini merupakan bonus demografi bagi bangsa ini untuk bisa mempercepat pembangunan nasional.

Pemerintah melalui rencana pembangunan jangka menengah Nasional (RPJMN) 2014-2019, program SIMPEL ini memang ditujukan agar dapat menjadi sarana penyaluran Dana Program Indonesia Pintar (PIP) mengingat SIMPEL IB(produk syariah) memiliki karakteristik yang spesifik seperti nama siswa yang tercatat sebagai pemilik rekening dan tercantum pada buku rekening.

Bank berdasarkan prinsip syariah belum lama berkembang di Indonesia, namun sudah menunjukan tanda-tanda yang mengembirakan sejak hadirnya bank syariah saat ini yang berjumlah sekitar empat ratusan lebih kantornya.Keluarnya fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang mengharamkan bunga bank konvensional tahun 2003 lalu memperkuat kedudukan bank syariah.

Bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah dalam penentuan harga produknya sangat berbeda dengan bank berdasarkan prinsip konvensional. Bank berdasarkan prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dengan pihak lain untuk menyimpan dana atau pembiayaan usaha atau kegiatan perbankan lainnya.[[1]](#footnote-2)Bank sebagai perusahaan yang bergerak di bidang keuangan produk yang diperjualbelikan yang merupakan jasa keuangan.Oleh karena itu, perlakuan pemasaran terhadap dunia perbankan pun sedikit berbeda dengan perusahaan lainnya.[[2]](#footnote-3)Maka dari itu, dunia perbankan membutuhkan sistem pemasaran untuk menjual produk dan jasanya guna memperoleh keuntungan.

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang mencakup individu dan kelompok guna mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan jasa yang bernilai dengan pihak lain. Pemasaran berusaha menghasilkan laba dari jasa yang diciptakan sesuai dengan tujuan perusahaan.Menurut William J. Stanton, pemasaran adalah suatu sistem dalam kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, serta mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan *existingcustomer* dan *potensial customer*.[[3]](#footnote-4)Dalam peranan strateginya, pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya dalam rangka mencari pemecahan atas masalah penentuan dua pertimbangan pokok. Pertama, bisnis apa yang digeluti. Kedua, bagaimana bisnis yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan sukses dalam lingkungan yang kompetitif atas dasar perspektif produk, harga, promosi, dan distribusi (*bauran pemasaran*) untuk melayani pasar sasaran.Untuk mendukung kesuksesan strategi pemasaran yang diinginkan maka perlu dirancang suatu rencana pemasaran (*marketing plan*) yang benar – benar mumpuni.Rencana pemasaran adalah instrumen sentral untuk mengarahkan dan mengoordinasikan usaha pemasaran. Rencana pemasaran beroperasi pada dua level: strategis dan taktis. Rencana pemasaran stratejik membentangkan pasar sasaran dan proporsi nilai yang akan ditawarkan, berdasarkan pada suatu analisis peluang pasar terbaik. Rencana pemasaran taktis memspesifikasikan taktik pasar, termasuk fitur produk, promosi, perdagangan, penetapan harga, saluran penjualan, dan layanan.

Strategi pemasaran tertuang dalam empat posisi *marketing mix*, yaitu strategi harga (*price*), strategi promosi (*promotion*), strategi tempat (*place*), strategi produk (*product*). Keempat dimensi ini bersifat saling berkaitan satu sama lainnya. Dengan begitu suatu pola marketing yang baik adalah bersifat bergerak secara seimbang dan dengan keseimbangan tersebut kekuatan marketing akan muncul secara jangka panjang.[[4]](#footnote-5)

Sebagai salah satu perbankan syariah, Bank BRI Syariah KC Medan sebagai Lembaga Keuangan mempunyai strategi produk dalam Penghimpunan Dana, salah satunya adalah Tabungan dengan akad wadi’ah. Tabungan (*saving deposit*) merupakan jenis simpanan yang sangat popular di lapisan masyarakat Indonesia mulai dari masyarakat kota hingga masyarakat di pedesaan. Menurut Undang-Undang Perbankan No.10 Tahun 1998, tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.[[5]](#footnote-6)Akad wadiah adalah transaksi penitipan dana atau barang dari pemilik kepada penyimpan dana atau barang dengan kewajiban bagi pihak yang menyimpan untuk mengembalikan dana atau barang titipan sewaktu-waktu.[[6]](#footnote-7)Tabungan wadiah merupakan jenis simpanan yang menggunakan akad wadiah/titipan yang penarikannya dapat dilakukan sesuai perjanjian. Menurut Undang-Undang Perbankan Syariah No.21 Tahun 2008:

“Tabungan adalah simpanan berdasarkan wadiah dan/atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentuyang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnyayang dipersamakan dengan itu.”[[7]](#footnote-8)

Strategi Pemasaran perbankan hendaknya diimplementasikan secara konsisten dan bijaksana, salah satu produk Bank BRI Syariah KC Medan adalah Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel).Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) yaitu tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) menggunakan akad Wadi’ah, dengan setoran awal minimal Rp1.000, Minimal setoran selanjutnya Rp1.000, dan Saldo mínimum Rp1.000. [[8]](#footnote-9)Produk tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) salah satu produk yang bisa dikatakan masih baru karena produk ini direalisasikan pada tahun 2016, tetapi antusias masyarakat sangat bagus dan dibuktikan dengan bertambahnya nasabah pada setiap tahunnya.

Tabel 1.1

Tabel jumlah nasabah tabungansimpanan pelajar (SimPel) Pada Bank Rakyat Indonesia Syariah KC Medan2017

|  |  |
| --- | --- |
| Bulan | Jumlah Nasabah |
| September- November 2016 | 24 |
| Desember-Juni2017 | 56 |
| Jumlah Nasabah | 80 |
| Jumlah Dana per 10 Juni2017 | Rp 21,798,894 |

Sumber : Data diolah berdasarkan Observasi

Dari data diatas dapat dilihat bahwa perkembangan produk Tabungan Pelajar (Simpel) dari awal, yaitu tahun 2016 sampai dengan 2017 , mengalami pertumbuhan pada tahun 2017, tahun 2016 per November jumlah nasabah simpanan pelajar adalah 24 orang, kemudian pada tahun 2017 per Juni sebanyak 56 orang. Dalam 8 bulan 10 hari tersebut jumlah nasabah simpanan pelajar mengalami peningkatan.

Dari beberapa bulan jumlah nasabah simpanan pelajar mengalami peningkatan, hal ini disebabkan oleh beberapa factor, yaitu rasa kesadaran dari semua pihak dengan adanya manfaat menabung sejak dini dan juga kepercayaan nasabah kepada Bank BRI Syariah KC Medan, karena Bank sudah memberikan edukasi yang bermanfaat bagi semua kalangan masyarakat khususnya masyarakat Medan

Bank BRI Syariah KC Medan didalam memasarkan produk tabungan Simpanan Pelajar (Simpel), salah satunya untuk menggunakan strategi jemput bola. Karena target yang dituju adalah pelajar/mahasiswa, Bank BRI Syariah KC Medan melakukan perjanjian terlebih dahulu dengan sekolah-sekolah yang berada dibawah naungan kemendikbud maupun kemenag. Dengan produk tabungan simpanan pelajar (Simpel) diharapkan Bank BRI Syariah KC Medan dapat meningkatkan jumlah nasabah lebih banyak dari tahun ke tahun.

Prinsip yang digunakan oleh Bank BRI Syariah KC Medan dalam mengelola tabungan simpanan pelajar (Simpel) yaitu prinsip wadiah.Prinsip wadiah yang digunakan adalah wadiah yad dhamanah. Prinsip wadiah yad dhamanah yaitu simpanan dari nasabah yang memerlukan jasa penitipan dana dengan tingkat keleluasaan tertentu untuk menariknya kembali. Bank memperoleh izin dari nasabah untuk menggunakan dana tersebut selama di bank. Nasabah dapat menarik sebagian atau seluruh saldo simpanannya sewaktu-waktu atau sesuai dengan perjanjian yang disepakati. Bank menjamin pembayaran kembali simpanan mereka. Semua keuntungan atas pemanfaatan dana tersebut adalah milik bank, tetapi, atas kehendaknya sendiri, bank dapat memberikan imbalan keuntungan yang berasal dari sebagian keuntungan bank[[9]](#footnote-10).

Dari uraian di atas peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul “ Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) di Bank BRI Syariah KC Medan “.

**B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) di Bank BRI Syariah KC Medan.

**C. Tujuan**

Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (simpel) di Bank BRI Syariah KC Medan.

**D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Peneliti

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menambah wawasan keilmuan dan untuk menerapkan ilmu yang didapat di bangku kuliah kedalam kehidupan masyarakat.

2. Bagi BRI Syariah KC Medan

Dengan adanya penelitian ini untuk memberikan gambaran tentang strategi pemasaran produk tabungan simpel di BRI Syariah KC Medan sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan pengambilan kebijakan perusahaan.

1. Bagi Akademisi

Untuk menambah pengetahuan di bidang Ekonomi Islam dan untuk dapat berguna sebagai bahan informasi untuk peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (Simpel) di BRI Syariah KC Medan.

1. Bagi Masyarakat

Mudah-mudahan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi akan pentingnya fungsi dan peranan lembaga perbankan.

**E. Penegasan Istilah**

1. Strategi Pemasaran

Stategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.[[10]](#footnote-11)Pemasaran merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa[[11]](#footnote-12).Strategi pemasaran merupakan alat fundamental yang dirancang atau direncanakan untuk mencapai tujuan suatu perusahaan dengan melakukan pengembangan keunggulan bersaing yang berkesinambungan lewat pasar yang dimasuki dan program yang digunakan untuk melayani pasar sasarannya.[[12]](#footnote-13)

2. Produk

Produk merupakan salah satu variabel yang menentukan dalam kegiatan suatu usaha, karena tanpa produk, suatu perusahaan tidak dapat melakukan kegiatan untuk mencapai hasil yang di harapkan. Didalam produk ada tabungan simpanan pelajar (Simpel) adalah tabungan untuk siswa yang di terbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

3. BRI Syariah KC Medan

Bank yang berdasarkan pada prinsip Syariah yang beralamat di Jalan.S. Parman.

**F. Metode Penelitian Tugas Akhir**

1. Jenis Penelitian

Jika dilihat dari tempatnya, jenis penelitian ini dikategorikan sebagai jenis penelitian kualitatif.Metode penelitian kualitatif dinamakan sebagai metode baru, karena popularitasnya belum lama, dinamakan metode *post positivistic* karena berlandaskan pada filsafat *post posivisme*. Metode ini disebut juga sebagai metode *artistic*, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurangpola), dan disebut sebagai metode *interpretive* karenadata hasil penelitian lebih berkenaan dengan interprestasi terhadap data yang ditemukan di lapangan.[[13]](#footnote-14)

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Tempat penelitian tersebut dilakukan di BRI Syariah KC Medan yang beralamat di Jln. S.Parman

b. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai pada tanggal 15Maret2018 sampai 20 Maret 2018.

3. Subyek dan Obyek

Subyek penelitian nya yaitu di Bank BRI Syariah KC Medan (*field Research*) , sedangkan untuk obyek penelitian nya yaitu untuk meneliti tentang strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar(simpel) di Bank BRI Syariah KC Medan.

4. Data dan Sumber

a. Data Primer

Data Primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden atau obyek yang diteliti ada hubungannya dengan obyek yang diteliti.Data primer dalam dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi dan wawancara kepada pihak BRI Syariah KC Medan yang memahami langsung tentang strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (Simpel) pada Bank BRI Syariah KC Medan.

b. Data sekunder

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data sekunder.Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari atau berasal dari bahan kepustakaan. Data sekunder dalam penelitian ini adalah berupa dokumen-dokumen, buku-buku, arsip-arsip serta informasi lain yang tertulis dan berkaitan dengan strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (Simpel) di Bank BRI Syariah KC Medan.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan suatu obyek dengan sisi tematika fenomena yang diselidiki.Dalam penelitian ini penulis melakukan pengamatan terhadap semua yang berkaitan dengan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan pelajar (Simpel) yang dicatat secara sistematis sesuai dengan tujuan penulisan.

b. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah suatu proses Tanya jawab lesan dimana 2 orang atau lebih berhadapan secara fisik, dimana penulis melakukan pengumpulan data dengan cara bertanya langsung kepada pihak BRI Syariah KC Medan untuk mendapat informasi atau keterangan yang berkaitan dengan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan pelajar (Simpel).

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan file-file seperti gambar, video, berkas-berkas atau dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

6. Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif analis, yakni merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang subyek penelitian berdasarkan data dan *variable* yang diperoleh darikelompok subyek yang diteliti.Data-data yang diperoleh kemudian penulis analisis antara data strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (Simpel) dengan teori dan konsep yang ada.

**G. SISTEMATIKA PENULISAN**

Penulisan tugas akhir ini dibagi menjadi lima bab yang terbagi dalam beberapa sub bab, adapun sistematikanya adalah sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah,rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II PEMBAHASAN LANDASAN TEORI**

Pada bab ini dijelaskan mengenai strategi pemasaran,dan prinsip-prinsipnya

**BAB III GAMBARAN UMUM BANK BRI SYARIAH CABANG MEDAN**

Pada bab ini diuraikan sejarah berdirinya, visi dan misi, wilayah kerja, struktur organisasi, fungsi, tugas dan wewenang, produk-produk yang ada di BRIS Cabang Medan.

**BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN**

Pada bab ini menguraikan tentang produk TabunganSimpanan pelajar di BRIS KC MEDAN.

**BAB IV PENUTUP**

Sebagai bab terakhir dari keseluruhan rangkaian pembahasan yang berisi kesimpulan , saran dan penutup.  
**DAFTARPUSTAKA**  
**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

1. Kasmir,Pemasaran Bank, (Jakarta: Kencana,2008), hal 21 [↑](#footnote-ref-2)
2. Ibid, hal. 54. [↑](#footnote-ref-3)
3. Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015), hal.115-116 [↑](#footnote-ref-4)
4. Fahmi Irham Manajemen Strategis Teori dan Praktek, (Bandung: ALFABETA 2014), hal.70-72 [↑](#footnote-ref-5)
5. Ismail, Perbankan Syariah, (Jakarta: Kencana 2011),hal.74 [↑](#footnote-ref-6)
6. Muhammad, Manajemen Dana Bank Syariah, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,2014),hal 35 [↑](#footnote-ref-7)
7. Ismail, Perbankan Syariah, Jakarta: KENCANA 2011, hal74 [↑](#footnote-ref-8)
8. <http://www.BRIsyariah.co.id/?q=simpanan-pelajar-simpel-BRI-syariah-ib> dikutip pada 18 maret 2018 [↑](#footnote-ref-9)
9. Muhammad, Manajemen Dana Bank syariah, (Jakarta:PT RajaGrafindo Persada, 2014) hal 121-122 [↑](#footnote-ref-10)
10. <http://id.m.wikipedia.org/wiki/strategi>, diakses tanggal 19 maret 2018 [↑](#footnote-ref-11)
11. Kasmir ,Pemasaran Bank, (Jakarta: Kencana Pradana Media Group 2008), hal.53 [↑](#footnote-ref-12)
12. Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, Yogyakarta:ANDI 1997, hal.6 [↑](#footnote-ref-13)
13. Sugiono, metode Penenlitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D(Bandung:Alfabeta,2014),hal13 [↑](#footnote-ref-14)