

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) timbul peluang untuk mendirikan bank-bank prinsip syariah. Operasionalisasi BMI kurang menjangkau usaha masyarakat kecil dan menengah, maka muncul usaha untuk mendirikan bank dan lembaga keuangan mikro, seperti BPR Syariah dan BMT yang bertujuan untuk mengatasi hambatan operasional di daerah (Mardani, 2015)

Baitul Maal Wattamwil (BMT) merupakan suatu lembaga yang terdiri dari dua istilah, yaitu baitulmaal dan baitul tamwil. Baitulmaal lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang nonprofit, seperti: zakat, infaq, dan sedekah. adapun baitul tamwil sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang lebih terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil. Lembaga ini didirikan dengan maksud untuk memfasilitasi masyarakat bawah yang tidak terjangkau oleh Bank (Heykal, 2010, hal. 363).

PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk memulai perjalanan bisnisnya sebagai Bank Syariah pertama di Indoensia pada tanggal 1 November 1991 atau 24 Rabi'us Tsani 1412 H. Pendiri Bank Muamalat Indonesia digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Ikatan cendikiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha

muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. Pada tanggal 1 Mei 1992 Bank Muamalat resmi beroperasi, dan mulai berinovasi dengan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti: Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Al-Ijarah Indonesia Finance (ALFI) yang memberikan layanan pembiayaan syariah, (DPLK Muamalat) yang memberikan layanan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan, dan baitul maal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infaq, dan Sedekah yang seluruhnya menjadi terobosan di Indonesia. Di tahun 1993 Bank Muamalat memperoleh izin sebagai Bank devisa dan terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak listing di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Bank Muamalat menjadi lembaga perbankan pertama di Indonesia yang menerbitkan sukuk Subordinasi Mudharabah I sebesar Rp. 200 miliar, tahun 2012 sebesar Rp. 800 miliar dan tahun 2013 sebesar Rp. 700 miliar. Melakukan peluncuran produk bank yaitu Shar-e yang merupakan tabungan instan pertama di Indonesia melalui ribuan jaringan *online* Kantor Pos di seluruh Indonesia, yakni *system Online Payment Point* (SOPP). Yang disempurnakan dengan melakukan peluncuran produk Shar-e Gold Debit Visa yang mendapat penghargaan dari Museum Rakor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan teknologi chip pertama di Indonesia serta layanan *e-channel* seperti *Internet Banking*, *Mobile Banking*, ATM, dan *cash management*.

Bank Muamalat Indonesia terus meluncurkan terobosan baru dalam dua tahun terakhir, yaitu dengan meluncurkan Muamalat Mobile Banking, meresmikan Umrah Lounge di terminal 2 Bandara Internasional Soekarno Hatta dan menerbitkan Surat Utang Jangka Menengah Syariah (MTNS) dengan total nilai Rp. 200 miliar. Menginjak usia 20 tahun, Bank Muamalat melakukan rebranding terhadap logo bank untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan juga meresmikan Muamalat Tower sebagai kantor pusat Bank Muamalat di Indonesia. Hingga saat ini, Bank Muamalat telah memiliki 278 dari total kantor layanan termasuk satu kantor cabang di Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 710 Unit ATM Muamalat, 103 Cabang Muamalat Mobile, 120.000 jaringan atm bersama dan ATM Prima, serta lebih dari 11.000 jaringan ATM di Malaysia melalui Malaysia Electronic payment (MEPS).

Kondisi industri perbankan saat ini ditentukan oleh tingkat daya saing yang semakin ketat. Akibatnya, pemasaran memainkan peran yang semakin penting dan berfungsi sebagai titik tumpu perusahaan atau bank. Keberhasilan usaha bank ditentukan oleh keberhasilan pemasarannya. Secara umum pemasaran berarti suatu proses yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk memperoleh barang, mempertukarkan, menawarkan barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. (Sofyan Assauri, 2014).

Untuk memenuhi tuntutan dan keinginan masyarakat akan suatu barang atau jasa, maka pemasaran merupakan hal yang

penting. Ketika orang belajar lebih banyak tentang orang mereka sendiri, pemasaran menjadi semakin penting. Pemasaran juga dapat dilakukan dengan mengambil pesaing yang terkadang semakin kuat. Bahkan strategi pemasaran yang lebih agresif digunakan oleh pesaing untuk mempromosikan barang mereka.

Dalam menjalankan kegiatan pemasaran suatu bank, baik bank konvensional maupun bank syariah memiliki tujuan yang ingin dicapai, baik tujuan jangka panjang maupun tujuan jangka pendek. Dalam jangka pendek, hal ini bertujuan untuk merebut hati konsumen, terutama untuk produk yang baru diluncurkan. Sedangkan untuk jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk yang sudah ada agar tetap diminati oleh masyarakat. Oleh karena itu, perbankan konvensional dan perbankan syariah mulai memperkenalkan profil dan produknya kepada masyarakat dengan berbagai cara yang positif. Salah satu produk yang terdapat di bank Muamalat cabang Kolaka adalah produk tabungan dana pensiun.

Lingkungan harus mulai menabung, atau menyisihkan sebagian dari uang bulanan mereka, seperti yang umum diketahui. Sebagai organisasi yang menghimpun atau menyimpan uang, sebuah lembaga keuangan dituntut untuk dapat melakukan tindakan-tindakan penyelamatan tersebut. Pemilik masih dapat menarik uang dari dana pensiun lembaga keuangan bank kapan saja. Akibatnya tabungan bisa berkurang atau habis. Akibatnya, program dana pensiun adalah salah satu dari banyak organisasi keuangan bank yang saat ini menawarkan solusi untuk masalah ini.

Dana pensiun adalah organisasi bisnis yang mengawasi skema manfaat pensiun. (Kasmir, 2008).

Seseorang dapat berhenti bekerja dan menghasilkan uang di masa pensiun. Namun, sebagian besar dari mereka yang masih dalam usia kerja mengetahui sumber pembiayaan yang tersedia setelah mereka mencapai usia pensiun ini. Padahal, ketidakpeduliannya tersebut bisa meningkatkan resiko untuk Seseorang dapat berhenti bekerja dan menghasilkan uang di masa pensiun. Namun, sebagian besar dari mereka yang masih dalam usia kerja mengetahui sumber pembiayaan yang tersedia setelah mereka mencapai usia pensiun ini.

Pengelolaan dana pensiun yang sesuai dengan ajaran islam akan memiliki banyak manfaat bagi masyarakat pada umumnya yang loyal terhadap prinsip syariah. Al-Qur'an sendiri mengajarkan umnya untuk tidak meninggalkan keturunan yang lemah dan menyiapkan untuk hari esok agar lebih baik, terdapat dalam Al-Qur'an surah A-Hasyr ayat 18 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Terjemahnya :

“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah dibuat untuk hari esok (masa depan). Dan bertakwalah kepada Allah sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

Ajaran tersebut dapat dimaknai sebagai sebagai salah satu pentingnya pencadangan modal kekayaan untuk masa yang akan datang. Hal tersebut sangat penting, untuk mengingat setelah pensiun manusia masih memiliki kebutuhan dasar yang harus dipenuhi. Dengan adanya pencadangan tersebut ketika seseorang memasuki masa tua atau kurang produktif dapat memiliki sumber pendapatan.

Manajemen Bank Muamalat KC Kolaka kreatif dan fokus pada pelanggan dalam hal strategi pemasaran dan kualitas produk. Bank Muamalat KC Kolaka berupaya untuk melakukan inovasi gaya hidup nasabah karena semakin tinggi minat masyarakat terhadap bank syariah, mendorong bank Muamalat KC Kolaka untuk terus berinovasi menciptakan berbagai macam produk dan layanan syariah.

Peneliti tertarik untuk meneliti **“Strategi Pemasaran Produk Tabungan Dana Pensiun Lembaga Keuangan Syariah (DPLKS) di Bank Muamalat Cabang Kolaka”**.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti ini memfokuskan pada strategi pemasaran dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk tabungan dalam hal ini DPLKS (Dana Pensiun Lembaga Keuangan Syariah).

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Strategi Pemasaran Produk Tabungan Dana Pensiun Lembaga Keuangan Syariah pada Bank Muamalat cabang Kolaka?
2. Bagaimana tinjauan pemasaran terhadap Strategi Pemasaran Produk Tabungan Dana Pensiun Lembaga Keuangan Syariah (DLPKS) Pada Bank Muamalat cabang Kolaka?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Strategi Pemasaran Produk Tabungan Dana Pensiun Lembaga Keuangan Syariah pada Bank Muamalat cabang Kolaka.
2. Untuk mengetahui tinjauan pemasaran terhadap Strategi Pemasaran Produk Tabungan DPLKS (Dana Pensiun Lembaga Keuangan Syariah) di Bank Muamalat cabang Kolaka.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat sebagai sarana pembelajaran agar ilmu yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan dapat diimplementasikan dan menambah pemahaman dalam strategi untuk merangsang minat konsumen pada barang-barang yang menyimpan uang untuk dana pensiun Lembaga Keuangan Syariah Bank Muamalat (DPLKS). Memberikan informasi dan gambaran mengenai strategi minat nasabah dan sistem pelayanan Bank Muamalah terhadap nasabah.

1.5.2 Manfaat Bagi Penulis

Dapat menambah ilmu pengetahuan penulis dalam system strategi pemasaran terkhususnya dalam bidang pemasaran yang berbasis syariah.

1.6 Definisi Operasional

1. Kemampuan perusahaan untuk bertahan tergantung pada strateginya untuk mencapai sasaran atau tujuan perusahaan yang efektif dan efisien, perusahaan harus bisa menghadapi setiap masalah-masalah atau hambatan yang datang dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan.
2. Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang sangat penting untuk dilakukan oleh setiap perusahaan baik itu perusahaan barang ataupun jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya tersebut.
3. Menurut Kotler, produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi sehingga bisa memuaskan keinginan dan kebutuhan termasuk di dalamnya berupa fisik, tempat, orang, jasa, gagasan, serta organisasi.
4. Tabungan adalah simpanan uang di bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu.