

**Analisis strategi pemasaran jasa perbankan syari'ah untuk memperoleh laba  
yang optimal tahun 2006  
(studi kasus pada Bank Muamalat cabang Solo)**

**Oleh :  
Warseno  
K 7402168**

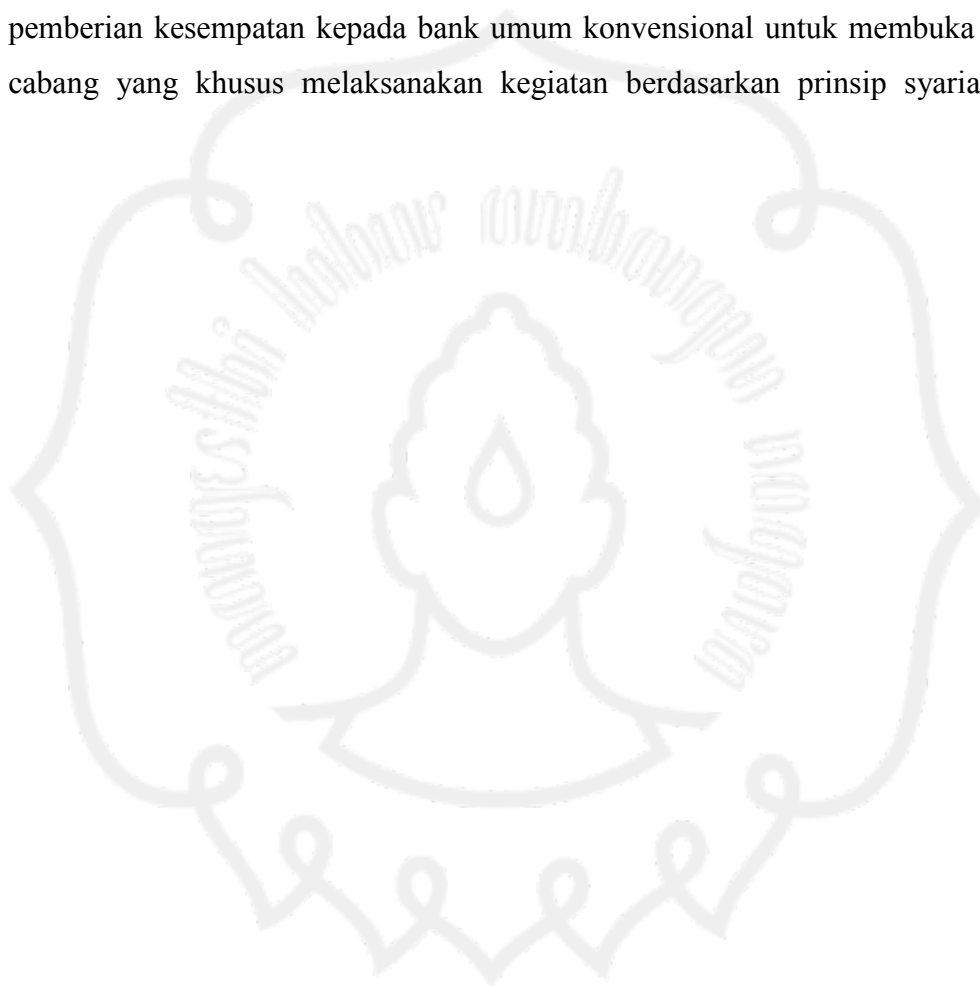
**BAB I  
PENDAHULUAN**

**A. Latar Belakang Masalah**

Perbankan merupakan bagian integral dari sistem perekonomian modern yang memiliki posisi strategis sebagai lembaga intermediasi, yaitu mengarahkan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana-dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkannya serta penunjang sistem pembayaran. Sektor perbankan dapat dikatakan sebagai motor penggerak perekonomian yaitu sebagai lembaga penyuntik dana dalam mendukung dan menopang aktivitas-aktivitas ekonomi rakyat.

Perubahan dan perkembangan berbagai aspek kehidupan telah membawa implikasi pada perkembangan sistem perbankan yang ada, yaitu munculnya bank Islam atau yang lebih populer dengan istilah bank syariah. Bank syariah dapat diartikan sebagai bank yang kinerjanya berdasarkan pada syariah Islam. Perbedaan antara bank konvensional dengan bank syariah terletak pada prinsip, sistem, operasional, dan karakteristik produknya. Secara singkat dapat dikatakan bahwa bank konvensional menerapkan sistem bunga, sedangkan bank syariah tidak menggunakan bunga tetapi berdasarkan pada prinsip bagi hasil (*profit and sharing principles*) karena dalam pandangan Islam praktek bunga termasuk dalam riba. Oleh karena itu bank syariah merupakan alternatif bagi masyarakat yang tidak puas dengan sistem konvensional yang ada.

Perkembangan bank syariah di Indonesia merupakan suatu fenomena baru dalam industri perbankan di tanah air. Setelah diberlakukannya Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 sebagai perubahan atas undang-undang Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan, bank syariah telah mendapat kesempatan yang lebih luas untuk menyelenggarakan kegiatan usaha, termasuk pemberian kesempatan yang lebih luas untuk menyelenggarakan kegiatan usaha, termasuk pemberian kesempatan kepada bank umum konvensional untuk membuka kantor cabang yang khusus melaksanakan kegiatan berdasarkan prinsip syariah atau



bahkan mengkonversi secara penuh menjadi bank syariah. Pemberian kesempatan pembukaan kantor cabang syariah ini adalah sebagai upaya untuk meningkatkan jaringan perbankan syariah.

Peluang tersebut ternyata disambut antusias oleh para praktisi perbankan. Sejumlah bank konvensional mulai membuka cabang syariah dalam institusinya, bahkan ada yang mengkonversi sepenuhnya menjadi bank syariah. Beberapa bank yang telah membuka cabang syariah diantaranya adalah Bank Mandiri, Bank IFI, BNI '46, dan BRI.

Bank muamalat merupakan bank dengan prinsip syariah yang saat ini telah memiliki jaringan yang cukup luas dengan dibukanya kantor-kantor cabang bank muamalat indonesia diberbagai daerah, salah satunya adalah bank muamalat cabang solo. Dalam situasi pertumbuhan bank syariah yang relatif cepat menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Hal ini menunjukkan tantangan yang dihadapi oleh pemasar semakin pelik, meluas dan lebih beragam dibanding sebelumnya. Berbagai dimensi lingkungan ikut mempengaruhi semua sisi bisnis dalam pengambilan keputusan-keputusan strategi pemasaran.

Bertambahnya jumlah bank pesaing membuat nasabah mempunyai banyak pertimbangan sebelum menentukan pilihannya. Dengan demikian bank syariah tidak dapat mengandalkan pada *brand positioning strategy* dan *emotional motive* nasabah untuk mempertahankan konsumen. Disamping itu, dalam era persaingan global eksistensi suatu perusahaan tidak lepas dari konstituen strategisnya, untuk memperoleh keuntungan yang optimal. Untuk mencapai tujuan tersebut, pihak pengembang dan pengelola perbankan Muamalat surakarta memerlukan suatu perencanaan strategi pemasaran. Dalam perencanaan strategi pemasaran perbankan syariah komponen pertama yang perlu dilakukan adalah mengadakan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunity, Treatment*). Dalam analisis ini dibagi menjadi dua bagian yaitu analisis lingkungan umum dan analisis industri.

Faktor lingkungan umum ini sulit dikendalikan oleh perusahaan, sehingga diperlukan kehati-hatian dalam menghadapi dan menganalisisnya. Sedangkan faktor lingkungan industri perbankan merupakan merupakan faktor

yang dapat di kendalikan oleh perusahaan. Oleh karena itu harus mendapat perhatian yang sungguh-sungguh dari perusahaan untuk meningkatkan daya saingnya terhadap perusahaan-perusahaan pesaingnya.

Pada umumnya perusahaan harus dituntut untuk mengembangkan variabel-variabel tersebut kedalam suatu strategi yang menyeluruh. Oleh karena itu analisis ini harus didasarkan pada logika yang dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman serta dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada, sehingga akan diperoleh suatu strategi yang mantap.

Selain itu fenomena yang berkembang di masyarakat menunjukkan bahwa masyarakat justru menilai tidak ada perbedaan antara bank syariah dengan bank konvensional, kecuali namanya. Gap yang terjadi antara perusahaan atau manajemen dengan masyarakat selaku konsumen ini akan menyebabkan kegagalan penyampaian jasa dalam pemasaran jasa. Bank muamalat perlu menciptakan suatu teknik maupun strategi komunikasi pemasaran yang tepat, yang dapat menjembatani gap antara persepsi manajemen dan persepsi konsumen. Dikalangan muslim maupun non muslim terdapat indikasi keinginan akan berhubungan dengan bank islam bila mereka memahami operasional bank Islam. Berangkat dari fenomena-fenomena diatas, maka suatu bank islam perlu meninjau dan menyesuaikan strateginya agar memperoleh laba yang optimal.

Bertolak dari hal tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN JASA PERBANKAN SYARIAH UNTUK MEMPEROLEH LABA YANG OPTIMAL TAHUN 2006 (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Cabang Solo)”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan muncul berbagai masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Persaingan antar bank semakin kompetitif dengan hadirnya bank syariah dalam industri perbankan di Indonesia.

2. Perbankan dihadapkan pada pilihan yang sulit dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk memperoleh laba yang optimal.
3. Adanya kemudahan dari pemerintah tentang pendirian bank syariah yang menuntut pihak perbankan melakukan strategi yang tepat agar tetap bertahan.

### **C. Perumusan Masalah**

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Bagaimana penerapan strategi pemasaran jasa perbankan untuk mendapatkan laba yang optimal di bank Muamalat Cabang Solo.

### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui penerapan strategi pemasaran bank Muamalat Cabang Solo dalam memperoleh laba yang optimal.
2. Memberikan alternative strategi pemasaran jasa perbankan yang mungkin dapat diterapkan pada bank Muamalat cabang Solo dalam upaya peningkatan laba.

### **E. Manfaat Penelitian**

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

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan pengetahuan dibidang manajemen pemasaran dan perbankan, khususnya konsep-konsep yang berkaitan dengan strategi pemasaran jasa bank.

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

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi bagi peneliti lain yang berminat terhadap penelitian yang berkaitan dengan masalah strategi pemasaran jasa bank.

- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumbangan pemikiran di Bank Muamalat Cabang Solo.
- c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan oleh Bank Muamalat Cabang Solo dalam menetapkan strategi dan kebijakan di bidang pemasaran.

