

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri perbankan Indonesia merupakan salah satu sektor keuangan yang memegang peranan penting dalam struktur perekonomian Indonesia.¹ Bank Syariah pertama di Indonesia merupakan hasil kerja tim perbankan MUI yaitu dengan dibentuknya PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang akte pendiriannya ditandatangani tanggal 1 November 1991. Bank ini ternyata berkembang cukup pesat sehingga saat ini BMI sudah memiliki puluhan cabang yang terbesar di beberapa kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, Makassar, dan kota lainnya.²

Pemasaran merupakan bagian yang sangat penting dalam perusahaan, bagian pemasaran mempunyai tanggung jawab untuk mempengaruhi konsumen ke dalam suatu rangkaian kegiatan yang terkoordinir. Kegiatan pemasaran dilakukan melalui sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian. Proses tersebut merupakan

¹Peran Lembaga et al., “Distribusi Keadilan Bagi Masyarakat,” *jurnal undip* 43, no. 1 (2014): 87–97.

²Rida Faiqoh, Lembaga Studi, and Nusantara Demak, “Analisis Strategi Pemasaran KPRS Di Bank Muamalat Cabang Kudus,” *Iqtishadia: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam* 6, no. 2 (2013): 279–292.

fungsi dari manajemen dalam kegiatan pemasaran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.³

Perubahan teknologi yang begitu cepat, berdampak kepada perubahan perilaku masyarakat. Cepatnya informasi yang masuk akibat majunya teknologi sektor informasi telah menjadikan masyarakat semakin cerdas dalam memilih produk. Dampak lain bagi produsen Bank adalah ketatnya persaingan antar bank untuk memanfaatkan kemajuan teknologi ini. Untuk mencapai sasaran tersebut, maka setiap bank harus melakukan perencanaan pemasaran secara baik. Disamping itu, bank juga harus dapat mengetahui dan menganalisis lingkungan pemasaran yang terdiri dari lingkungan eksternal dan internal. Dengan melakukan analisis lingkungan pemasaran ini maka bank akan dapat mengetahui dimana letak kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman perusahaan yang akan sangat berpengaruh terhadap pemasaran yang akan dijalankan.⁴

Inovasi produk keuangan dan perbankan syariah merupakan pokok utama dalam pengembangan industri perbankan syariah, tentunya pengembangan harus didukung dengan kompetensi sumber daya manusia yang selain handal

³ M M Haryanto and D R Rudy, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori Dan Praktik)*, 2020.

⁴ Mashuri Mashuri and Dwi Nurjannah, "Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing," *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 1, no. 1 (2020): 97–112.

tetap berpegang teguh dengan prinsip- prinsip syariah⁵. Bank- bank syariah harus memiliki produk inovatif yang semakin beragam agar bisa berkembang dengan baik. Inovasi juga harus dilakukan agar produk bank syariah tidak monoton dan dominan dengan akad tertentu di tengah bervariasinya kebutuhan bisnis masyarakat.

Semakin inovatif bank syariah membuat produk, semakin cepat pula pasar berkembang. Maka, lemahnya inovasi produk bank syariah, bagaimanapun berimbas secara signifikan kepada lambatnya pengembangan pasar. Lemahnya inovasi produk dan pengembangan pasar bank syariah harus segera di atasi, agar akselerasi pengembangan bank syariah lebih cepat. Inovasi produk diperlukan agar bank syariah bisa lebih optimal dalam memanfaatkan fenomena global. Karena itu harus melakukan inisiatif akselerasi luar biasa dalam pengembangan pasar dan pengembangan produk.⁶

Inovasi produk yang menjadi kunci perbankan syariah untuk lebih bermanfaat, kompetitif dan lebih berkembang dengan cepat sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Inovasi produk harus menjadi strategi prioritas bagi bank- bank

⁵ Nurul Khalif Ferlangga Al Yozika, “Pengembangan Inovasi Produk Keuangan Dan Perbankan Syariah Dalam Mempertahankan Dan Meningkatkan Kepuasan Nasabah,” *jurnal ilmiah edunomika* 01, no. 02 (2017): 100–107.

⁶ Muhammad Amirul Mukminin, “Pentingnya Manajemen Inovasi Pada Produk Perbankan Syariah Agar Bisa Bersaing Dengan Bank Konvensional,” no. 04 (2018): 5–9.

syariah, karena inovasi memiliki peran penting dalam merambah dan menguasai pasar yang selalu berubah. Untuk itu, industri perbankan syariah dituntut melakukan pengembangan, kreativitas dan inovasi-inovasi produk baru. Keberhasilan sistem perbankan syariah di masa depan akan banyak tergantung kepada kemampuan bank-bank syariah menyajikan produk-produk yang menarik, kompetitif dan memberikan kemudahan transaksi, sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan industri pasar.

Untuk mengembangkan produk-produk yang bervariasi dan menarik, bank syariah di Indonesia dapat membangun hubungan kerja sama atau berafiliasi dengan lembaga-lembaga keuangan internasional. Kerja sama itu akan bermanfaat dalam mengembangkan produk-produk bank syariah. Bank syariah bisa belajar praktis kepada bank-bank yang telah berpengalaman di luar negeri di berbagai negara yang mengembangkan perbankan syariah. Skim dan model ini setidaknya bisa menjadi contoh atau memberi inspirasi untuk mengembangkan produk bank syariah. Aktivitas inovasi produk dapat dilakukan dengan melakukan pengembangan dan penciptaan produk baru, pengembangan produk lama, dan pengembangan model terhadap produk lama. Selain itu, inovasi produk dapat dilakukan melalui pemanfaatan akad,

baik yang sudah masuk dalam kodifikasi maupun yang belum masuk dalam kodifikasi produk perbankan syariah.⁷

Adapun produk Tabungan iB Hijrah yang merupakan salah satu produk yang ada di Bank Muamalat KC Bengkulu, memiliki perbedaan dengan produk lain diantaranya, produk tabungan hijrah ini menggunakan akad wadiah atau titipan, tidak memiliki biaya administrasi bulanan dan memiliki setoran awal yang ringan, mulai dari Rp25.000. Tabungan iB Hirah dilengkapi dengan kartu Share-E Debit Muamalat yang dapat digunakan untuk transaksi domestik maupun internasional.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dalam penelitian ini penulis sangat tertarik untuk melakukan riset penelitian yang berjudul "Analisis Manajemen Pemasaran Dalam Bidang Inovasi Produk Tabungan iB Hijrah Pada Bank Muamalat Indonesia (BMI)".

B. Batasan Masalah

Suatu penelitian harus dibatasi agar penelitian terarah dan tujuan penelitian tercapai. Dalam penelitian ini, peneliti menjadikan "Analisis Manajemen Pemasaran Dalam Bidang Inovasi Produk Tabungan iB Hijrah Pada Bank Muamalat Indonesia (BMI)" sebagai objek penelitian. Peneliti membatasi objek penelitian ini dengan hanya melakukan penelitian pada

⁷ Hani Werdi Apriyanti, "Model Inovasi Produk Perbankan Syariah Di Indonesia," *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 1 (2018): 83–104.

salah satu perbankan syariah yang ada di kota Bengkulu yaitu pada Bank Muamalat KC Bengkulu.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi inovasi produk Tabungan iB Hijrah di Bank Muamalat KC Bengkulu.
2. Bagaimana analisis pemasaran syariah terhadap strategi inovasi produk Tabungan iB Hijrah di Bank Muamalat KC Bengkulu.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi inovasi produk Tabungan iB Hijrah di Bank Muamalat KC Bengkulu.
2. Untuk mengetahui bagaimana analisis pemasaran syariah terhadap inovasi produk Tabungan iB Hijrah di Bank Muamalat KC Bengkulu.

E. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka manfaat penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran yang berguna dan manfaat dibidang perbankan mengenai strategi pemasaran dalam bidang inovasi produk perbankan syariah.

2. Secara Praktis
 - a. Bagi Peneliti

Menjadi sarana yang sangat berguna untuk menambah wawasan serta pengetahuan tentang manajemen pemasaran dalam bidang inovasi produk perbankan syariah.

b. Bagi Lembaga

Dapat dijadikan masukan dan bahan pertimbangan dalam memperhatikan strategi pemasaran di bidang inovasi produk.

c. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang mengangkat permasalahan yang sama.

F. Penelitian Terdahulu

Pertama, jurnal Nasional oleh Mukminin, Muhammad Amirul, dengan judul “Pentingnya Manajemen Inovasi pada Produk Perbankan Syariah agar Bisa Bersaing dengan Bank Konvensional” pada tahun 2018,⁸ tujuan penelitian ini adalah agar dapat bersaing dengan perbankan konvensional maka perbankan syariah memerlukan perkembangan inovasi produk agar masyarakat tertarik dengan perbankan syariah. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif yaitu dengan mengumpulkan, Menyusun, dan mendeskripsikan data-data

⁸ Mukminin, “Pentingnya Manajemen Inovasi Pada Produk Perbankan Syariah Agar Bisa Bersaing Dengan Bank Konvensional.”

yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara mendalam dengan berbagai sumber. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa salah satu strategi yang sangat tepat untuk meningkatkan pertumbuhan keuangan syariah yaitu melalui inovasi produk. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama membahas tentang manajemen inovasi pada produk perbankan syariah. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan adalah perbedaan waktu dan lokasi penelitian.

Kedua, jurnal Nasional oleh Apriyanti, Hani Wardi, dengan judul “Model Inovasi Produk Perbankan Syariah di Indonesia” pada tahun 2018,⁹ Penelitian ini bertujuan mengembangkan model konseptual strategi inovasi produk pada perbankan syariah dengan memanfaatkan peluang pesatnya perkembangan ekonomi syariah global dan membaiknya kepercayaan dunia internasional terhadap ekonomi Indonesia, dukungan penguatan Jaringan Perbankan Syariah (WGPS), dana (stabilitas keuangan), serta aktivitas dalam proses inovasi produk. Penelitian ini didasarkan pada data sekunder yang diperoleh dari buku, booklet, undang-undang, jurnal, majalah dan internet. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Inovasi produk merupakan salah satu strategi kunci dalam pengembangan perbankan syariah.

⁹ Apriyanti, “Model Inovasi Produk Perbankan Syariah Di Indonesia.”

Dengan pengembangan produk baru melalui proses peningkatan jaringan (WGPS), pemenuhan ketentuan syariah, pencapaian stabilitas keuangan, serta perbaikan dalam aktivitas inovasi produk, bank syariah akan mampu menarik minat masyarakat, dan memperoleh customer based baru. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama membahas tentang inovasi pada produk perbankan syariah. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan adalah perbedaan waktu dan lokasi penelitian.

Ketiga, jurnal Nasional oleh Anik Fatimatuzahro, Aslikhah, dengan judul “Strategi Inovasi Produk Perbankan Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah” pada tahun 2019,¹⁰ tujuan penelitian ini adalah agar mengetahui bagaimana strategi perbankan syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif yaitu dengan mengumpulkan, Menyusun, dan mendeskripsikan data data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara mendalam dengan berbagai sumber. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Strategi yang dilakukan PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan

¹⁰ Anik Fatimatuzahro and Aslikhah Aslikhah, “Strategi Inovasi Produk Perbankan Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Pt. Bprs Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan,” *Jurnal Mu'allim* 2, no. 1 (2019): 81–93.

untuk meningkatkan jumlah nasabah yaitu dengan melakukan inovasi produk. Sebelum melakukan inovasi produk, PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan melihat dari kebutuhan nasabah karena kebutuhan nasabah terus menerus mengalami perubahan. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama membahas tentang pentingnya bagaimana strategi inovasi pada produk perbankan syariah. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan adalah perbedaan waktu dan lokasi penelitian.

Keempat, jurnal Nasional oleh Arif Zunaidi, Sri Anugerah Natalina, dengan judul “Manajemen Strategik Dalam Perbankan Syariah” pada tahun 2021¹¹, tujuan penelitian ini adalah untuk menjabarkan secara mendalam tentang manajemen strategi bank syariah dalam memenangkan persaingan pasar. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *library research* dengan menggunakan metode analisis deskriptif, yakni mengumpulkan data dari berbagai tulisan yang ada. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dalam mewujudkan sebuah tatanan perbankan yang berdaya saing, perbankan syariah harus menerapkan strategi. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama

¹¹ Sri Anugerah Natalina and Arif Zunaidi, “Manajemen Strategik Dalam Perbankan Syariah,” *Wadiah* 5, no. 1 (2021): 86–117.

membahas tentang bagaimana strategi pada perbankan syariah agar memenangkan persaingan pasar. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan adalah perbedaan waktu dan lokasi penelitian.

Kelima, jurnal Internasional oleh Firman Menne, La Ode Hasiara, dengan judul ” *Sharia accounting model in the perspective of financial innovation*”¹² tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki dan meninjau literatur akuntansi syariah dan inovasi keuangan untuk mengidentifikasi model akuntansi syariah yang relevan untuk dikembangkan dan dapat diintegrasikan dengan inovasi keuangan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode tinjauan literatur sistematis yang melibatkan analisis dan sintesis literatur yang relevan. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengembangan model akuntansi syariah dalam perspektif inovasi keuangan, menjadikan akuntansi syariah lebih kompetitif, dengan menawarkan penyusunan dan penyajian laporan keuangan yang cepat dan akurat, meningkatkan efisiensi operasional badan usaha syariah khususnya UKM. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama membahas tentang bagaimana strategi pada perbankan syariah dalam pengembangan model keuangan syariah dalam

¹² Firman Menne et al., “*Sharia Accounting Model in the Perspective of Financial Innovation*,” *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 10, no. 1 (2024): 100176.

perspektif inovasi. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan adalah perbedaan waktu dan lokasi penelitian.

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif/lapangan. Penelitian kualitatif sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang perilaku yang dapat diamati.

b. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan penulis dalam penelitian ini merupakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini sebagai langkah-langkah yang menghasilkan data deskriptif berupa data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk kata-kata dan gambar, kata-kata disusun dalam kalimat, misalnya hasil wawancara antara penulis dan informan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi manajemen pemasaran dalam bidang inovasi produk perbankan syariah pada bank Muamalat KC Bengkulu. Penelitian kualitatif ditujukan untuk memahami fenomena-fenomena dari sudut perspektif partisipan. Partisipan adalah orang-orang yang di ajak wawancara, diobservasi, diminta memberikan

data, pendapat, pemikir dan persepsinya. Penelitian kualitatif yang dimaksud sebagai jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

a. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan sejak bulan Juli 2024 – Agustus 2024.

b. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilangsungkan pada Bank Muamalat KC Bengkulu. Lokasi penelitian ini dipilih berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti karena ingin mengetahui bagaimana manajemen pemasaran dalam bidang inovasi produk tabungan iB Hijrah pada bank Muamalat KC Bengkulu.

3. Informan Penelitian

Penentuan informan penelitian ini dengan menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Misalnya akan melakukan penelitian tentang kualitas makanan, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli makanan, atau penelitian tentang kondisi politik di suatu daerah, maka sampel sumber datanya adalah orang ahli politik. Sampel ini cocok digunakan untuk penelitian kualitatif, atau penelitian-penelitian yang

tidak melakukan generalisasi¹³. Adapun informan dalam penelitian ini adalah orang yang paham tentang manajemen pemasaran produk perbankan syariah yang ada di bank Muamalat KC Bengkulu. Orang yang terpilih menjadi informan pada penelitian ini atas dasar pertimbangan peneliti sendiri yaitu: 1 bagian Operasional Bank, 1 bagian *Customer Service*, dan 2 nasabah.

4. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan jenis data yang diperoleh dan digali dari sumber utamanya. Sehingga data primer adalah data yang diperoleh dari hasil observasi lapangan dan wawancara langsung dengan responden terpilih melalui pengajuan wawancara tidak terstruktur. Data primer yang penulis gunakan adalah hasil wawancara kepada karyawan dan nasabah Bank Muamalat KC Bengkulu.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang berupa informasi yang bersumber dari dokumen, skripsi terdahulu, literature dan karya tulis lainnya yang sudah diakui keabsahannya.

¹³ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Edisi 1 (Bandung:Alfabeta, cv, 2018), h. 133

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian, untuk membantu mengerti perilaku manusia dan untuk evaluasi, yaitu dengan melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu, melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu.

b. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. Penulis melakukan wawancara, dengan menggunakan pedoman wawancara, pedoman wawancara berfungsi sebagai pengendali agar proses wawancara tidak kehilangan arah. Pada proses wawancara penulis mengajukan pertanyaan terkait bagaimana menganalisis manajemen pemasaran dalam bidang inovasi produk tabungan iB Hijrah pada Bank Muamalat KC Bengkulu.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi, yakni penelusuran dan perolehan data yang diperlukan melalui data yang telah tersedia. Biasanya berupa data statistik, agenda kegiatan, produk keputusan atau kebijakan, sejarah dan hal lainnya yang berkaitan dengan penelitian, adapun data yang berkaitan dengan data penelitian langsung berupa deskripsi atau gambaran umum lokasi penelitian atau sejarah. Dalam hal metode dokumentasi penelitian ini, dipergunakan untuk melengkapi data dari hasil wawancara dan hasil pengamatan atau observasi.

6. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model analisis interaksi, dimana komponen reduksi data dan sajian data dilakukan bersamaan proses pengumpulan data. Tiga tahap dalam menganalisa data yaitu:

a. *Data Reducion* (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambar yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

Reduksi data juga dapat dibantu dengan menggunakan peralatan elektronik.

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data reduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif data yang dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya.

c. Penarikan Kesimpulan

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan yang *kredibel*.

7. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah isi penelitian secara keseluruhan, maka penulisan penelitian ini secara umum di bagi menjadi empat bab dan beberapa sub di dalamnya, antara lain sebagai berikut :

Bab I yaitu pendahuluan, bab ini mencakup latar belakang, masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

Bab II yaitu kajian teori yang nantinya akan sangat membantu dalam analisis hasil-hasil penelitian dan kerangka konseptual.

Bab III Gambaran Umum Objek Penelitian, Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian.

