

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri perbankan syariah di Indonesia telah mengalami perkembangan yang pesat. Bank Syariah Indonesia adalah salah satu bank syariah terbesar di Indonesia yang menawarkan program penghimpunan dana pihak ketiga sebagai salah satu produk unggulannya. Dalam program penghimpunan dana pihak ketiga, BSI mengajak masyarakat untuk menempatkan dananya di bank sebagai bentuk investasi dengan tingkat keuntungan yang kompetitif. Namun, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri perbankan, BSI perlu melakukan promosi yang efektif untuk menarik minat masyarakat agar berpartisipasi dalam program penghimpunan dana pihak ketiga.

Perbankan merupakan suatu sarana strategis dalam rangka pembangunan ekonomi, peran yang strategis tersebut terutama disebabkan oleh fungsi utama bank sebagai penghimpun dan penyalur dana dari masyarakat secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan pembangunan nasional.¹

Kegiatan utama dari perbankan adalah menyerap dana dari

¹Kartika Soetopo, David Paul Elia Saerang, and Lidia Mawikere, 'Analisis Implementasi Prinsip Bagi Hasil, Risiko Dan Penanganan Pembiayaan Bermasalah Terhadap Pembiayaan Musyarakah Dan Pembiayaan Mudharabah (Studi Kasus: Bank Syariah Mandiri KC Manado)', *Jurnal ACCOUNTABILITY*, 5.2 (2016), 207-223 (h. 207)

masyarakat. Hal ini terutama karena fungsi bank sebagai perantara (*conciliator*) pihak-pihak kelebihan dana (*excess of funds*) dan pihak yang memerlukan dana (*need of funds*).

Promosi merupakan salah satu kegiatan *mix marketing* yang paling sering diidentikkan sebagai aktivitas pemasaran dalam arti sempit. Dalam dunia perbankan syariah, promosi menjadi salah satu faktor pendukung kesuksesan perbankan syariah. Dalam marketing efektivitas sebuah iklan seringkali digunakan untuk menanamkan “*brand image*” atau agar lebih dikenal keberadaannya. Ketiga “*brand image*” sudah tertanam dibenak masyarakat umum, maka menjual sebuah produk, baik itu dalam bentuk barang maupun jasa akan terasa jauh lebih mudah. Sebuah perusahaan atau bank tentunya punya visi dan misi dalam memasarkan produk atau jasanya, ada yang bertujuan mengenalkan produk baru, dan ada yang bertujuan mempertahankan produk lama yang telah ada, dari sini peneliti mulai tertarik menggali suatu informasi tentang produk dari perbankan bank syariah indonesia, yaitu program penghimpunan dana pihak ketiga untuk dikenalkan pada masyarakat.²

Bank merupakan lembaga keuangan yang mempunyai peranan yang sangat strategis dalam menyeraskan dan mengembangkan unsur-unsur triologi pembangunan nasional.

² Muzakir and Said Abadi, ‘Efektivitas Publisitas Produk Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ponorogo)’, *Falahiya: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1.1 (2022), 44-61 (h. 46 - 49)

Bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menerima simpanan giro, tabungan, dan deposito. Kemudian, bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang. Di samping itu, bank juga dikenal sebagai tempat untuk melakukan penukaran uang, memindahkan uang, atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran, seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak, dan pembayaran lainnya.³ Bank pada dasarnya adalah entitas yang melakukan penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau dengan kata lain melaksanakan fungsi intermediasi keuangan.⁴

Kaitan bank dengan uang dalam suatu unit bisnis adalah penting, namun di dalam pelaksanaannya harus menghilangkan adanya ketidakadilan, ketidakjujuran dan penghisapan dari satu pihak ke pihak lain (baik dengan nasabahnya). Kedudukan bank Islam dalam hubungan dengan para kliennya adalah sebagai mitra investor dan pedagang, sedang dalam hal bank pada umumnya, hubungannya adalah sebagai kreditur atau debitur.

Program penghimpunan dana pihak ketiga di bank syariah indonesia memiliki beragam produk dan program yang digunakan dalam proses penghimpunan dana. Beberapa

³ Hery, Dasar-Dasar Perbankan (Jakarta: Grasindo (Gramedia Widia Sarana Indonesia), 2019), h. 2

⁴ Maimun Maimun and Dara Tzahira, 'Prinsip Dasar Perbankan Syariah', *Al-Hiwalah : Journal Syariah Economic Law*, 1.2 (2022), 125-142 (h. 128)

produk yang umum digunakan dalam penghimpunan dana pihak ketiga di bank syariah adalah giro, tabungan, dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip Wadi'ah dan Mudharabah. Prinsip Wadi'ah diterapkan pada produk rekening giro, sementara prinsip Mudharabah digunakan dalam produk investasi.

Pembiayaan merupakan aktivitas bank syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak lain selain bank berdasarkan prinsip syariah. Penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan didasarkan pada kepercayaan yang diberikan oleh pemilik dana kepada pengguna dana, bahwa dana dalam bentuk pembiayaan yang diberikan pasti akan terbayar. Penerima pembiayaan mendapat kepercayaan dari pemberi pembiayaan, sehingga penerima pembiayaan berkewajiban untuk mengembalikan pembiayaan yang telah diterimanya sesuai dengan jangka waktu yang telah diperjanjikan dalam akad pembiayaan.⁵

BSI KC Bengkulu S Parman 1 beralamat di Jl. S. Parman No. 15, Kelurahan Padang Jati, Kecamatan Ratu Agung Kota Bengkulu. BSI KC Bengkulu S Parman 1 dalam pengawasan OJK akan mengendalikan pengawasan risiko usaha perbankan BSI sekaligus memiliki lisensi syariah. Hal itu menjadi modal

⁵ Andi Cahyono, 'Analisis Pembiayaan Kpr Menggunakan Akad Musyarakah Mutanaqisah Di Bank Syariah Indonesia KC Bengkulu S Parman 2', *Jurnal SNPPM (Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4.1 (2022), 192–197 (h. 194)

untuk memperkuat ekonomi masyarakat dan umat secara bersamaan. Keunggulan Bank Syariah Indonesia adalah konsep perbankan yang disesuaikan dengan konsep syariah, mulai dari pinjaman syariah, KPR syariah, kredit syariah dan lainnya.⁶

Untuk menjalankan program penghimpunan dana pihak ketiga, ada dua promosi yang dilakukan yaitu Spesial Margin dan Tabungan Berhadiah. Strategi promosi seperti spesial margin dan tabungan berhadiah digunakan untuk menarik minat nasabah dalam menyimpan dana. Namun, efektivitas dari strategi promosi ini perlu dievaluasi untuk memastikan keberhasilannya dalam meningkatkan penghimpunan dana pihak ketiga di BSI KC Bengkulu S Parman 1.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan peneliti dengan melakukan wawancara kepada bapak Rangga Mangara selaku *Consumer Banking Relationship Manager*, bahwa dalam menjalankan strategi penghimpunan dana pihak ketiga untuk meningkatkan jumlah nasabah, sejauh ini terdapat permasalahan yaitu persaingan promosi dari bank lain. Perbedaan promosi bank konvensional dan syariah. Untuk bank konvensional menekankan pada keunggulan kompetitif dan profitabilitas: menekankan pada suku bunga yang kompetitif, berbagai promo menarik (*cashback*, diskon,

⁶ "Bank Syariah Indonesia KC Bengkulu S Parman - Bengkulu, Bengkulu" diakses 07 Agustus 2024 <<https://idalamat.com/alamat/401938/bank-syariah-indonesia-kc-bengkulu-s-parman-bengkulu-bengkulu>>

hadiah), kemudahan dan kecepatan proses, serta jaringan luas. Produk dan fitur promosi akan menyoroti fitur-fitur produk seperti bunga KPR rendah, bunga deposito tinggi, kemudahan kartu kredit. Sedangkan pada bank konvensional Nilai-nilai Islam dan kemaslahatan menekankan pada prinsip bebas riba, kehalalan transaksi, sistem bagi hasil (mudharabah, musyarakah), dan kontribusi terhadap ekonomi syariah serta kesejahteraan sosial. Edukasi dan Pemahaman: Sering melakukan kampanye edukasi untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah dan manfaatnya. Kepercayaan dan amanah membangun citra sebagai lembaga keuangan yang amanah (terpercaya), jujur, dan berorientasi pada keberkahan. BSI diharapkan terus meningkatkan jumlah kantor layanan dengan lebih efektif dan efisien lagi, seperti pada daerah dimana mayoritas penduduknya masih memegang teguh syariat Islam. Hal ini menyebabkan jumlah nasabah yang tidak meningkat dari tahun ke tahunnya.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Analisis Efektivitas Promosi Pada Program Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Di Bsi Kc Bengkulu S Parman 1”

B. Batasan Masalah

Agar penelitian tidak menyimpang dari tujuan, maka peneliti hanya membatasi penelitian ini pada salah satu program yang ada di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Bengkulu S Parman 1 yaitu program penghimpunan dana pihak ketiga.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Bengkulu S Parman 1 Mempromosikan Program Penghimpunan Dana Pihak Ketiga?
2. Bagaimana Analisis Efektivitas Promosi Pada Program Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Di BSI KC Bengkulu S Parman 1?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Bengkulu S Parman 1 mempromosikan Program Penghimpunan Dana Pihak Ketiga

2. Untuk mengetahui Analisis Efektivitas Promosi Pada Program Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Di Bsi Kc Bengkulu S Parman 1.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dan memiliki kontribusi dalam pengembangan ilmu Keuangan Syariah dan dapat menjadi acuan untuk perbaikan dalam program penghimpunan dana pihak ketiga khususnya pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Bengkulu S Parman 1. Serta diharapkan mampu menjadi sumber referensi teoritis untuk penelitian sejenis di masa mendatang sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih konkrit dan mendalam dengan teori yang terdapat didalam penelitian ini.

2. Kegunaan Praktis

a) Kegunaan bagi akademik :

- 1) Menambah pemahaman tentang efektivitas promosi pada program penghimpunan dana pihak ketiga di Bank Syariah Indonesia.
- 2) Menyediakan referensi dan data empiris yang dapat digunakan dalam penelitian dan pengembangan ilmu keuangan syariah.

- 3) Menyumbangkan pengetahuan baru dalam bidang manajemen bank syariah.
- b) Kegunaan bagi masyarakat :
- 1) Membantu masyarakat memahami pentingnya promosi pada program penghimpunan dana pihak ketiga di Bank Syariah Indonesia.
 - 2) Meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai keuangan syariah dan manfaatnya.
 - 3) Memberikan panduan bagi masyarakat dalam memilih lembaga keuangan yang sesuai dengan penghimpunan yang efektif.
- c) Kegunaan bagi peneliti selanjutnya :
- 1) Menjadi referensi yang berguna untuk penelitian selanjutnya dalam bidang keuangan syariah.
 - 2) Membuka peluang untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang implementasi prinsip syariah dalam pengelolaan dana pihak ketiga di lembaga keuangan lainnya.
 - 3) Memberikan landasan untuk mengembangkan kerangka berpikir dan metodologi penelitian yang lebih baik.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilaksanakan oleh Fitri Meilani. Penelitian ini berjudul "*Strategi Penghimpunan Dana Pihak*

Ketiga Pada BMT Al-Fath IKMI Pamulang". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan BMT Al-Fath dalam menghimpun dana pihak ketiga, faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi strategi penghimpunan dana pihak ketiga dan bagaimana perkembangan dana pihak ketiga pada tahun 2006-2010 di BMT Al-Fath. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian analisis kuantitatif dan kualitatif yang bersifat analisis deskriptif yaitu dengan mengumpulkan, menyusun dan mendeskripsikan berbagai dokumen, data dan informasi yang aktual. Data-data yang diperoleh akan diinprestasikan dalam bentuk pemaparan dan analisa sehingga penulis dapat memberikan kesimpulan pada penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian lewat survey dan kajian yang dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan diantaranya strategi yang BMT Al-Fath lakukan adalah strategi pemasaran dan strategi promosi, faktor-faktor yang mempengaruhi strategi penghimpunan dana pihak ketiga adalah strategi produk, strategi harga dan strategi distribusi. Dan perkembangan dana pihak ketiga pada BMT Al-Fath dari tahun 2006-2010 terus mengalami kenaikan yang cukup signifikan.

Adapun persamaan penelitian adalah sama-sama membahas tentang dana pihak ketiga. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu membahas tentang

strateginya sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti membahas tentang efektivitas promosinya.

Penelitian yang dilaksanakan oleh Kasmawati. Penelitian ini berjudul “*Analisis Penggunaan Dana Pihak Ketiga Dalam Menghasilkan Laba Pada PT Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Cabang Jeneponto*” Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dana pihak ketiga dan penggunaan dana pihak ketiga dalam menghasilkan laba bagi PT Bank Rakyat Indonesia. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif yang dilaksanakan di PT. Bank Rakyat Indonesia Persero Cabang Jeneponto. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dana Pihak Ketiga (DPK) PT Bank Rakyat Indonesia terdiri dari: giro, tabungan dan deposito. Pertumbuhan DPK dari tahun 2015-2016 sebesar 12,78% mengalami kenaikan dibandingkan pertumbuhan DPK dari tahun 2014-2015 yang sebesar 7.50%. Penggunaan Dana Pihak Ketiga PT Bank Syariah Indonesia dilakukan melalui penyaluran kredit. Pada tahun 2016 terjadi pertumbuhan kredit sebesar 14,17% dan pertumbuhan laba 3,22%.

Adapun persamaan penelitian adalah sama-sama membahas tentang dana pihak ketiga. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu membahas tentang

penggunaannya dalam menghasilkan laba sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti membahas tentang efektivitas promosinya.

Penelitian yang dilaksanakan oleh Tria Yolanda. Penelitian ini berjudul “*Analisis Promosi Terhadap Dana Pihak Ketiga Di Perbankan Syariah*”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan analisis promosi dana pihak ketiga pada perbankan syariah. Jenis penelitian yang digunakan adalah studi literatur yang memuat teori-teori teoritis yang relevan dengan permasalahan penelitian. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dalam meningkatkan dana pihak ketiga melalui promosi dapat dilakukan: Periklanan, Promosi Penjualan, Penjualan Pribadi, Hubungan Masyarakat (*Public Relations*) dan Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*).

Adapun persamaan penelitian adalah sama-sama membahas tentang dana pihak ketiga. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu membahas tentang analisis promosinya sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti membahas tentang efektivitas promosinya.

Penelitian yang dilaksanakan oleh M. Nur Rianto Al Arif. Penelitian ini berjudul “*Efektifitas Biaya Promosi dan Biaya Diklat Terhadap Penghimpunan Dana Pihak Ketiga di Bank Syariah*”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis

pengaruh biaya promosi, biaya pendidikan dan pelatihan terhadap penghimpunan dana pihak ketiga di bank syariah. Penelitian ini menggunakan regresi OLS sederhana untuk menganalisis pengaruh biaya promosi, biaya pendidikan dan pelatihan kepada penghimpunan dana pihak ketiga di bank syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa baik biaya promosi maupun biaya pendidikan dan pelatihan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penghimpunan dana pihak ketiga di bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa kenaikan biaya promosi dan biaya pendidikan dan pelatihan akan dapat menaikkan penghimpunan dana pihak ketiga di bank syariah.

Adapun persamaan penelitian adalah sama-sama membahas tentang dana pihak ketiga. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu membahas tentang efektivitas biaya promosi dan diklat sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti membahas tentang efektivitas promosinya.

Penelitian yang dilaksanakan oleh Ira Ziara Wijayanti. Penelitian ini berjudul “*Strategi Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Pada PT. BTN (Persero) Tbk Cabang Magelang*”. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mendeskripsikan dan menganalisis strategi penghimpunan dana pihak ketiga yang terdapat pada PT. BTN (Persero) Tbk Cabang Magelang; 2) mendeskripsikan dan menganalisis hambatan yang dihadapi PT. BTN (Persero) Tbk Cabang Magelang dalam

menghimpun dana pihak ketiga; 3) mengevaluasi penilaian kinerja PT. BTN (Persero) Tbk Cabang Magelang dalam penerapan proses strategi menghimpun dana pihak ketiga. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisa data pada penelitian ini dengan mendeskripsikan dan menganalisis strategi penghimpunan dana pihak ketiga yang diterapkan pada PT. BTN (Persero) Tbk Cabang Magelang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penghimpunan dana pihak ketiga pada PT. BTN (Persero) Tbk Cabang Magelang sudah baik karena sudah diterapkan dan hasilnya memenuhi target yang telah ditetapkan.

Adapun persamaan penelitian adalah sama-sama membahas tentang dana pihak ketiga. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu membahas tentang strateginya sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti membahas tentang efektivitas promosinya.

Penelitian yang dilaksanakan oleh Suhartono, Suci Dwi Purwati, Taat Kuspriyono, Vera Agustina Yanti dan Lukman Hakim. Penelitian ini berjudul *“Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Dana Pihak Ketiga Pada PT. Bank BRI Syariah Indonesia Tbk”*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Biaya Promosi terhadap DPK. Data sampel diambil dari website BRI Syariah data perbulan 2016-2020 metode analisis data dengan menggunakan analisis statistik korelasi,

determinasi, dan regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan yang terbentuk dari dua variabel memiliki koefisien korelasi lebih dari satu arah hubungan yang positif, dan pengaruh biaya promosi terhadap dana pihak ketiga adalah 0,038% angka ini diperoleh dari hasil uji determinasi. Persamaan regresi yang terbentuk antara biaya promosi dan dana pihak ketiga adalah $\hat{Y} = 26705681,242 + 203,726X$.

Adapun persamaan penelitian adalah sama-sama membahas tentang dana pihak ketiga. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu membahas tentang pengaruh biaya promosinya sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti membahas tentang efektivitas promosinya.

Penelitian yang dilaksanakan oleh Bambang Prasetya, Syamsurijal Tan dan Arman Delis. Penelitian ini berjudul "*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Perbankan Syariah di Indonesia*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan Penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) Perbankan Syariah di Indonesia. Penelitian ini menggunakan data time series triwulan 1 tahun 2008 sampai dengan triwulan 4 tahun 2012. Alat analisis yang digunakan adalah regresi berganda. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa Suku Bunga perbankan konvensional (r), Equivalen rate (ER), Pertumbuhan Ekonomi (PE) dan Pertumbuhan Outlet (PO) secara bersama-sama berpengaruh

sangat nyata terhadap DPK Perbankan Syariah. Sementara secara parsial diketahui bahwa Suku Bunga Perbankan konvensional (r) berpengaruh signifikan terhadap DPK, Equivalen Rate (ER) tidak berpengaruh signifikan secara statistik, Pertumbuhan Ekonomi (PE) tidak berpengaruh signifikan secara statistik dan Pertumbuhan Outlet (PO) berpengaruh signifikan secara statistik terhadap DPK Perbankan Syariah.

Adapun persamaan penelitian adalah sama-sama membahas tentang dana pihak ketiga. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu membahas tentang faktor-faktornya sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti membahas tentang efektivitas promosinya.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penyusunan proposal skripsi ini penulis akan menguraikan secara umum setiap bab yang meliputi beberapa sub bab yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I ini merupakan bagian awal dari penulisan proposal skripsi ini yang menyajikan Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Penelitian Terdahulu dan Sistematika Penulisan.

BAB II KAJIAN TEORI & KERANGKA BERFIKIR

Bab II ini menguraikan Kajian Teori yang terdiri dari Teori Efektivitas, Teori Promosi, Pengelolaan Dana Pihak Ketiga, dan Faktor Yang Mempengaruhi Dana Pihak Ketiga. Yang kedua mencakup Kerangka Berfikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III ini berisi Jenis dan Pendekatan Penelitian, Waktu dan Lokasi Penelitian, Populasi dan Sampel, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data, Variabel dan Definisi Operasional, terakhir Teknik Analisis Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab IV ini berisi tentang Gambaran Umum Objek Penelitian, Hasil Penelitian dan Pembahasan

BAB V PENUTUP

Bab V menyajikan kesimpulan atas hasil penelitian dan beberapa saran yang diharapkan dapat bersifat konstruktif dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Bagian akhir skripsi meliputi daftar pustaka dan lampiran.