

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Era sekarang persaingan bisnis semakin sengit khususnya dibidang perbankan. Untuk menghadapi era ini, dunia perbankan didorong untuk siap menghadapi persaingan yang sengit ini. Bank merupakan lembaga keuangan yang menampung dana dari masyarakat dalam bentuk Dana Pihak Ketiga (DPK) yaitu, tabungan, giro, deposito dan menyalurkannya dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka mensejahterahkan masyarakat menurut Undang-undang No.10 Tahun 1998 tentang perbankan. Kegiatan operasional bank di Indonesia dibagi menjadi dua jenis yaitu, Bank Konvensional dan Bank Syariah. Bank konvensional merupakan lembaga keuangan yang menggunakan sistem bunga. Sedangkan, Bank Syariah pasal 19 Undang-undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, yang mengatur kegiatan usaha bank umum syariah, bank pembiayaan rakyat syariah, dan bank perkreditan syariah, menyatakan bahwa kegiatan usaha bank umum syariah menerima simpanan berupa giro, tabungan atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *wadiah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah (Muhaeni, Apsari, Yusron, & Setiyowati, 2022). Prinsip syariah yang dimaksud yaitu tidak menerapkan bunga dalam kegiatannya karena, di dalam Islam bunga atau riba sangat diharamkan.

Salah satu Bank Syariah di Indonesia yaitu Bank Syariah Indonesia yang merupakan *merger* dari BNI Syariah, Bank Mandiri Syariah, dan BRI Syariah yang di resmikan pada 1 Februari 2021 (19 Jumadil Akhir 1442 H). Bank Syariah Indonesia memiliki beberapa produk tabungan seperti Tabungan *Easy Wadiah*, Tabungan *Easy Mudharabah* yang menggunakan akad *Wadiah* dan *Mudharabah* yang sudah diatur dalam Fatwa DSN-MUI No. 02.

Dikarenakan era sekarang persaingan bisnis perbankan semakin sengit, maka mengharuskan perusahaan bertekad keras untuk lebih mengembangkan produk yang dijual dan memasarkan produknya ke

jangkauan yang lebih luas. Dalam memasarkan produknya, bank memiliki cara tersendiri yang dapat menarik perhatian para nasabahnya misalnya, memberikan hadiah kepada calon nasabah agar mereka tertarik untuk menabung dibank.

Pesta Hadiah merupakan program menghimpun dana yang di jalankan oleh Bank Syariah Indonesia yang dikhususkan bagi nasabah yang memiliki tabungan *Easy Wadiah* dan *Easy Mudharabah*. Program Pesta Hadiah hadir sejak Bank Syariah Indonesia (BSI) baru dibentuk yaitu pada tahun 2021.

Berdasarkan latar belakang tabungan *Easy Wadiah* dan *Easy Mudharabah* serta program pesta hadiah Bank Syariah Indonesia sehingga penulis tertarik untuk mengambil judul Tugas Akhir “**Strategi Pemasaran Tabungan Easy Wadiah dan Easy Mudharabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Ciputat**”.

## I.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang, penulis memiliki tujuan untuk :

1. Mengetahui produk tabungan *Easy Wadiah* dan *Easy Mudharabah* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Ciputat.
2. Mengetahui program Pesta Hadiah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Ciputat.
3. Mengetahui strategi pemasaran yang dijalankan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Ciputat dalam memasarkan tabungan *Easy Wadiah* dan *Easy Mudharabah*.

## I.3 Manfaat

1. Secara Teoritis

Diharapkan tugas akhir ini agar dapat memberikan pengetahuan kepada penulis dan juga pembaca mengenai tabungan *Easy Wadiah* dan *Easy Mudharabah* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Ciputat, program Pesta Hadiah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Ciputat, dan pemasaran tabungan *Easy Wadiah* dan *Easy Mudharabah* yang dijalankan oleh Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Ciputat.

## 2. Secara Praktis

Diharapkan tugas akhir ini dapat membantu dalam memberikan informasi dan masukan kepada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Ciputat dalam memasarkan tabungan khususnya *tabungan Easy Wadiah* dan *Easy Mudharabah*.