

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1. Latar Belakang

Bank adalah lembaga keuangan yang diatur berdasarkan undang-undang di Indonesia. Menurut Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan dalam bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, terdapat beberapa jenis bank di Indonesia yang dibedakan berdasarkan operasionalnya, diantaranya Bank Sentral, Bank Umum, Bank Perkreditan Rakyat (BPR), Bank Pembangunan Daerah, dan Bank Syariah. Bank Syariah adalah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam. Bank syariah menawarkan produk dan layanan sesuai dengan hukum Islam, seperti pembiayaan tanpa bunga (*mudharabah*, dan *musyarakah*), dan investasi yang mengikuti prinsip syariah pada Al- Qur'an dan Hadist Nabi SA Muhammad SAW atau dengan kata lain Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembiayaan serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Menurut Antonio dan Perwataatmadja (2015) bank yang beroperasi sesuai prinsip syariah islam adalah Bank yang dalam beroperasinya itu mengikuti ketentuan-ketentuan syariah islam. Dalam tata cara bermuamalat itu dijauhkan dari praktek-praktek yang dikhawatirkan mengandung unsur- unsur riba untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan.

Untuk menghindari pengoperasian bank dengan sistem bunga, islam memperkenalkan prinsip muamalah Islam dengan kata lain, Bank syariah lahir sebagai solusi alternatif terhadap persoalan pertentangan antara bunga bank dan riba. Kerinduan umat Islam melepaskan diri dari riba telah mendapatkan jawaban dengan lahir Bank Syariah. Bank Syariah lahir di Indonesia, yang

gencarnya, sekitar pada tahun 90-an atau tepatnya setelah ada Undang-undang No. 7 tahun 1992, yang diganti dengan Undang-Undang perbankan No. 10 tahun 1998, dalam bentuk sebuah bank yang beroperasinya dengan sistem bagi hasil atau Bank Syariah. Fungsi bank syariah itu sendiri yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah. Fungsi tersebut dapat diterapkan dalam beberapa akad, baik berdasarkan akad wadiah, murabahah, musyarakah, qardh, dan lain sebagainya.

Saat ini industri jasa keuangan tengah mengalami perkembangan yang sangat cepat. Dalam hal seperti ini, pemasaran efektif memiliki peranan sangat penting dalam menentukan apakah organisasi perusahaan akan bertahan, bertumbuh, dan berkembang kokoh atau justru menurun dan gagal dalam mempertahankan daya saing organisasi perusahaannya.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya keuangan yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah. PT Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah salah satu bank syariah terkemuka di Indonesia yang telah mengembangkan jaringan kantor cabangnya di berbagai daerah, termasuk Kantor Cabang Graha Paramita II Bintaro.

Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, strategi pemasaran yang efektif sangat penting bagi PT Bank Syariah Indonesia untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar serta memenuhi kebutuhan nasabahnya. Bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, Process, People, Physical, Evidence*) menjadi kerangka kerja yang relevan dalam mengelola strategi pemasaran. Melalui pemahaman mendalam tentang bauran pemasaran 7P, PT Bank Syariah Indonesia dapat mengidentifikasi kelebihan dan kelemahan dalam elemen-elemen pemasarannya serta mengembangkan rekomendasi strategis untuk meningkatkan kinerja pemasarannya.

Pada tulisan ilmiah sebelumnya telah banyak mengkaji tentang bauran pemasaran dalam konteks industri perbankan konvensional, namun penulisan yang terfokus pada bauran pemasaran dalam konteks perbankan syariah masih

terbatas. Oleh karena itu, penulisan ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang penerapan bauran pemasaran 7P di PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Graha Paramita II Bintaro. Dengan menganalisis produk, harga, tempat, promosi, proses, orang, dan bukti fisik yang diterapkan oleh bank ini, penulisan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi perkembangan strategi pemasaran di sektor perbankan syariah. Berdasarkan pada latar belakang di atas penulis mengangkat judul **“TINJAUAN BAURAN PEMASARAN DI PT BANK SYARIAH INDONESIA KC GRAHA PARAMITA II BINTARO”**

## **I.2. Tujuan**

Tujuan penulisan tugas akhir adalah :

1. Mengetahui implementasi bauran pemasaran 7P (produk, harga, tempat, promosi, proses, orang, dan bukti fisik) di PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Graha Paramita II Bintaro.
2. Memberikan rekomendasi untuk perbaikan dan pengembangan bauran pemasaran 7P agar dapat meningkatkan kinerja pemasaran PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Graha Paramita II Bintaro.

## **I.3. Manfaat**

Berdasarkan dari tujuan di atas, tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

### 1. Manfaat Teoritis

#### a. Bagi Akademis

Penulisan ini akan memberikan kontribusi baru dalam bidang studi pemasaran dan implementasi bauran pemasaran 7P dalam industri perbankan syariah.

#### b. Bagi Penulis

Penulis akan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang implementasi strategi 7P dalam konteks perbankan syariah. Penulis akan mempelajari aspek-aspek penting dalam pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat, promosi, proses, orang, dan bukti fisik. Hal ini akan

membantu penulis untuk mengembangkan pengetahuan dan keterampilan dalam bidang pemasaran.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Masyarakat

Dapat menjadi acuan masyarakat untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang bauran pemasaran 7P, serta masyarakat dapat memiliki pengetahuan yang lebih dalam, mengenai produk dan layanan perbankan syariah yang sesuai dengan kebutuhan mereka di PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Graha Paramita II Bintaro.

### b. Bagi Bank

Penulisan ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana penerapan bauran pemasaran 7P dapat memengaruhi keberhasilan dan daya saing PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Graha Paramita II Bintaro. Ini memberikan manfaat praktis bagi bank dalam merencanakan strategi pemasaran yang efektif dan meningkatkan posisi mereka di pasar perbankan syariah.