

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia. Jumlah ini akan terus meningkat seiring berjalannya waktu. Baru-baru ini telah dirilis data statistik dari portal data Kementerian Agama (Kemendag 2022) mengenai jumlah penduduk muslim di Indonesia yang hingga bulan maret 2022 telah mencapai 225 juta jiwa. Jumlah ini setara dengan 82,4% dari total penduduk Indonesia pada tahun yang sama. Sejalan dengan meningkatnya jumlah masyarakat muslim di Indonesia maka semakin cepat pula perkembangan industri keuangan di Indonesia.

Bank syariah merupakan sebuah lembaga yang menjalankan aktivitasnya dengan cara menyalurkan dan menghimpun dana masyarakat. Sebagai lembaga intermediary, bank syariah memiliki peran penting bagi aktivitas perekonomian masyarakat yakni pihak yang memiliki tanggung jawab sebagai lembaga yang diandalkan oleh masyarakat dalam penghimpunan dan penyaluran dana secara efektif, efisien dan adil ke arah peningkatan taraf hidup masyarakat.

Dari data terakhir yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik pada desember 2021 (OJK 2021) membuktikan adanya percepatan perkembangan industri lembaga keuangan syariah di Indonesia. Dari data tersebut diketahui bahwa telah terjadi peningkatan sebanyak 160 Kantor Bank Umum Syariah, 90 kantor Bank Umum Syariah, dan 164 Kantor Bank Pembiayaan Rakyat Syariah bila dibandingkan dengan data 3 tahun sebelumnya. Berikut merupakan data pertumbuhan perbankan pada tahun 2018 hingga akhir desember 2021.

Tabel 2.
Perkembangan Total Aset, Jaringan Kantor dan Tenaga Kerja Perbankan Syariah
(Total Assets, Networks, and Human Resources's Development of Islamic Banking)

Indikator / Indicator	2018	2019	2020					2021							
			Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mai	Jun	Jul	Ag	Sep	Ok	Nov	Des
Bank Umum Syariah / Islamic Commercial Bank															
- Total Aset (dalam miliar Rupiah) / Total Assets (in billion IDR)	316 691	350 364	397 073	395 476	394 862	393 168	399 886	404 353	411 461	415 155	413 937	418 766	423 170	429 733	441 789
- Jumlah Bank / Number of Banks	14	14	14	14	14	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
- Jumlah Kantor / Number of Offices	1 875	1 919	2 034	2 035	2 036	2 038	2 037	2 043	2 042	2 040	2 044	2 028	2 032	2 033	2 035
- KCI / Branch Offices	478	480	488	499	500	502	502	501	498	499	498	500	500	500	500
- KCP / Sub-Branch Offices	1 109	1 243	1 351	1 344	1 346	1 346	1 345	1 350	1 350	1 350	1 351	1 337	1 337	1 339	1 343
- KK / Cash Offices	198	196	195	192	190	190	190	191	191	191	192	194	193	195	194
- ATM / ATMs /ADMs	2 791	2 827	2 800	3 321	3 346	3 355	3 473	3 477	3 537	3 589	3 872	3 879	3 879	3 879	3 879
- Jumlah Tenaga Kerja / Number of Employees	49 516	49 654	50 212	50 483	50 483	50 483	53 854	49 462	51 472	44 737	45 379	45 436	49 380	50 355	50 708
Unit Usaha Syariah / Islamic Business Unit															
- Total Aset (dalam miliar Rupiah) / Total Assets (in billion IDR)	160 636	174 200	196 875	190 565	192 651	197 204	194 091	193 833	204 737	200 923	205 147	211 575	210 614	216 279	234 947
- Jumlah Bank Umum Konvensional yang memiliki UUS / Number of Conventional Banks that have Sharia Business Unit	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	21	21	21	21
- Jumlah Kantor UUS / Number of Offices	354	381	392	371	371	399	401	402	406	407	407	409	411	441	444
- KCI / Branch Offices	153	160	162	131	131	137	138	138	139	168	168	168	168	174	177
- KCP / Sub Branch Offices	148	159	169	178	178	188	188	189	189	189	189	189	170	171	196
- KK / Cash Offices	55	62	61	60	60	68	67	67	70	70	70	71	72	71	66
- ATM / ATMs /ADMs	171	176	182	161	161	211	211	211	211	218	218	219	219	219	218
- Jumlah Tenaga Kerja / Number of Employees	4 955	5 186	5 326	5 357	5 357	5 357	5 511	5 444	5 467	5 391	5 455	5 498	5 542	5 645	5 500
Total Aset BUS dan UUS (dalam miliar Rupiah) / Total Assets (in billion IDR)	477 327	524 564	593 948	586 041	587 513	590 372	593 977	598 186	616 198	616 078	619 084	630 341	633 784	646 012	676 735
Total Kantor BUS dan UUS / Total Number of Offices	2 229	2 300	2 426	2 406	2 407	2 433	2 438	2 445	2 448	2 447	2 451	2 437	2 443	2 474	2 479
Total ATM BUS dan UUS / Total Number of ATMs/ADMs	2 962	3 003	2 982	3 482	3 507	3 566	3 684	3 688	3 748	3 807	4 090	4 098	4 098	4 098	4 097
Total Tenaga Kerja BUS dan UUS / Total Number of Employees	54 471	54 840	55 538	55 940	55 840	55 840	59 365	54 906	56 939	50 128	50 834	50 934	54 922	55 900	56 298
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah / Sharia Rural Bank															
- Jumlah Bank / Number of Banks	167	164	163	163	163	163	163	163	163	165	165	165	163	163	164
- Jumlah Kantor / Number of Offices	495	617	627	627	629	631	635	637	639	650	648	670	661	649	659
- Jumlah Tenaga Kerja / Number of Employees	4 918	6 620	6 750	6 762	6 770	6 800	6 787	6 796	6 767	6 809	6 818	6 895	6 870	6 865	6 964

Gambar 1. 1 Data perkembangan aset dan total kantor bank syariah

Sumber : Website OJK (www.ojk.go.id)

Pada gambar tersebut juga diketahui bahwa total aset Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah pada tahun 2018 hingga akhir tahun 2021 menunjukkan kenaikan hingga mencapai 41,8%. Angka ini mencatat pertumbuhan yang lebih tinggi dari tingkat pertumbuhan perbankan nasional dan mengalahkan tingkat pertumbuhan bank konvensional yang hanya sebesar 21,6% dalam kurun waktu yang sama (OJK, 2021). Hal ini mengundang sambutan baik dari OJK untuk turut mendukung perkembangan lembaga keuangan syariah pada masa yang akan datang.

Provinsi kepulauan Bangka Belitung merupakan daerah yang melakukan perkembangan kegiatan ekonominya melalui sektor pertambangan, perkebunan dan perdagangan. Ketiga sektor ini membuat ekonomi provinsi kepulauan Bangka Belitung tumbuh dan berada pada peringkat empat terbaik dibandingkan dengan 33 provinsi lainnya. Pada masa pandemi Covid-19, perekonomian di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung tidak mendapatkan dampak negatif yang signifikan, namun justru mengalami pertumbuhan yang terakselerasi. Berdasarkan data laporan perekonomian Provinsi Kepulauan Bangka Belitung yang dipublikasi oleh Bank Indonesia (BI 2022), pada tahun 2021 Bangka Belitung mencatat

pertumbuhan ekonomi sebesar 6,32% (yoy) yang meningkat dibandingkan pada triwulan sebelumnya yakni sebesar 6,09% (yoy). Hal yang lebih menarik, pada laporan tersebut dikatakan bahwa stabilitas perekonomian pada provinsi Kepulauan Bangka Belitung masih terjaga bahkan menunjukkan perbaikan kinerja dengan risiko kredit yang membaik serta pertumbuhan dana pihak ketiga yang semakin meningkat. Pada laporan tersebut juga dikatakan bahwa pada tahun 2022, tingkat perekonomian di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung diperkirakan akan terus meningkat. Peningkatan perekonomian tersebut diperkirakan disebabkan oleh adanya perbaikan harga dan pendistribusian komoditas pada sektor perkebunan, pertanian, kelautan perikanan serta pertambangan.

Jika melihat jumlah penduduk dari data Badan Pusat Statistik 2022 (BPS 2022), saat ini jumlah masyarakat muslim di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung telah mendominasi hingga lebih dari 89% penduduk di kepulauan tersebut. Dengan semakin banyaknya masyarakat muslim serta pertumbuhan ekonomi yang sangat baik membuat semakin lajunya pertumbuhan industri perbankan di provinsi kepulauan Bangka Belitung.

PT PBRS Bangka Belitung merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang berdiri di Kepulauan Bangka Belitung sekaligus sebagai Bank Syariah pertama yang berdiri di kepulauan ini. Pada dasarnya tujuan utama dari Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah membantu masyarakat yang berada pada daerah pedesaan untuk mendapatkan bantuan modal dalam menjalankan usahanya. PT BPRS Bangka Belitung mulai melakukan operasi pada tanggal 03 Juni tahun 2002 berkat usulan masyarakat muslim yang mulai sadar akan haramnya riba pada bank konvensional. Sebagai bank pembiayaan rakyat syariah di Bangka Belitung, PT BPRS Bangka Belitung menjalankan usahanya berlandaskan prinsip syariah dengan menyediakan berbagai produk penghimpunan serta penyaluran dana dengan menerapkan akad-akad syariah. Kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana yang dilakukan, diperuntukkan bagi seluruh masyarakat mulai dari pegawai negeri hingga pengusaha kecil di pedesaan.

Terhitung hingga saat ini PT BPRS Bangka Belitung telah menjalankan operasinya selama 19 tahun dan memiliki beberapa kantor yang tersebar pada seluruh kota dan kabupaten di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Pada laporan keuangan yang dipublish oleh OJK tahun 2021 (OJK 2021) diketahui bahwa pada triwulan ke III tahun 2021 PT BPRS Bangka Belitung telah memiliki asset sebesar 439,5 milyar rupiah. Hal tersebut menunjukkan bahwa PT BPRS Bangka Belitung dapat berjalan dengan baik dan dipercaya masyarakat sehingga dapat terus berkembang dan mempertahankan eksistensinya hingga saat ini.

Namun lajunya pertumbuhan industri keuangan syariah di seluruh Indonesia, khususnya Provinsi Kepulauan Bangka Belitung membuat semakin banyaknya kompetitor yang hadir. Hal ini lah yang menjadi faktor dari peningkatkan persaingan perbankan di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Berikut merupakan beberapa pesaing PT BPRS Bangka Belitung dalam sektor perbankan

Tabel 1

Nama Perusahaan	Jenis	Total Aset
Bank Muamalat Indonesia	Bank Umum Syariah	Rp 52,064,160.00
Bank Sumsel Babel Syariah	Bank Umum Syariah	Rp 4,075,865.00
Bank Mega Syariah	Bank Umum Syariah	Rp 19,131,717.00
Bank Syariah Indonesia	Bank Umum Syariah	Rp 251,051,724.00
BPR Ukabima Lestari	Bank Pembiayaan Rakyat	Rp 105,961,800.00

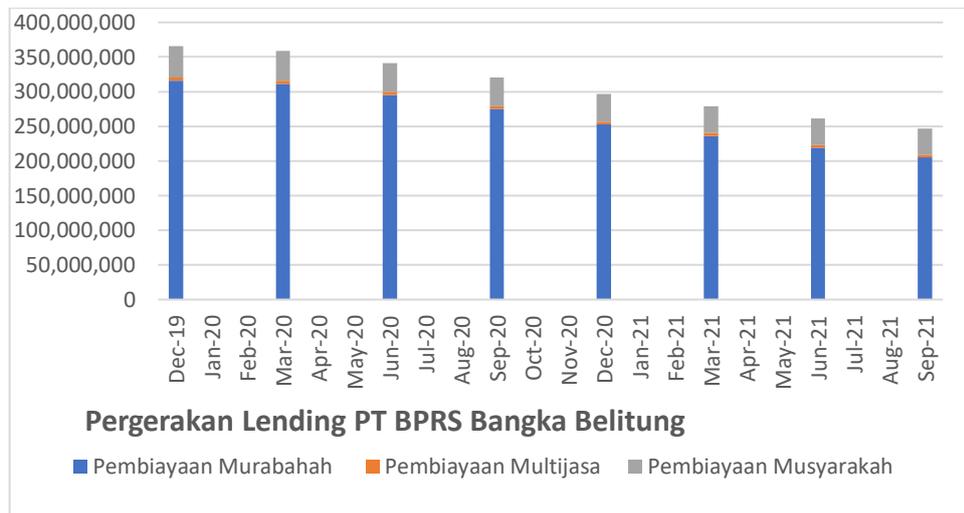
Sumber data : data diolah peneliti dengan sumber laporan OJK 2021

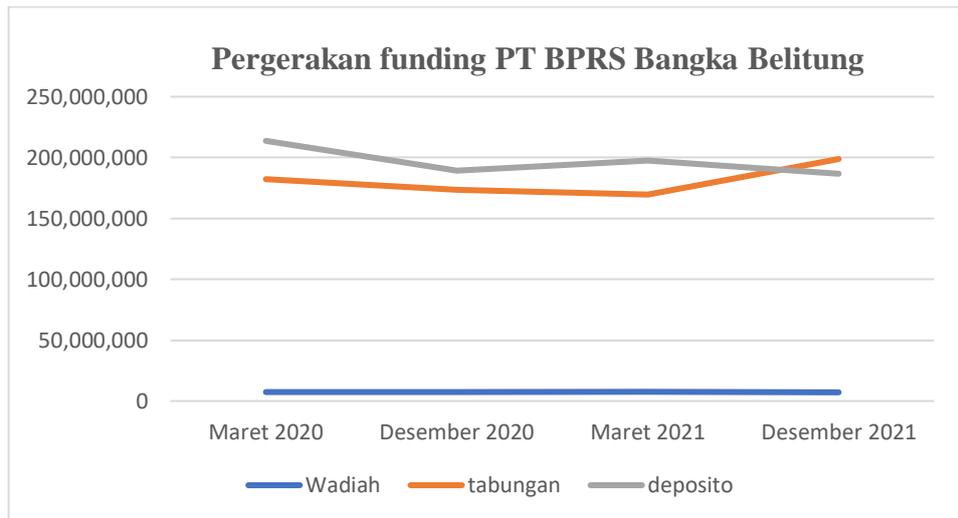
Meningkatnya persaingan bisnis perbankan di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung ini merupakan sebuah tantangan besar bagi PT BPRS Bangka Belitung. Persaingan yang semakin hari semakin meningkat membuat para pesaing memunculkan banyak produk, sistem usaha, inovasi dan strategi baru untuk menunjukkan keunggulan kompetitif. Selain itu, adanya perkembangan teknologi pada era globalisasi yang digunakan oleh

para pesaing dalam melayani nasabah juga menjadi salah satu ancaman besar PT BPRS Bangka Belitung. Pasalnya, dengan menggunakan jaringan yang terhubung dengan media digital, para pesaing dapat menjangkau lapisan masyarakat yang lebih luas dan tertarget. Selain itu pelayanan yang diberikan juga semakin cepat dan mudah sehingga memberikan kenyamanan dan kepuasan yang lebih pada para pelanggan.

Ancaman yang terjadi akibat adanya persaingan antar perbankan di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung memberikan pengaruh pada PT BPRS Bangka Belitung yakni adanya penurunan tingkat *funding* dan *lending* namun tiga bank pesaing lainnya menunjukkan pergerakan yang positif. Hal ini diketahui dari sumber dari laporan publikasi OJK dengan data yang telah diolah peneliti dan ditampilkan dalam bentuk bagan sebagai berikut.

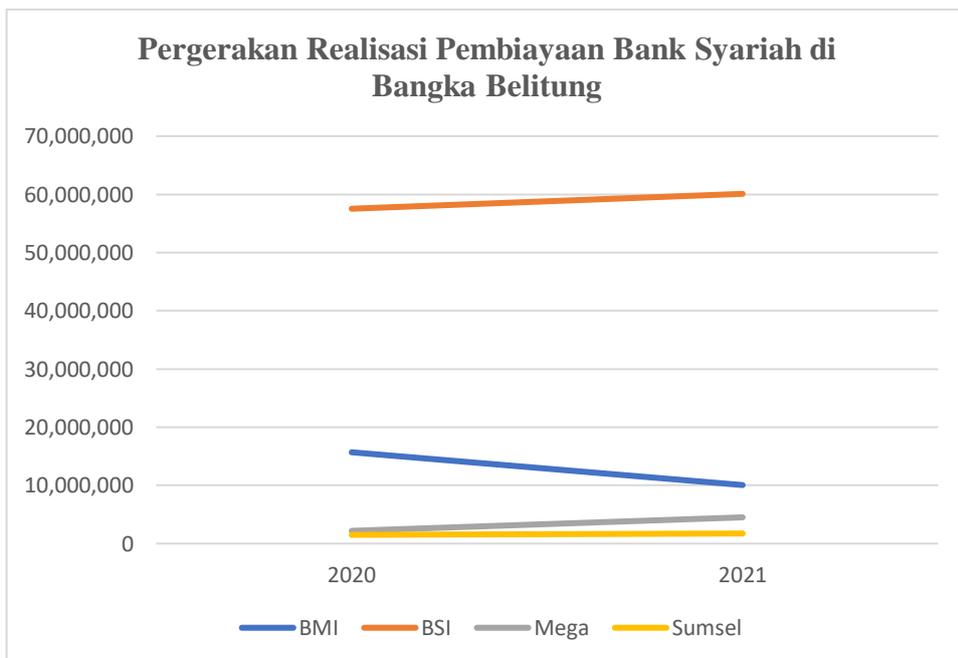
Gambar 1. 2 Data pergerakan Funding dan Lending pada PT BPRS Bangka Belitung





Sumber : Data diolah peneliti melalui laporan publikasi OJK

Sementara itu pergerakan realisasi pembiayaan pada tiga bank pesaing lainnya mengalami pertumbuhan positif, hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan untuk melakukan evaluasi hal yang menjadi permasalahan pada perusahaan sehingga dapat memberikan tidak lanjut yang tepat.



Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti pada PT BRPS Bangka Belitung, beberapa hal yang menjadi permasalahan pada perusahaan dalam melakukan realisasi pembiayaan maupun penghimpunan dana adalah adanya perbandingan yang dilakukan oleh nasabah atau calon

nasabah terhadap produk, layanan, pengamanan, kemudahan dan beberapa aspek lainnya yang dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Banyaknya inovasi yang dilakukan oleh perusahaan kompetitor terhadap produk, layanan, akses dan lainnya memberikan daya tarik tersendiri kepada nasabah sehingga membuat jumlah nasabah memilih untuk melakukan pembiayaan pada perusahaan lain dan membuat tingkat realisasi pembiayaan pada PT BRPS Bangka Belitung semakin menurun.

Sementara diketahui bahwa pembiayaan dan penghimpunan dana merupakan salah satu aspek utama yang menjadi penggerak perusahaan sektor perbankan. Tingginya atau rendahnya tingkat pembiayaan dan penghimpunan dana suatu bank dipengaruhi oleh kinerja pemasaran perusahaan tersebut. Apabila kegiatan pemasaran suatu perusahaan tidak berjalan dengan maksimal maka realisasi pembiayaan akan rendah. Namun sebaliknya, apabila kegiatan pemasaran yang dilakukan telah maksimal maka kemungkinan tingginya realisasi pembiayaan juga semakin besar. Agar dapat mempertahankan kinerja perusahaan terkait perbaikan tingkat pembiayaan, maka perusahaan perlu tanggap dalam melakukan evaluasi dan inovasi perbaikan strategi pemasaran untuk menghadapi persaingan yang ada.

Pemasaran merupakan proses sosial yang didalamnya terdapat sumber daya yang berperan baik individu maupun kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dengan cara menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk secara bebas kepada pihak lain (Kotler, 2002). Kesuksesan lembaga keuangan syariah tidak akan terlepas dari peran bagian pemasaran yang mampu memasarkan produknya sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Menurut (Erman, 2015), hal terpenting dalam pemasaran adalah bagaimana merumuskan strategi agar produk dan jasa yang ditawarkan dapat bersaing dan unggul dipasaran.

Bauran pemasaran atau *Marketing mix* atau bauran pemasaran merupakan salah satu strategi yang diterapkan oleh PT BPRS Bangka Belitung dalam menyajikan dan menawarkan produk yang dimiliki kepada

masyarakat. Menurut (Rahim & Mohamad, 2021) *marketing mix* memiliki fungsi untuk menyampaikan informasi terkait produk secara luas kepada masyarakat. Strategi ini akan memberikan sebuah preferensi pribadi pada masyarakat terhadap image suatu produk yang ditawarkan. Melalui *marketing mix*, bank dapat memperhatikan berbagai aspek yang akan mempengaruhi minat nasabah untuk datang dan melakukan transaksi pada PT BPRS Bangka Belitung. Sehingga dengan melakukan perbaikan dalam segala aspek dalam *marketing mix* maka perusahaan dapat memperbaiki kinerja yang belum maksimal.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Pura, 2012), *marketing mix* akan memberikan pengaruh para perbaikan kinerja suatu bisnis dikarenakan pada seluruh indikator-indikator pada *marketing mix* dapat berinteraksi langsung dengan pasar. Dengan adanya interaksi langsung dengan pasar membuat perusahaan dapat mengetahui hal apa saja yang perlu diperbaiki dan difasilitasi sehingga strategi ini dapat dikatakan kuat dalam menghadapi permintaan dan persaingan pasar. Hal ini sangat dibutuhkan perusahaan mengingat persaingan yang semakin hari semakin meningkat.

Pada dasarnya konsep utama dari *marketing mix* terdiri dari empat hal yaitu produk, harga, tempat dan promosi. Namun dewasa ini telah terdapat penambahan beberapa variabel yaitu orang, proses, dan lingkungan fisik. Dengan memperhatikan konsep utama dari *marketing mix* tersebut perusahaan akan mengetahui aspek apa saja yang perlu diperbaiki sehingga perusahaan akan lebih mudah mengetahui keinginan nasabah (Melnic, 2017).

Selain *marketing mix*, digital marketing juga menjadi salah satu strategi yang digunakan oleh PT BPRS Bangka Belitung dalam menghadapi persaingan bisnis perbankan. Menurut (Lucyantoro & Rachmansyah, 2018), digital marketing merupakan salah satu cara yang dapat digunakan dalam mempromosikan sebuah merek atau produk melalui media digital dengan jangkauan yang lebih luas serta memiliki tingkat efisiensi yang tinggi dikarenakan dapat menjangkau lebih cepat, tepat waktu serta relevan. Hal

ini dapat diterapkan oleh perusahaan untuk menjangkau nasabah yang lebih luas sehingga berpotensi untuk menaikkan besaran realisasi lending. Dalam digital marketing terdapat beberapa teori yakni content marketing, *search engine marketing*, *social media strategy*, konsep *pull*, serta konsep *push*. Teori digital marketing ini dapat digunakan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan perbankan terutama pada era globalisasi yang serba digital. Dengan menerapkan Digital Marketing Strategy, perusahaan dapat memberikan kepuasan yang diperlukan oleh pelanggan. Namun dari observasi yang dilakukan diketahui bahwa strategi *marketing mix* dan *digital marketing* pada PT BPRS Bangka Belitung belum diterapkan dengan baik dalam menghadapi persaingan perbankan yang semakin kompetitif. Oleh karena itu pada penelitian kali ini peneliti memilih PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bangka Belitung (PT BPRS Bangka Belitung) sebagai objek penelitian.

Dengan adanya latar belakang masalah tersebut dimana semakin tingginya tingkat persaingan pada sektor perbankan pada saat ini dan pada masa yang akan datang sehingga membuat perusahaan membutuhkan evaluasi strategi untuk meningkatkan kinerja perusahaan menjadi lebih baik. Oleh karena itu diangkatlah penelitian dengan judul “Analisis *Marketing Mix Strategy* dan *Digital Marketing Strategy* Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Perbankan (Study Kasus Pada PT BPRS Bangka Belitung)”

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, maka masalah utama yang akan dibahas dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

- a. Bagaimana implementasi *Marketing Mix Strategy* dan *Digital Marketing Strategy* yang diterapkan pada PT BPRS Bangka Belitung dalam menghadapi persaingan perbankan?

- b. Hal-hal apa saja yang menjadi kesulitan perusahaan dalam pengimplementasian *Marketing Mix Strategy* dan *Digital Marketing Strategy*?
- c. Apa rencana tindak lanjut yang dilakukan PT BPRS Bangka Belitung untuk menghadapi kesulitan dalam pengimplementasian *Marketing Mix Strategy* dan *Digital Marketing Strategy*?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana implementasi *Marketing Mix Strategy* dan *Digital Marketing Strategy* yang diterapkan pada PT BPRS Bangka Belitung dalam menghadapi persaingan perbankan?
2. Untuk mengetahui hal-hal apa saja yang menjadi kesulitan perusahaan dalam pengimplementasian *Marketing Mix Strategy* dan *Digital Marketing Strategy*?
3. Untuk mengetahui apa rencana tindak lanjut yang dilakukan PT BPRS Bangka Belitung untuk menghadapi kesulitan dalam pengimplementasian *Marketing Mix Strategy* dan *Digital Marketing Strategy*?

b. Manfaat penelitian

Dari dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya:

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai catatan atau saran bagi perusahaan untuk mempertahankan dan memenangkan persaingan bisnis perbankan, sekaligus untuk memperbaiki apabila terdapat kelemahan dan kekurangan. Serta menjadi lebih kompetitif dan mudah beradaptasi dengan pasar.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi salah satu bahan referensi dan masukan bagi para peneliti khususnya pada bidang pemasaran perbankan untuk mengetahui bagaimana penerapan Marketing Mix Strategy dalam menghadapi persaingan bisnis perbankan dimasa yang akan datang.