

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan ('adl wa tawazun), kemaslahatan (maslahah), universalisme (alamiyah), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan obyek yang haram. Selain itu, UU Perbankan Syariah juga mengamankan bank syariah untuk menjalankan fungsi sosial dengan menjalankan fungsi seperti lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (nazhir) sesuai kehendak pemberi wakaf (wakif).

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (BMI) merupakan salah satu bank syariah di Indonesia. Bank Muamalat merupakan bank pertama di Indonesia yang menerapkan prinsip syariah dan didirikan pada tahun 1992 oleh **Majelis Ulama Indonesia** (MUI). Saat ini Bank Muamalat memberikan layanan melalui 312 gerai yang tersebar di Indonesia dan merupakan satu-satunya bank syariah yang membuka cabang di luar negeri yaitu di Kuala Lumpur, Malaysia. Salah satu cabang Bank Muamalat di Indonesia terdapat di Kota Balikpapan. Bank Muamalat Balikpapan berdiri sejak 1997 dan bertempat di Komplek Klandasan Permai Blok A No. 6-7, Jalan Jendral Sudirman, Telaga Sari, Balikpapan Kota. Hingga saat ini, Bank Muamalat telah memiliki 239 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas

berupa 568 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, 51 unit Mobil Kas Keliling.

Saat ini, bank syariah terbesar di Indonesia adalah Bank Syariah Indonesia (BSI). PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) hadir secara resmi dan diresmikan oleh Presiden Joko Widodo pada 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H. BSI merupakan bank hasil merger antara PT Bank BRI syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah melalui Surat Keputusan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No. 04/KDK.03/2021 secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021. Penggabungan ini menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah tersebut, sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, BSI didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

Pada tahun 2020, terdapat 33 bank syariah di Indonesia, terdiri dari 14 Bank Umum Syariah (BUS) dan 19 Unit Usaha Syariah (UUS). Dan setelah adanya merger, jumlah bank syariah di Indonesia berkurang menjadi 1 entitas utama yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). BSI kini menjadi bank syariah terbesar di Indonesia dengan lebih dari 1.200 kantor cabang dan jumlah nasabah yang terus meningkat, mencapai sekitar 20 juta nasabah pada Maret 2024.

Hal ini menyebabkan persaingan penawaran produk menjadi lebih ketat di Indonesia terutama bagi Bank Muamalat Balikpapan yang harus melakukan pemasaran untuk menarik lebih banyak masyarakat di Kota Balikpapan sebagai pelanggan. Pemasaran memegang peran penting bagi aktivitas bisnis yaitu untuk mempengaruhi sejumlah hal krusial yang dapat mendukung pertumbuhan dan

keberhasilan perusahaan. Pemasaran membantu meningkatkan kesadaran konsumen terkait dengan produk atau layanan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Secara keseluruhan, pemasaran bukan hanya tentang menjual produk atau layanan, tetapi juga membangun dan memelihara hubungan yang kuat dengan pelanggan, memahami pasar, serta menciptakan nilai bagi perusahaan. Oleh karena itu, pemasaran merupakan salah satu elemen kunci dalam strategi bisnis yang berhasil dan berkelanjutan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa karyawan Bank Muamalat KC Balikpapan, segmentasi Bank Muamalat ini hanya fokus pada warga Balikpapan, selain itu tidak ada ketentuan dari suatu latar belakang, Bank Muamalat dapat melayani semua nasabah dari berbagai suku, budaya, dan agama. Target Bank Muamalat dalam pembiayaan ditujukan pada nasabah dengan pinjaman besar seperti untuk modal kerja dengan jumlah besar, pembangunan sekolah, masjid, hingga rumah sakit. Dan Bank Muamalat menggunakan pendekatan atribut untuk menerapkan strategi *positioning*.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti pada Bank Muamalat KC Balikpapan, dapat dikatakan bahwa Bank Muamalat KC Balikpapan cukup baik dalam strategi pemasarannya, walaupun terdapat penurunan di tahun 2021 ke tahun 2022. Alasan utama adanya penurunan yaitu dikarenakan covid yang mana menjadi alasan karyawan WFH (*work from home*) dan pembatasan nasabah untuk berkegiatan di luar rumah.

Tabel 1. 1 Jumlah Nasabah Bank Muamalat KC Balikpapan

Keterangan	2020	2021	2022	2023	2024
Jumlah Nasabah	421	528	495	638	687

Sumber Data: Dokumen Bank Muamalat KC Balikpapan

Dengan melihat peningkatan jumlah nasabah pada Bank Muamalat KC Balikpapan, dapat disimpulkan bahwa Bank Muamalat KC Balikpapan sudah mendapat kepercayaan dari masyarakat. Untuk mempertahankan eksistensi dan kepercayaan masyarakat tersebut tentunya, Bank Muamalat KC Balikpapan membutuhkan peran nasabah, dengan banyaknya pesaing yang bergerak pada jasa perbankan, yang menjadi ancaman bagi Bank Muamalat, karena hal ini tentunya berdampak pada pilihan nasabah.

Agar dapat mempertahankan kepercayaan nasabah dan meningkatkan peluang pemasaran, tentunya Bank Muamalat KC Balikpapan memiliki cara penerapan strategi *segmentation*, *targeting* dan *positioning* tersendiri. Dari pemaparan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP) pada Bank Muamalat KC Balikpapan**”

1.2 Fokus Penelitian

Dalam penelitian kali ini berfokus pada bagaimana Bank Muamalat KC Balikpapan menerapkan strategi *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* serta faktor-faktor yang menghambat dalam melaksanakan STP tersebut.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang serta fokus penelitian yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana gambaran umum Bank Muamalat KC Balikpapan?
2. Bagaimana analisis strategi *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* pada Bank Muamalat KC Balikpapan?
3. Apa faktor-faktor yang menghambat dan upaya yang dilakukan dalam analisis *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* pada Bank Muamalat KC Balikpapan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian kali ini antara lain:

1. Untuk mengetahui gambaran umum pada Bank Muamalat KC Balikpapan.
2. Untuk mengetahui analisis *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* pada Bank Muamalat KC Balikpapan.
3. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menghambat dan upaya apa saja yang dilakukan dalam analisis *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* pada Bank Muamalat KC Balikpapan.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pada bidang keilmuan maupun perkembangan secara ilmiah bagi penulis maupun pembaca tentang penerapan strategi *segmenting, targeting, dan positioning* pemasaran di Bank Muamalat KC Balikpapan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan atau referensi untuk pihak yang akan melakukan penelitian berikutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Diharapkan dapat memberikan wawasan yang luas, pengetahuan, serta pengalaman dalam pengembangan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan dalam praktek langsung di perusahaan.

b. Bagi Pembaca

Diharapkan dapat memberikan wawasan baru serta digunakan sebagai referensi penelitian sejenis maupun pengembangan lebih lanjut bagi pembaca mengenai implementasi strategi STP di suatu bank, khususnya Bank Muamalat KC Balikpapan. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan di dalam meningkatkan strategi pemasarannya.

1.6 Lokasi dan Lama Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank Muamalat KC Balikpapan, beralamat di Jalan Jendral Sudirman, Komplek Klandasan Permai Blok A No 6-7, Balikpapan, Kalimantan Timur.

1.6.2 Lamanya Penelitian

Adapun penelitian dimulai pada bulan September 2024.

Tabel 1. 2 Jadwal Penelitian

No	Keterangan	TAHUN 2024 – 2025																											
		SEPTEMBER				OKTOBER				NOVEMBER				DESEMBER				JANUARI				FEBRUARI							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
TAHAP PERSIAPAN																													
1	Penjajakan	■	■																										
2	Studi Kepustakaan			■	■																								
3	Pengajuan Judul							■																					
4	Bimbingan							■	■	■	■	■	■																
5	Penyusunan UP							■	■	■	■	■	■																
6	Seminar UP												■																
TAHAP PENELITIAN																													
1	Pengumpulan Data																												
	a. Observasi	■	■	■	■	■	■	■	■																				
	b. Wawancara	■	■	■	■	■	■	■	■																				
	c. Dokumentasi	■	■	■	■	■	■	■	■																				
2	Pengolahan Data													■	■	■	■	■	■	■	■								
3	Analisis Data																	■	■	■	■	■	■	■	■				
TAHAP PENYUSUNAN																													
1	Penyusunan Bab 4 – 5																	■	■	■	■	■	■	■	■				
2	Sidang Skripsi																										■		
<i>Sumber: Data diolah peneliti tahun 2024</i>																													