

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk dan jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut konsumen terutama untuk produk baru yang diluncurkan. Sedangkan dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis.¹

Persaingan bisnis yang semakin ketat di era globalisasi ini menuntut perusahaan untuk menyusun kembali strategi dan taktik bisnisnya. Jika dilihat lebih mendalam, ternyata esensi dari persaingan terletak pada bagaimana sebuah perusahaan dapat mengimplementasikan proses penciptaan produk dan atau jasanya secara lebih murah, lebih baik, dan lebih cepat dibandingkan dengan pesaing bisnisnya. Saat ini penerapan teknologi informasi dan

¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 193.

komunikasi diperlukan dalam dunia bisnis sebagai alat bantu dalam upaya memenangkan persaingan.²

Bagi dunia perbankan sistem informasi pemasaran dan riset sangat besar peranannya dalam mencapai tujuan pemasaran bank. Dengan adanya sistem informasi yang baik akan memudahkan bank mengumpulkan dan menyaring informasi yang berkembang di luar bank. Demikian dengan riset pemasaran yang dijalankan dan dikembangkan akan sangat memudahkan bank untuk merencanakan kegiatan pemasarannya. Bank dengan mudah dapat mengetahui setiap gejala yang terjadi di masyarakat, sehingga bank pun dapat menyesuaikan dengan perubahan keinginan dan kebutuhan masyarakat.³

Dunia perbankan di Indonesia memasuki masa persaingan yang sangat kompetitif. Hal ini disebabkan banyaknya bank yang beroperasi di Indonesia baik yang beroperasi secara lokal maupun internasional. Sektor perbankan memiliki peran yang strategis dalam memberikan sumbangsih terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara. Dewasa ini, bank-bank yang mampu bertahan melewati masa krisis maupun bank-bank yang baru beroperasi mulai berlomba-lomba untuk memberikan layanan yang terbaik kepada nasabahnya melalui pelayanan dengan inovasi teknologi informasi pada sistem pelayanan dan pemasaran.

Teknologi Informasi adalah seperangkat alat yang membantu bekerja dengan informasi dan melaksanakan tugas-tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi. Teknologi Informasi tidak

² <http://kittykiky.blogspot.co.id/2010/01/makalah-peranan-teknologi-informasi.html>.

³ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, ...204

hanya terbatas pada teknologi komputer (*software & hardware*) yang digunakan untuk memproses atau menyimpan informasi, melainkan juga mencakup teknologi komunikasi untuk mengirimkan informasi, Dengan kata lain, yang disebut Teknologi Informasi adalah gabungan antara Teknologi Komputer dan Teknologi Telekomunikasi. Teknologi Informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan suatu keluaran (*Output*) informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu, yang digunakan untuk keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan.

Teknologi informasi telah, sedang dan akan merubah kehidupan umat manusia dengan menjanjikan cara kerja dan cara hidup yang lebih efektif, lebih bermanfaat, dan lebih kreatif. Sebagaimana dua sisi, baik dan buruk, dari suatu teknologi, teknologi informasi juga seharusnya teknologi ini diarahkan dan ditempatkan dengan sebenar-benarnya, dan apabila keliru, suatu bangsa akan mengalami akibatnya secara fatal

Peran Teknologi Informasi Dalam Dunia Perbankan sangatlah penting dan tidak akan pernah dapat dipisahkan. Karena hampir dari setiap aspek perbankan mengandalkan teknologi informasi. Teknologi informasi ini mencakup sebuah perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*) yang dapat berwujud sebuah komputer atau perangkat lainnya yang digunakan dalam operasional kegiatan perbankan. Sedangkan pegawai bank yang akan mengoperasikan komputer serta perangkat-perangkat tersebut agar berjalan sesuai dengan keinginan. Kita dapat ambil contoh sederhana salah satu dari pemanfaatan teknologi informasi yakni mesin hitung uang yang

digunakan *Teller*.⁴ Pemanfaatan teknologi pada pemasaran produk perbankan terus dikembangkan. Bank sebagai perusahaan yang bergerak di bidang keuangan tentunya diharapkan memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabah. Apalagi pada dekade terakhir ini menurut hasil penelitian dari Mc Kinsey terhadap responden di Asia, termasuk Indonesia, menunjukkan bahwa perilaku nasabah pada nasabah bank cukup beragam, sehingga tingkat persaingan memperebutkan nasabah semakin bertambah mulai dari segmen *traditional savers* dimana perilaku mereka hanya didasari oleh kebutuhan dasar sehingga motivasi, keterlibatan sikap, serta pengetahuan yang rendah sehingga mereka cenderung memiliki produk yang beresiko rendah hingga segmen *modern planners* dimana tingkat pengetahuan, motivasi, sikap dan keterlibatan serta sumberdaya konsumen yang tinggi sehingga mereka cenderung memilih bank yang lebih canggih dengan pelayanan yang lebih baik.⁵

Peneliti tertarik untuk membahas penelitian ini pada BRI Syari'ah Kantor Cabang Pembantu Serang dikarenakan perbankan syari'ah membutuhkan informasi untuk mengembangkan usahanya dalam pemasaran produk berbasis teknologi informasi agar masyarakat dapat mengakses segala informasi yang berkaitan dengan produk perbankan di BRI Syari'ah. Jika melihat kondisi di BRI Syari'ah Kantor Cabang Pembantu Serang, pemasaran produk masih menggunakan cara tradisional yaitu menggunakan tenaga kerja pemasaran produk.

⁴Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2008), 73.

⁵Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*, (Bandung: IKAPI, 2010), 6.

Dari latar belakang diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul *“Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Pemasaran Produk Perbankan Syariah (Studi di BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang).*

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka permasalahan yang akan dibahas adalah sebagaiberikut:

1. Apakah terdapat pengaruh teknologi informasi pada pemasaran produk perbankan syari'ah di BRI Syari'ah Kantor Cabang Pembantu Serang?
2. Seberapa besar pengaruh teknologi informasi terhadap pemasaran produk perbankan syari'ah di BRI Syari'ah Kantor Cabang Pembantu Serang?

C. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari luasnya pokok bahasan, maka masalah pada penelitian “Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Pemasaran Produk Perbankan Syariah”, dibatasi pada pembahasan teknologi informasi dan pemasaran produk perbankan syari'ah, untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh teknologi informasi terhadap pemasaran produk perbankan syari'ah dan seberapa besar pengaruh teknologi informasi terhadap pemasaran produk perbankan syari'ah di BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Serang.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh teknologi informasi dalam pemasaran produk perbankan syariah di BRI Syariah KCP Serang.
2. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh teknologi informasi terhadap pemasaran produk perbankan syariah di BRI Syariah KCP Serang.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan
 - a. Sebagai masukan dan bahan informasi bagi lembaga perbankan dalam pengambilan keputusan khusus mengenai strategi pemasaran melalui teknologi informasi.
 - b. Dapat memberikan wacana yang positif bagi lembaga perbankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan produk dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap pemasaran produk perbankan khususnya pada masalah teknologi informasi.
2. Bagi Lembaga (IAIN SMH Banten)
 - a. Hasil penelitian ini dijadikan sebuah kajian ilmu pengetahuan guna pengembangan pada dunia pendidikan.
 - b. Sebagai tambahan kajian dan koleksi ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan ekonomi Islam.

3. Bagi Penulis

Dari penelitian ini, penulis dijadikan pengalaman dapat mengetahui sistem dan operasional serta strategi pemasaran perbankan syariah ditempat yang diteliti, juga sebagai pengalaman setelah menempuh belajar (mahasiswa) dan bekal dalam kehidupan lingkungan.

F. Kerangka Pemikiran

Islam merupakan sistem kehidupan yang bersifat komprehensif, yang mengatur semua aspek, baik dalam sosial, ekonomi, dan politik maupun kehidupan yang bersifat spiritual. Sebagaimana firmannya dalam QS. Al-Maa'idah ayat 3 sebagai berikut:

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالْدَّمُ وَلَحْمُ الْخَنزِيرِ وَمَا أُهِلَّ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ
وَالْمُنْخَنِقَةُ وَالْمَوْقُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا
ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْلَمِ ذَٰلِكُمْ فِسْقٌ
الْيَوْمَ يَئِسَ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ دِينِكُمْ فَلَا تَخْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنَ الْيَوْمَ
أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيْتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ دِينًا
فَمَنْ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرِ مُتَجَانِفٍ لِإِثْمٍ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

“Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelinya, dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala. Dan (diharamkan juga) mengundi nasib dengan anak panah, (mengundi nasib dengan anak panah itu) adalah kefasikan. Pada

*hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka dan takutlah kepada-Ku. Pada hari ini telah Kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Ku-cukupkan kepadamu ni'mat-Ku, dan telah Ku-ridhai Islam itu jadi agama bagimu. Maka barang siapa terpaksa karena kelaparan tanpa sengaja berbuat dosa, sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”.*⁶

Firman Allah SWT diatas jelas menyatakan bahwa Islam adalah agama yang sempurna dan mempunyai sistem tersendiri dalam menghadapi permasalahan kehidupan. Baik yang bersifat materiil maupun nonmateriil. Karena itu ekonomi sebagai salah satu aspek kehidupan, tentu juga sudah diatur dalam islam. Ini dapat dipahami, sebagai agama yang sempurna, mustahil Islam tidak dilengkapi dengan sistem dan konsep ekonomi. Suatu sistem yang dapat digunakan sebagai panduan bagi manusia dalam menjalankan kegiatan ekonomi. Suatu sistem yang garis besarnya sudah diatur dalam Al-qur'an dan As-Sunnah.⁷

Pada awal berdirinya bank Islam, karena ikatan emosional telah terbina dengan baik oleh para ulama setempat, bank Islam akan dibanjiri oleh para calon pemegang saham dan para penyimpan dana yang mengharapkan berkah dari investasinya. Akibatnya, kelebihan likuiditas adalah merupakan gejala normal terjadi pada bank Islam.⁸

Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup tentang kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank adalah badan

⁶Syamil Qur'an, *Departemen Agama RI, al qur'an dan terjemahnya*, (Bandung: Yayasan penyelenggara penerjemah/penafsir al qur 'an, 2007), 107.

⁷Mustafa Edwin Nasution, *op.cit*, 2.

⁸Wirdayaningsih,et.all, *Bank dan Asuransi Islam Di Indonesia*, Edisi Pertama Cetakan Kedua, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2006), 43.

usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Adanya sistem informasi dalam pemasaran dan riset pemasaran yang baik bank dapat memantau kegiatan yang dijalankan oleh para saingannya dan hal ini juga memudahkan bank dalam menyusun strategi melawan pesaing atau paling tidak berusaha mengimbangi setiap kegiatan yang dilakukan oleh pesaing.⁹

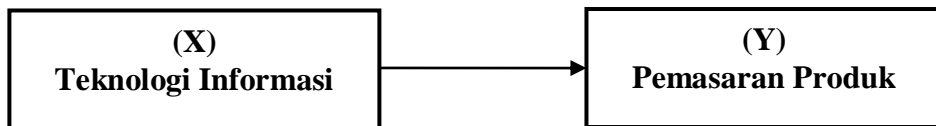
Promosi melalui teknologi informasi sangat dibutuhkan untuk kemajuan sebuah perusahaan. Perusahaan yang pengembangannya secara tradisional akan tertinggal. Negara-negara Islam yang mempraktekkan ekonomi syariah menghadapi tantangan untuk mengintegrasikan teknologi informasi dan ekonomi. Perbankan syari'ah membutuhkan teknologi yang lebih kompleks. Salah satunya berkaitan dengan penentuan bagi hasil yang tidak semudah menghitung bunga bank konvensional. Tidak dapat dipungkiri tantangan yang perlu mendapatkan perhatian praktisi ekonomi syariah adalah persaingan layanan di bidang teknologi informasi. Tak heran, banyak orang yang terpaksa masih menggunakan bank konvensional, walaupun sebetulnya mereka sangat menghindari penggunaan bank konvensional.

Keberhasilan promosi atau pemasaran produk melalui teknologi informasi akan menjadi modal pada persaingan memperebutkan nasabah yang semakin tinggi baik nasabah pada segmen *traditional savers* dimana perilaku mereka hanya didasari oleh kebutuhan dasar maupun nasabah pada segmen *modern planners* dimana tingkat

⁹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, ...205

pengetahuan, motivasi, sikap dan keterlibatan serta sumberdaya konsumen tinggi.

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang diterapkan bertujuan untuk menyajikan gambaran singkat mengenai permasalahan yang akan dibahas dalam penulisan ini, sehingga akan memperoleh gambaran yang jelas tentang isi dari penelitian yang terdiri dari beberapa bab diantaranya:

BAB I Pendahuluan

Berisi Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Pembatasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kerangka Pemikiran, dan Sistematika Penulisan.

BAB II Kajian Pustaka

Bab ini membahas tentang Hakikat Teknologi Informasi, dan Hakikat Pemasaran Produk Perbankan Syariah, serta Hipotesis Penelitian.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini memuat tentang beberapa hal substansial yakni Ruang Lingkup Penelitian, Populasi dan Sampel, Jenis Metodologi Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, dan Operasional Variabel Penelitian.

BAB IV Pembahasan Hasil Penelitian

Bab ini berisi tentang Gambaran Umum Objek Penelitian dan Pembahasan Hasil Penelitian meliputi Uji Validitas dan Reabilitas, Uji Normalitas, Uji Korelasi *Pearson Product Moment*.

BAB V Penutup

Bab ini membahas kesimpulan mengenai objek yang diteliti berdasarkan hasil analisis data dan memberikan saran bagi pihak yang terkait.