

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks penelitian**

Dalam kehidupan masyarakat, lembaga keuangan sudah menjadi wadah bagi mereka yang memilih untuk menggunakan jasa lembaga keuangan daripada mengelola penghasilan dengan mandiri. Lembaga keuangan merupakan sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dari perekonomian masyarakat. Dengan adanya lembaga keuangan sangat membantu karena di dalamnya terjadi suatu penghimpunan dana dari masyarakat, kemudian dana tersebut kembali disalurkan kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan.<sup>1</sup>

Di Indonesia terdapat lembaga keuangan yang beroperasi yang mana dapat dibedakan menjadi dua bagian yaitu bank konvensional dan bank syariah. Namun penelitian ini lebih menekankan pada lingkup bank syariah. Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima oleh bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dan bank. Perjanjian (akad) yang terdapat di perbankan syariah harus tunduk pada syarat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam syariah Islam.<sup>2</sup>

Menurut jenisnya Bank syariah terbagi menjadi dua yaitu Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

---

<sup>1</sup> Widya Dwi Pratiwi dan Makhrus, "Praktik Akad Wadi'ah Yad Dhamanah Pada Produk Tabungan Di BRI Syariah Kantor Cabang Purwokerto", *Hukum Ekonomi Syariah*, Vol, 1 No. 2 Oktober 2018, 178.

<sup>2</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2014), 32.

BPRS Bhakti Sumekar Sumenep yang beralamat di jalan Trunojoyo No. 137, Kecamatan Kota Sumenep, Kabupaten Sumenep. BPRS Bhakti Sumekar Sumenep merupakan lembaga keuangan yang berbasis syariah dan bebas bunga. BPRS Bhakti Sumekar Sumenep menawarkan berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukan masyarakat, antara lain menyalurkan dana dan menghimpun dana. BPRS Bhakti Sumekar Sumenep menghimpun dana dari masyarakat dengan tabungan.

Tabungan (*saving deposit*) merupakan jenis simpanan yang populer dilapisan masyarakat Indonesia mulai dari masyarakat kota sampai pedesaan.<sup>3</sup> Tabungan dalam bank syariah menggunakan dua akad, antara lain *wadi'ah* dan *mudharabah*. Dalam hal ini, peneliti menggunakan tabungan yang berdasarkan prinsip *wadi'ah*. Tabungan simpanan pelajar adalah tabungan yang dikhususkan kepada siswa sebagai sarana edukasi dalam mengelola dana yang dimiliki sejak dini untuk mencapai keinginannya dengan persyaratan yang mudah dan sederhana. Tabungan Simpanan Pelajar merupakan bentuk produk tabungan dengan akad *wadi'ah* (titipan) yang memberikan kelebihan berupa produk tabungan termurah dari produk tabungan lainnya.

Dalam memperkenalkan produk Tabungan Simpanan Pelajar, BPRS Bhakti Sumekar Sumenep melakukan pemasaran dengan beberapa sasaran yang hendak dicapai diantaranya meningkatkan mutu pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah. Dengan mengetahui keinginan dan kebutuhan nasabah serta lingkungan pemasaran yang mempengaruhinya, maka akan

---

<sup>3</sup> As Pino Be Kahar, "Pembiasaan Menabung Di Sekolah Dalam Upaya membentuk Kepribadian Anak", *Jurnal Pendidikan Guru Mi*, Vol 3, No. 2, (2020), 16.

mempermudah pihak bank untuk melakukan strategi pemasaran guna menarik minat nasabah.<sup>4</sup> Pemasaran pada intinya adalah suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari nasabah dalam rangka memberikan kepuasan yang optimal kepada nasabah.<sup>5</sup>

Strategi pemasaran yang mempunyai peran paling efektif dalam proses memasarkan barang maupun jasa adalah *personal selling*. *Personal selling* merupakan komunikasi langsung (tatap muka) untuk memperkenalkan dan memberikan pemahaman tentang suatu produk kepada calon pelanggan sehingga kemudian mereka akan mencoba membelinya.<sup>6</sup>

*Personal selling* yang dilakukan BPRS Bhakti Sumekar Sumenep diaplikasikan salah satunya dalam produk tabungan simpanan pelajar. Salah satu yang dilakukan BPRS Bhakti Sumekar adalah gerakan jemput bola untuk memberikan pelayanan menabung bagi siswa dilakukan dengan mobil pelayanan yang sudah dijadwal khusus di masing-masing sekolah.<sup>7</sup> Produk ini diterapkan di berbagai sekolah yang terdapat di Kabupaten Sumenep termasuk di MTSN 2 Sumenep.

MTSN 2 Sumenep merupakan sekolah menengah pertama yang berlokasi di Jl. KH. Agus Salim No. 354, Pangarangan, Kecamatan Kota Sumenep, Kabupaten Sumenep. BPRS Bhakti Sumekar Sumenep menyediakan program produk Tabungan Simpanan Pelajar yang ditujukan ke seluruh siswa MTSN 2 Sumenep.

---

<sup>4</sup>Hery, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT Grasindo, 2019), 104-105.

<sup>5</sup>Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), 6.

<sup>6</sup>Tjiptono, dkk. *Pemasaran Stratejik* (Yogyakarta: Andi, 2008), 224.

<sup>7</sup> Di akses dari <https://www.sumenepkab.go.id/>, pada tanggal 27 Maret 2023.

Menabung merupakan suatu perilaku menyediakan pendapatan untuk masa yang akan datang mengenai perencanaan dan untuk mempersiapkan diri dalam menghadapi hal-hal dikemudian hari yang tidak diinginkan. Secara luas menabung berarti suatu kegiatan dimana sebagian pendapatannya disisihkan dan kemudian dikumpulkan yang bertujuan sebagai cadangan pada masa depan.<sup>8</sup>

Budaya menabung di Indonesia saat ini masih terbilang rendah terutama di kalangan siswa-siswa. Bank Indonesia (BI) mencatat, minat menabung masyarakat di 38 kabupaten/kota di Jawa Timur sebesar 54,05% dari 37 juta penduduk yang menabung di bank (koran-sindo.com). Banyak siswa-siswa sekolah memiliki uang jajan yang banyak, gadget yang lebih dari satu, dan gemar berbelanja tetapi tidak memiliki rekening tabungan. Hal ini mengakibatkan budaya menabung di kalangan siswa rendah. Budaya menabung sejak dini sangat penting bagi mereka, terutama belajar untuk mengelola keuangan dengan baik. Oleh karena itu, budaya ini perlu untuk terus dikembangkan dan ditingkatkan masyarakat Indonesia terutama siswa-siswa sekolah yang semestinya menyadari pentingnya arti menabung.

Siswa MTSN 2 Sumenep dengan antusiasnya mengikuti kegiatan menabung melalui program tabungan simpanan pelajar. Antusiasme tersebut dibuktikan ketika banyak siswa yang mengantri untuk menyetorkan tabungan setiap pihak BPRS Bhakti Sumekar Sumenep datang ke MTSN 2 Sumenep. Kehadiran tabungan simpanan pelajar menjadi program unggulan MTSN 2 Sumenep yang sangat diminati oleh siswa. Karena program tabungan simpanan

---

<sup>8</sup>Dino Sanjaya dan Nasim, "Analisis Minat Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus: Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang)", *Jurnal Akutansi dan Keuangan*, Vol. 5, No. 2, (2021), 121.

pelajar tidak mewajibkan siswa untuk menabung setiap hari, melainkan 2 kali dalam seminggu yang dilakukan setiap hari senin dan selasa. Sehingga adanya tabungan simpanan pelajar dapat membuat siswa berlaku hemat dengan menyisihkan sebagian uangnya untuk menabung, dan juga memberikan pengenalan bagi siswa untuk mengenal praktik perbankan mulai sejak usia muda. BPRS Bhakti Sumekar Sumenep dalam mengenalkan Produk Tabungan Simpanan Pelajar dengan cara bersosialisasi secara langsung kepada siswa MTSN 2 Sumenep.<sup>9</sup> Namun, di samping banyak siswa yang antusias menabung, ada juga siswa yang tidak minat atau tertarik menabung dalam program tabungan simpanan pelajar dikarenakan siswa tidak diperbolehkan oleh orang tua dan ada juga siswa yang uang sakunya pas-pasan.

**Tabel 1.1**

**Data Siswa MTSN 2 Sumenep pada Tabungan Simpanan Pelajar**

DATA NASABAH TABUNGAN SIMPANAN PELAJAR MTSN 2 SUMENEP			
Kelas	Tahun	Jumlah	Siswa yang Menabung
VIII	2019	268	80
IX	2020	259	67

Dari tabel di atas diketahui bahwa jumlah siswa yang membuka rekening di Tabungan Simpanan Pelajar keseluruhan berjumlah 527. Sedangkan untuk

<sup>9</sup> Ainul Yakin, Guru Kesiswaan MTSN 2 Sumenep, *Wawancara Langsung* (31 Maret 2022).

siswa yang minat menabung berjumlah 147 siswa dari keseluruhan jumlah siswa kelas VIII dan IX.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di atas, maka penulis mengadakan penelitian mengenai “Strategi *Personal Selling* Dalam Menarik Minat Siswa MTSN 2 Sumenep Pada Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL) Di BPRS Bhakti Sumekar Sumenep”.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian di atas, maka dapat dikemukakan fokus penelitian yang dikaji dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi *personal selling* dalam menarik minat siswa MTSN 2 Sumenep pada Produk Tabungan Simpanan Pelajar di BPRS Bhakti Sumekar Sumenep?
2. Bagaimana minat siswa MTSN 2 Sumenep pada produk tabungan simpanan pelajar di BPRS Bhakti Sumekar Sumenep?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi *Personal selling* dalam menarik minat siswa MTSN 2 Sumenep pada produk tabungan simpanan pelajar di BPRS Bhakti Sumekar Sumenep.

2. Untuk mengetahui minat siswa MTSN 2 Sumenep pada produk tabungan simpanan pelajar di BPRS Bhakti Sumekar Sumenep.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini mempunyai dua manfaat yaitu makna secara teoritis dan makna secara praktis. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah keilmuan dan kajian yang lebih luas, serta dapat dijadikan rujukan bagi peneliti berikutnya tentang strategi *personal selling* dalam menarik minat siswa MTSN 2 Sumenep pada produk tabungan simpanan pelajar BPRS Bhakti Sumekar Sumenep.

Adapun secara praktis, hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi beberapa kalangan, antara lain:

1. Bagi pihak BPRS Bhakti Sumekar Sumenep

Sebagai bahan masukan kepada pihak bank dalam upaya meningkatkan kinerja operasional dan pelayanan secara lebih baik.

2. Bagi peneliti

Sebagai referensi untuk meningkatkan pengetahuan ilmu perbankan syariah mengenai strategi pemasaran.

3. Bagi akademisi

Penelitian ini dapat dimanfaatkan dalam pengembangan teori dan pengetahuan, serta berguna sebagai penunjang pengambilan keputusan.

## **E. Definisi Istilah**

Definisi istilah pada judul ini meliputi:

1. *Personal selling* merupakan sebuah bentuk pemasaran yang menyajikan presentasi pribadi dalam bentuk percakapan langsung antara penjual dengan satu atau lebih calon pembeli dimana tenaga penjual dapat membujuk atau mempengaruhi pembeli dengan tujuan akan tercipta suatu penjualan.
2. Minat adalah dorongan kuat bagi diri sendiri untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya tanpa ada paksaan dari orang lain.
3. Produk Tabungan Simpanan Pelajar adalah tabungan siswa atau pelajar yang diterbitkan oleh bank dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.
4. BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah) merupakan lembaga keuangan yang sistem kerjanya berdasarkan prinsip syariah.

Berdasarkan definisi di atas, maka penelitian ini bermaksud mengkaji lebih dalam mengenai strategi *personal selling* pada produk tabungan simpanan pelajar yang dijalankan oleh BPRS Bhakti Sumekar Sumenep.

## **F. Kajian Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu merupakan telaah pustaka yang berasal dari penelitian-penelitian yang sudah dilakukan. Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini diantaranya adalah:

1. Nurma Yulia, dalam skripsinya yang berjudul “Upaya Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Melalui Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL)”. Dalam penelitian ini Pengolahan data dilakukan secara deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan dalam memasarkan tabungan simpanan pelajar dengan menggunakan 4P yaitu (produk, harga, lokasi dan promosi). Dalam memasarkannya terdapat beberapa kendala diantaranya: keterbatasan tenaga kerja karena tidak adanya petugas *funding officer* dan kurangnya pendistribusian brosur. Sehingga upaya yang dilakukan oleh bank nagari dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan simpanan pelajar, sebagai berikut: *pertama*, memaksimalkan waktu yang ada untuk melakukan sosialisasi. *Kedua*, penggunaan rekening tabungan simpanan pelajar bagi pelajar yang mendapatkan bantuan beasiswa. *Ketiga*, pembukaan rekening tabungan sudah seperti tabungan umum tanpa harus ada kerjasama terlebih dahulu dengan pihak sekolah.<sup>10</sup>
2. Rifka Mawaddaty, dalam skripsinya yang berjudul “Strategi Komunikasi PT Bank Riau Kepri Capem Panam dalam Mensosialisasikan Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *pertama*, strategi komunikator adalah penugasan karyawan dari unit layanan pelanggan (*funding officer*) sebagai juru bicara untuk mensosialisasikan produk Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL) kepada siswa/pelajar di sekolah-sekolah. *Kedua*, dalam menetapkan target yaitu mulai dari Paud, TK,

---

<sup>10</sup>Nurma Yulia, “Upaya Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Melalui Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL)” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Batusangkar, 2019).

SD, SMP dan SMA yang berusia dibawah 17 tahun. *Ketiga*, strategi pesan adalah mengatur konten pesan yang terdiri dari ditel tentang Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL) dan cara penyampaiannya sesuai target. *Keempat*, penggunaan media untuk sosialisasi Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL) menggunakan media lama dan media baru (*leaflet*, brosur, poster, banner, *facebook* dan Instagram).<sup>11</sup>

3. Sintia Angraini Putri, dalam skripsinya berjudul “Analisis Strategi *Personal Selling* Pada Produk Tabungan Impian iB Di Bank Syari’ah Indonesia KCP Mojokerto Majapahit 2 Di Masa Pandemi Covid-19”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Tabungan Impian iB kurang diminati disebabkan ada 2 tahapan *personal selling* yang tidak diterapkan sehingga menyebabkan kesalahan dalam pemilihan target dan sempitnya wilayah sebaran informasi tentang *personal selling*.<sup>12</sup>
4. Dena Mellia Sri Rachmawati, dalam skripsinya berjudul “Strategi Pemasaran Pada Produk Tabungan Simpanan Pelajar di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Madya Pamekasan”. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa peneliti menggunakan strategi pemasaran 4P meliputi produk, harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*). Untuk strategi produk memiliki ciri khas yang berbeda disbanding dengan bank lain, strategi harga yang diberikan sudah mengikuti pasaran dengan memberikan harga yang sangat

---

<sup>11</sup>Rifka Mawaddaty, “*Strategi Komunikasi PT Bank Riau Kepri Capem Panam dalam Mensosialisasikan Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL)*” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2019).

<sup>12</sup>Sintia Angraini Putri, “*Analisis Strategi Personal Selling Pada Produk Tabungan Impian iB Di Bank Indonesia KCP Mojokerto Majapahit 2 Di Masa Pandemi Covid-19*” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021).

murah sehingga memudahkan siswa dalam menabung, strategi tempat yang dipilih sangat strategis yang terletak di jantung kota Pamekasan, dan strategi promosi dilakukan dengan melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah membagikan brosur serta melakukan sistem jemput bola dan promosi online melalui *whatsapp* dan *website* resmi BPRS Bhakti Sumekar.

**Tabel 1.2**

**Persamaan dan Perbedaan dengan Kajian Terdahulu**

<b>Judul Penelitian</b>	<b>Perbedaan</b>	<b>Persamaan</b>
Nurma Yulia (2019), “Upaya Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Melalui Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL)”	Penelitian terdahulu menggunakan strategi pemasaran dengan 4P sedangkan penelitian sekarang hanya menggunakan strategi promosi melalui penjualan pribadi ( <i>personal selling</i> ). Serta lokasi penelitian terdahulu di Bank Nagari Cabang Syariah Batusangkar dan lokasi penelitian sekarang di BPRS Bhakti Sumekar Sumenep.	Penelitian ini memiliki kesamaan dalam teknik pengumpulan data yaitu dengan pendekatan kualitatif dan membahas produk Tabungan Simpanan Pelajar.
Rifka Mawaddaty (2019), “Strategi Komunikasi PT Bank Riau Kepri Capem Panam dalam Mensosialisasikan Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL)”	Perbedaanya yaitu pada tempat penelitian berlangsung. Penelitian terdahulu berfokus pada strategi komunikasi melalui strategi pesan dengan menggunakan beberapa media	Sama-sama membahas produk Tabungan SIMPEL dengan menggunakan metode penelitian kualitatif.

	sedangkan penelitian sekarang lebih fokus pada penjualan pribadi ( <i>personal selling</i> ).	
Sintia Angraini Putri (2021), “Analisis Strategi <i>Personal Selling</i> Pada Produk Tabungan Impian iB Di Bank Syari’ah Indonesia KCP Mojokerto Majapahit 2 Di Masa Pandemi Covid-19”	Peneliti terdahulu mengambil objek Tabungan Impian iB di Bank Syariah Indonesia KCP Mojokerto Majapahit 2. Sedangkan penelitian saat ini mengambil objek tabungan simpanan pelajar di BPRS Bhakti Sumekar Sumenep.	penelitian ini memiliki kesamaan dalam pembahasan yaitu tentang <i>personal selling</i> .
Dena Mellia Sri Rachmawati (2022), “Strategi Pemasaran Pada Produk Tabungan Simpanan Pelajar di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Madya Pamekasan”	Peneliti terdahulu mengambil strategi pemasaran menggunakan 4P meliputi, <i>product</i> , <i>price</i> , <i>place</i> , <i>promotion</i> . Sedangkan peneliti sekarang menggunakan strategi <i>personal selling</i>	Kesamaan dari peneliti terdahulu terletak pada produk tabungan simpanan pelajar

Berdasarkan beberapa data mengenai penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa ada beberapa persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu metode penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan juga tabungan simpanan pelajar. Dan perbedaan yang dilakukan peneliti dengan peneliti terdahulu terletak pada langkah-langkah *personal selling* yang diterapkan.