# BAB I PENDAHULUAN

# Latar Belakang

Kegiatan ekonomi perbankan sudah ada sejak zaman Rasullah SAW. Oleh karena itu banyak prokontra ekonomi yang dihadapi manusia, maka ahli piker mulai memikirkan bagaimana mengubah seni ekonomi menjadi ilmu ekonomi seperti yang ada sekarang. Ilmu ekonomi ini akan terus berkembang sesuai dengan perkembangan peradaban manusia. Pada masa sekarang ini banyak bermunculan perbankan syariah dengan banyaknya bank konvensional yang masih memiliki rating lebih diatas bank syariah.

Perbankan pada saat ini khususnya bank umum merupakan inti *system* keuangan setiap negara. Kehadiran dan fungsi perbankan di Indonesia sangat berpengaruh positif di masyarakat, industri besar, menengah, atau kebawah yang mempunyai peranan dan pengaruh yang sangat signifikan. Dalam mengantisipasi kebutuhan masyarakat serta memberikan rasa aman, nyaman dalam melakukan transaksi perbankan terutama pada Bank Syariah. Kehadiran Bank Syariah merupakan salah satu solusi untuk menambah kepercayaan masyarakat terhadap kegiatan perbankan khususnya di Indonesia. Bank Syariah merupakan salah satu produk perbankan yang berlandaskan system perekonomian islam.

Bank awalnya berasal dari kata Italia “*Banca*” yang berarti penyambung. Yang sebagaimana biasa digunakan oleh para penukar uang di pasar, dipasar biasanya tempat untuk tukar-menukar dan peminjaman uang, dan seiring berjalannya zaman arti bank juga

turut disesuaikan, yang artinya tugas penting bank ialah melakukan penadahan -dana dari pihak ketiga dan menyalurkan kembali ke masyarakat dengan aman. (Sukmayani, dkk, 2008:118)

Sejarah perkembangan Bank Syariah Indonesia diilhami perkembangan bank syariah atau bank islam di luar negeri yang diawali dengan berdirinya Bank Mit Ghamr pada 1963 di Mesir. Bank tersebut tidak berumur panjang dan terpaksa ditutup pada 1967 karena alasan politik.

Pendirian Bank Syariah Indonesia berawal dari loka karya “Bunga Bank dan Perbankan” pada 18-20 Agustus 1990, yang kemudian dilanjutkan dengan Musyawarh Nasional (MUNAS) IV Majelis Ulama Indonesia (MUI) di Hotel Sahid, Jakarta pada 22- 25 Agustus tahun yang sama. Berdasarkan hasil MUNAS tersebut, MUI membentuk tim *Steering Committee* yang diketuai Dr.Ir.Amin Aziz, yang bertugas mempersiapkan segala sesuatu yang berkaitan dengan berdirinya Bank Syariah Indonesia.Dalam berjalannya waktu bank di Indonesia berkembang menjadi adanya bank syariah atau perbankkan islam

yang dimana sistem perbakkannya dilaksanakan berdasarkan syariat atau hukum islam.

Gambar 1.1. Ilustrasi Bank Syariah

Sumber : [https://finance.detik.com/moneter/d-6421498/bank-syariah-masih-disebut-riba-begini-](https://finance.detik.com/moneter/d-6421498/bank-syariah-masih-disebut-riba-begini-penjelasannya)

[penjelasannya](https://finance.detik.com/moneter/d-6421498/bank-syariah-masih-disebut-riba-begini-penjelasannya)

Bank Syariah ialah lembaga keuangan yang fungsinya memperlancar ekonomi melalui aktivitas kegiatan usaha berupa jual-beli, investasi, penawaran dan sebagainya yang mendasarkan nilai- nilai atau prinsip dari syariah (Rolinah, Dkk, 2021:119). Pada intinya bank syariah adalah perbankkan yang prinsipnya berpatokan pada nilai-nilai syariah atau perjanjian berdasarkan nilai hukum islam. Pada penelitian ini objek utama yang dipakai adalah Bank Syariah Indonesia.

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) resmi beroprasi pada 1 Februari 2021 yang sebagaimana Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan bank syariah terbesar di indonesia dengan hasil penggabungan (*Merger*) tiga bank syariah yaitu BRI Syariah (BRIS), Bank Syariah Mandiri (BSM), dan Bank BNI Syariah (BNIS), (Kasman 2021:690).

Bank Syariah Indonesia sudah menjadi bagian kehidupan masyarat yang dimana banyak masyarakat sudah mempercayai Bank Syariah Indonesia untuk menyimpan dana, berinvestasi, dan melakukan transaksi berdasarkan ketentuan syariah. Maka dari itu perusahaan ini memerlukan maskot sebagai ciri khas suatu Bank tersebut sebagai mana bahwa maskot ini menggambarkan makna dan daya tarik pada suatu karkter perusahaan.

Maskot merupakan personifikasi atau ciri khas dari sebuah brand perusahaan yang mewakili *velue* dari sebuah perusahaan terebut dengan tujuan memberikan daya tarik perushaan tersebut. Maskot ini berpengaruh tinggi di suatu perusahaan, keliru sedikit mendesain maskot akan merusak *velue* perusahaan itu sendiri (Soeherman 2022:66).

Semakin bagus maskot sebuah perusahaan semakin bagus daya jual perusahaan tersebut dan ini sangat penting pada dunia perbankkan terutama Bank Syariah Indonesia, karna memang sudah sebagian besar masyarakat mempercayainya, dan jika kita fokuskan ke salah satu cabang Bank Syariah Indonesia yaitu di KCP Gading Serpong 2 Kota Tangerang Selatan, bisa dibilang

cabang ini memiliki daya jual yang tinggi karna tempatnya yang dikelilingi perusahaan- perusahaan lainnya, tetapi sayangnya BSI KCP Gading Serpong ini belum mempunyai maskot tersendiri. Pada pembuatan maskot ini, teknologi yang digunakan ialah aplikasi Adobe Ilustrator yang digunakan untuk merancang maskot pada Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam bentuk animasi.

# Rumusan Masalah

Dari pernyataan-pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa masalah yang dihadapi ialah:

* + 1. Bagaimana langkah – langkah membuat maskot Bank Syariah Indonesia KCP Gading Serpong 2 ?
		2. Apa makna dari maskot Bank Syariah Indonesia KCP Gading Serpong 2 ?

# Tujuan Perancangan

Maksud dari perancangan pembuatan maskot ini ialah untuk mengidentifikasi ciri khas dari Bank Syariah Indonesia KCP Gading Serpong 2 untuk lebih dikenal oleh masyarakat dalam dunia perbankkan.

# Manfaat Kekaryaan

* + 1. **Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari perancangan media adalah Hasil dari perancangan diharapkan agar nasabah bisa lebih mengenal dan mengetahui di Bank Syariah Indonesia KCP Gading Serpong 2 dengan cara yang lebih mudah. Manfaat lainnya juga untuk menjadikan perancangan ini sebegai media promosi resmi yang menarik dan kreatif, dan dapat menambah pengetahuan tentang bagaimana pentingnya

desain dalam sebuah iklan untuk tujuan meningkatkan nilai jual produk itu sendiri.diharapkan juga hasil dari penelitian ini untuk referensi khalayak yang ingin mengetahui tentang perancangan desain produk pada berbagai macam media.

# Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari hasil perancangan ini diharapkan desain yang telah dibuat dapat di aplikasikan melalui maskot sebagai media promosi untuk Bank Syariah Indonesia KCP Gading Serpong 2.