BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Bank adalah salah satu lembaga keuangan yang mempunyai peranan penting dalam perekonomian suatu Negara. Bank sebagai badan usaha yang menghimpun dananya dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan dalam bentuk lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup rakyat.[2] Dilihat dari segi imbalan maupun jasa atas penggunaan dana baik simpanan atau pinjaman menurut peraturan Bank Indonesia No. 9/7/PBI/2007 bank sendiri dibedakan menjadi dua yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional adalah bank yang dalam aktivitasnya memberikan dan mengenakan imbalan berupa bunga. Sedangkan bank syariah adalah suatu lembaga keuangan yang dalam aktivitasnya memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip syari'ah yaitu jual beli dan bagi hasil dengan melalui produk-produk dan jasa perbankan tidak terlepas dari ketentuan yang ada di Al-Qur'an dan Al-Hadist.[3]

Perkembangan Lembaga keuangan saat ini telah mengalami banyak perubahan. Setiap lembaga keuangan dihadapkan dengan masalah mengenai pemasaran maka dari itu, dapat merumuskan rencana strategi pemasaran kompetitif yang efektif. Selain itu kurangnya

[2] Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah:Dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hal. 25

[3] Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2011), hal. 29

pengetahuan masyarakat bisa diakibatkan oleh kurangnya komunikasi, informasi ataupun promosi. Perusahaan perlu mendapatkan informasi sejauh mungkin segala sesuatu mengenai pesaingnya. Perusahaan harus terus menerus membandingkan produk, harga, saluran dan promosi miliknya dan milik pesaingnya.

Persaingan usaha antar bank syariah yang semakin tajam telah mendorong munculnya berbagai jenis produk dan sistem usaha dalam berbagai keunggulan kompetititf. Keadaan tersebut menuntut para pelaku perusahaan untuk lebih mempertahankan kelangsungan hidup perusahaanya. Dengan cara ini perusahaan akan dapat menemukan kekurangan dan keunggulan kompetitif yang ada dan dapat melakukan kampanye yang kuat terhadap pesaing dan bila perlu menyiapkan pertahanan yang kuat terhadap aksi pesaing.[4]

Untuk menyikapinya pihak perbankan harus memberi rangsangan dan kepercayaan dengan balas jasa seperti bagi hasil, hadiah atau balas jasa lainnya sehingga masyarakat berniat menanamkan dananya. Oleh sebab itu diperlukan suatu strategi pemasaran untuk usaha peningkatan yaitu dengan cara mengukur kemampuan perusahaan dalam memasarkan produk dan layanan pada pelanggan yang bertujuan untuk penilaian dari konsumen terhadap perkembangan lembaga itu sendiri.

Haji merupakan kewajiban yang mesti dipenuhi oleh umat Islam yang mampu baik dari segi financial maupun fisik. Penunjang pelaksanaan pemberangkatan ibadah haji dari tanah air di Arab Saudi pemerintah

---

[4] Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: CV. Yrama Widya, 2012), hal. 241

bahkan telah membuat berbagai macam kebijakan dan aturan petunjuk operasional pelaksanaan pengurusan jamaah di daerah-daerah. Undang-Undang N0.13/2008 bahkan mengatur secara tegas manajmen pelayanan dan administrasi pelaksanaan ibadah haji di tanah air. Ibadah haji juga dapat diartikan sebagai aktivitas berkunjung ke rumah Allah Swt (*Baitullah*) untuk melakukan *Thawaf, sa'i, wukuf* di arafah dan amalan manasik lainnya dalam waktu dan tempat tertentu sanggup mengadakan perjalanan berarti menyangkut kesanggupan fisik, materi, maupun rohani. Ketiganya merupakan syarat yang harus dipenuhi oleh seseorang muslim yang hendak melaksanakan ibadah haji. Bila syarat tersebut belum terpenuhi maka gugurlah kewajiban untuk menunaikannya.

Tabel 1.1

Jumlah Calon Jamaah Haji di Bank Muamalat Indonesia Tbk, KCP Blitar

No	Tahun	Jumlah Jamaah Haji
1	2016	416 Jamaah
2	2017	483 Jamaah
3	2018	718 Jamaah
4	2019	772 Jamaah

*Sumb*er: Wawancara dengan karyawan Bank Muamalat Indonesia

Indonesia merupakan penyumbang jamaah haji terbesar di dunia. Kita tahu bahwa Indonesia merupakan Negara berpenduduk muslim terbesar di dunia yang tersebar dari Sabang sampai Merauke dengan jumlah penduduk muslim 76% dari total penduduk Indonesia 265 juta

jiwa.[5] Dari table diatas menunjukkan antusias yang tinggi untuk masyarakat yang berkeinginan haji. Oleh karena itu menjadi salah satu modal utama banyaknya bank yang melihat peluang itu kemudian berlomba-lomba membuat produk tabungan yang sama sehingga persaingan semakin ketat maka diperlukan strategi pemasaran khusus untuk menarik minat nasabah.

Tabungan haji di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Blitar adalah tabungan yang menggunakan prinsip *wadi'ah yad dhamanah* yaitu akad penitipan dimana pihak penerima titipan dengan izin pemilik dapat memanfaatkan barang titipan, Sehingga dengan demikian harus menanggung atas kerusakan atau kehilangan barang titipan tersebut.[6]

Tabungan haji di Bank Muamalat lebih dikenal dengan Tabungan iB Hijrah Haji yang mempunyai berbagai macam kelebihan yang jarang ditemukan di produk tabungan haji syariah lainnya. Seperti mempunyai keunggulan lebih praktis yaitu dengan tersedia beragam nominal *standing instruction* bulanan maupun harian yang dapat disesuaikan tanpa repot ke kantor cabang/ATM. Sedangkan jika dilihat dari fitur perorangan yang ditawarkan di Tabungan iB Hijrah Haji Bank Muamalat terdiri mulai dari jenis rekeningnya yang berupa rekening perorangan dan dapat diperuntukkan atas nama anak (dibawah 17 tahun).

Fenomena daftar tunggu (*waiting list)* haji di Indonesia yang terjadi saat ini yang mencapai 14 tahun bahkan lebih, banyak menyadarkan umat muslim yang kemudian merencanakan ibadah haji

---

[5] http://databoks.katadata.co.id Diakses 10 Desember 2020

[6] Susanto, Burhanuddin, *Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: UII Press, 2008), hal. 264

sejak dini yaitu dengan cara membuka rekening tabungan haji. Hal ini kemudian ditangkap menjadi peluang oleh bank- bank dan lembaga keuangan lain dengan membuat produk tabungan haji dengan berbagai strategi pemasaran untuk menarik minat nasabah.

Bank Muamalat menggunakan strategi bauran pemasaran atau marketing mix 4P yaitu *produk, price, place*, dan *promotion*. Selain itu juga terdapat pelayanan jemput bola yang biasanya dilakukan pada hari minggu pada saat pengajian dan hari-hari besar ataupun bazar dimana bank muamalat ikut berpartisipasi didalamnya. Pelayanan jemput bola merupakan sebuah strategi dimana para marketing atau karyawan bank melakukan kegiatan pemasaran dengan cara langsung mendatangi nasabah. Strategi jemput bola memiliki tingkat pengaruh yang kuat terhadap suatu produk ataupunjasa, sebab seorang marketing akan terjun langsung ke lapangan untuk melakukan pelayanan ke berbagai nasabah. Kegiatan jemput bola ini bermaksud untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada nasabah yang akan melakukan transaksi.

Selain itu BMI Juga memberikan promo yaitu Tabungan Haji berhadiah Umrah yang akan diberikan dengan cara diundi. Undian akan diberikan kepada nasabah apabila nasabah menyetorkan uang tunai sebesar Rp. 25.000.000,- ke dalam rekening tabungan hajinya. Dengan adanya produk ini diharapkan masyarakat dapat dipermudah untuk melaksanakan ibadah ke *baitullah*. Berdasarkan penjelasan diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Strategi Pemasaran Dalam**

Meningkatkan Nasabah Produk Tabungan iB Haji di PT Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Blitar."

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan sebelumnya, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi pemasaran Tabungan iB Hujrah Haji di PT Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Blitar?
2. Apa kendala yang dihadapi dalam memasarkan Tabungan iB Haji di PT Bank Muamalat Tbk KCP Blitar?
3. Bagaimana Solusi dalam mengatasi kendala Strategi Pemasaran Tabungan IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Blitar?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis strategi pemasaran Tabunggan IB Hirah Haji di PT Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Blitar.
2. Untuk menganalisis kendala-kendala yang dihadapi dalam memasarkan tabungan IB Haji di PT Bank Muamalat Tbk KCP Blitar
3. Untuk menganalisis solusi yang dihadapi dalam strategi pemasaran Tabungan IB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Blitar

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Manfaat teoritis yang diharapkan dari penelitian ini adalah dapat menjad bahan referensi untuk pengembangan ilmu guna menganalisis terkait dengan Strategi Pemasaran tabungan IB Hijrah Haji untuk

meningkatkan minat menabung nasabah di PT Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Blitar

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat dijadikan dokumentasi akademik yang bertujuan untuk menambah pengetahuan civitas akademik Institus Agama Islam Negeri Tulungagung.

b. Bagi Peneliti Lain

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk penelitian berikutnya, terutama untuk bahan acuan penelitian yang sejenis.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan memberikan saran dan panduan khususnya terkait kesejahteraan akibat adanya suatu fenomena baru di masyarakat.

E. Penegasan Istilah

1. Penegasan Konseptual

a. Strategi

Menurut John A. Byrne strategi adalah sebuah pola yang mndasar dari sasaran yang berjalan dan yang direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing dan factor-faktor lingkungan.[7]

b. Pemasaran

[7] Ali Hasam, *Marketing Bank Syariah: Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah Cet.1*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hal. 29

Menurut Philip Kotler pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok medapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

c. Produk

Menurut Philip Kotler adalah suatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli yang digunakan untuk konsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.[8]

d. Tabungan Haji

Tabungan haji merupakan tabungan dalam rangka mempermudah masyarakat untuk menabung yang nantinya akan digunakan oleh yang bersangkutan untuk menunaikan ibadah haji. Setelah adanya pembatasan atau kuota untuk jamaah haji itu sendiri pada masing-masing negara pengirim jamaah, maka tabungan haji akan berhubungan dengan Sistem Komputerisasi Terpadu (SISKOHAT) yaitu sistem yang dirancang sebagai alat control, penampungan data dan pengolahan data dalam pelaksanaan dan penyelenggaraan urusan haji antara perbankan dengan Departemen Agama RI.[9]

e. IB Hijrah Haji

---

[8] Kasmir, dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis Cet. 1*, (Jakarta:Kencana, 2004), hal. 135

[9] Tri Widiyono, *Aspek Umum Operasional Transaksi Produk Perbankan di Indonesia*, (Bogor: Ghalia Indoesia, 2006), hal. 175

IB Hijrah Haji adalah produk tabungan pada Bank Muamalat Indonesia yang dimaksudkan untuk mewujudkan serta mempermudah niat nasabah untuk menunaikan haji.

2. Definisi Operasional

a. Strategi

Strategi merupakan rencana atau cara yang digunakan oleh perusahaan itu sendiri untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

b. Pemasaran

Pemasaran merupakan pertukaran produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara member kepuasan.

c. Produk

Produk adalah apa saja yang ditawarkan dipasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memnuhi kebutuan dan keinginan.

d. Tabungan Haji

Tabungan haji merupakan tabungan yang digunakan untuk mempermudah masyarakat untuk menabung yang nantinya akan digunakan oleh yang bersangkutan untuk menunaikan ibadah haji.

F. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan dengan lebih fokus penulis membatasi terhadap variable penelitian yang diangkat. Sehingga batasan masalah pada penelitian ini yaitu Bagaimana Strategi Pemasaran yang

dilakukan Bank Muamalat Indonesia Tbk, KCP blitar untuk menarik minat menabung produk tabungan IB Hirah Haji.

G. **Sistematika Penulisan Skripsi**

Adapun sistematika penyusunan proposal skripsi dibagi menjadi tiga bagian utama yaitu:bagian awal terdiri dari : halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, daftar isi, daftar lampiran.

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini memaparkan secara singkat mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah baik definisi konseptual maupun definisi operasional serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini memaparkan secara singkat mengenai teori yang membahas variabel/sub variabel, kajian penelitian terdahulu kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan beberapa subbabnya diantaranya jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan teknik pengumpulan data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini merupakan inti dari pembahasan yang memaparkan hasil penelitian yang berisi deskripsi data pengujian hipotesis.

BAB V : PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan pembahasan data penelitian dan hasil analisi data

BAB VI : PENUTUP

Bab ini merupakan bab akhir yang berisi kesimpulan dan saran.