

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Hampir puluhan abad lamanya ekonomi di dunia didominasi oleh sistem bunga, dan dalam transaksi yang dilakukan di perbankan selalu berkaitan dengan bunga. Dengan itu membuktikan bahwa dalam waktu bertahun-tahun Negara ini didominasi oleh bunga yang membuat ketidakberdayaan mengatasi masalah ekonomi, bahkan menjadikan faktor ketimpangan bagi Negara.²

Keberadaan perbankan syariah di Indonesia merupakan perwujudan dari keinginan masyarakat yang membutuhkan suatu sistem perbankan alternative yang menyediakan jasa perbankan yang memenuhi prinsip syariah. Eksistensi bank syariah telah mencapai 23 tahun sejak dikeluarkannya UU No. 07 Tahun 1992 tentang Perbankan. Keberadaan bank syariah mendapat pengakuan yang tegas dengan dikeluarkannya UU No. 10 Tahun 1998 tentang perubahan UU No. 7 Tahun 1992 yang menyebutkan bahwa “Bank umum syariah atau bank umum konvensional dapat juga menjalankan kegiatan syariah atau bank umum konvensional dapat juga menjalankan kegiatan syariah disamping kegiatan konvensional”.³ Kemudian UU No. 21 Tahun 2008 yang mengatur secara spesifik tentang kegiatan perbankan syariah dan

² Dudi Badruzaman, Riba dalam Perspektif Keuangan Islam, *Jurnal Al Amwal*: Vol.1, No. 2, 2019, hal. 49-50

³ UUD Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas UU Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan

jenis-jenisnya. Bank Syariah adalah perusahaan perbankan yang berprinsip dengan syariat Islam dan sesuai dengan kemaslahatan hukum Islam dalam kegiatannya yang berdasarkan fatwa dikeluarkan oleh lembaga penetapan fatwa yang ahli dalam bidang syariah.

Dalam UU No. 21 Tahun 2008 telah di terbitkannya bank syariah. Hal ini harus ditanggapi positif karena salah satu bentuk kepedulian pemerintah kepada bank. Dengan begitu prinsip dari bank syariah perlu adanya penegasan agar pandangan masyarakat yang memandang perbankan syariah sama dengan bank konvensional dapat dihilangkan. Karena akan menghentikan proses pertumbuhan yang di arahkan pada masyarakat sehingga sikap masyarakat terhadap produk perbankan syariah menunjukkan keinginan yang membahagiakan terhadap produk perbankan syariah.⁴

Bank sebagai lembaga keuangan yang menghasilkan jasa keuangan juga membutuhkan strategi pemasaran dalam memasarkan produknya. Dalam melakukan pemasaran, bank memiliki beberapa sasaran yang hendak dicapai. Artinya, nilai penting pemasaran bank terletak dari tujuan yang ingin dicapai tersebut seperti dalam hal meningkatkan mutu pelayanan dan menyediakan ragam produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah, serta lingkungan pemasaran yang mempengaruhinya memudahkan bank untuk melakukan strategi guna merebut hati nasabah.

Dari kejadian tersebut membuat tantangan bagi para manajemen perusahaan yang ahli dalam bidang pemasaran dalam mempromosikan dan

⁴ Arif Effendi, Industri Perbankan Syariah di Indonesia dalam Perspektif Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, *Jurnal Wahana Akademia* Vol.1 No.2, 2014, hal.151-152

strategi dalam pemasaran di dalam perusahaan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi para konsumen dalam melakukan pembelian yaitu mengenai bauran pemasaran (*marketing mix*) sebagai alat pemasaran yang terkontrol yang dikolaborasikan oleh perusahaan agar menghasilkan respon baik bagi konsumen yang diinginkan oleh perusahaan. Empat kebijakan pemasaran yang sering disebut konsep 4p atau bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah Produk (*product*), Tempat (*place*), Promosi (*promotion*), dan Harga (*price*).⁵

Pemasaran adalah suatu kegiatan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan dengan tujuan memenuhi kebutuhan konsumen (pasar) dan dalam rangka memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Strategi pemasaran seharusnya dapat memberikan sebuah keinginan yang terarah mengenai proses pemasaran dan tujuan yang akan dicapai perusahaan dalam memaksimalkan peluang usaha sekaligus menghindari ancaman.

Pada zaman sekarang menunaikan ibadah haji bukan lagi sesuatu yang sulit. Karena semakin banyak lembaga-lembaga keuangan bank konvensional maupun bank syariah mempermudah dalam menunaikan ibadah haji. Ibadah haji adalah rukun Islam kelima setelah syahadat, shalat, zakat, dan puasa yang wajib dilaksanakan oleh setiap orang Islam yang memenuhi syarat. Haji merupakan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh semua umat Islam yang mampu, baik dari segi financial ataupun fisik. Haji adalah ibadah yang memerlukan pengorbanan bagi umat Islam. Jika mengingkari kewajiban haji, sama artinya dengan mengingkari kewajiban lainnya. Jika seseorang tidak

⁵ Nur Asnawi & Muhammad Asnan Fanani, "*Pemasaran Syariah Teori, Filosof & Isu-isu Kontemporer*", (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2017), hal.161

bisa melaksanakan maka bukan berarti haji menjadi tidak wajib, karena haji kewajiban yang wajib dipenuhi oleh manusia yang beriman dalam memenuhi panggilan Allah SWT.⁶

Indonesia adalah penyalur jamaah haji terbesar dan terbanyak dunia. Karena Indonesia sebagian besar penduduk sebagai orang muslim oleh karena itu salah satu penyalur jamaah haji terbanyak. Dengan begitu banyak bank-bank konvensional membuka unit usaha syariah atau sama artinya dengan membuka bank syariah dan terlepas dari induk usaha. Dari sini bank-bank syariah bersaing menghadirkan macam-macam produk tabungan yang salah satunya produk tabungan haji karena semakin meningkatnya masyarakat bahwa melaksanakan ibadah haji itu wajib.

Dari informasi yang diterima maka Bank Muamalat Indonesia berusaha memperbarui inovasi atau pengembangan produk yang bertujuan guna mempermudah proses transaksi yang dilakukan oleh nasabah. Salah satu produk inovasi yang membuat nasabah senang yaitu bisa menghantarkan dan mewujudkan keinginan yaitu tabungan haji. Bank Muamalat Indonesia merupakan salah satu bank syariah terbaik yang bisa mewujudkan apa yang menjadi keinginan nasabah untuk menjalankan ibadah haji melalui produk tabungan haji. Karena Bank Muamalat Indonesia telah mendapatkan kepercayaan dari Kementerian Agama.

Salah satu produk inovasi baru yang dibuat oleh Bank Muamalat Indonesia adalah produk tabungan iB Hijrah Haji diharapkan menjadi solusi

⁶ Aqwa Naser Daulay, Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Perkembangan Produk Tabungan Haji Perbankan Syariah di Indonesia, *Human Falah* Vol.4, No.1, 2017, hal.118

terbaik dalam perencanaan keuangan syariah bagi nasabah yang hendak menabung dan juga hendak memenuhi kebutuhan perencanaan di masa yang akan datang. Dari adanya kegiatan penyampaian informasi melalui sosialisasi kepada masyarakat agar masyarakat tahu apa itu produk tabungan haji iB Hijrah Haji. Karena banyak persaingan diantara bank-bank lain maka Bank Muamalat Cabang Kediri yang memiliki produk tabungan iB Hijrah Haji dituntut untuk melaksanakan proses pemasaran yang dapat menarik minat masyarakat ataupun calon nasabah yang nantinya akan menjadi nasabah Bank Muamalat.

Setiap tahun ada berjuta-juta umat Islam dari seluruh dunia yang melaksanakan haji, bahkan setiap tahunnya semakin bertambah dan semakin bertambah umat Islam yang ingin berangkat haji termasuk umat Islam di Indonesia. Dengan begitu pemerintah Arab Saudi menetapkan aturan kuota haji bagi setiap Negara jamaah haji termasuk Indonesia untuk membatasi banyaknya jamaah haji yang berangkat sehingga dapat melaksanakan haji dengan nyaman dan aman.

Di bawah ini adalah data jumlah peningkatan perkembangan nasabah tabungan haji di Indonesia.

Tabel 1. 1 Jumlah Jamaah Haji Tahun 2015-2019

Tahun	Jumlah Jamaah Haji
2015	168.800 jamaah
2016	168.800 jamaah
2017	221,000 jamaah
2018	221,000 jamaah
2019	221,000 jamaah

Sumber: Kementerian Agama Republik Indonesia Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah.

Dari tabel diatas dijelaskan bahwa jumlah total jamaah haji di Indonesia pada tahun 2015 dan 2016 mencapai 168.800 orang, pada tahun 2017 sampai 2019 mencapai 221.000 orang. Pada table diatas dapat diketahui bahwa jumlah jamaah haji tahun 2017 meningkat dibandingkan dua tahun terakhir. Untuk jumlah jamaah haji tahun ini sama dengan kuota jamaah haji tiga sejak tahun 2017.

Dalam proses penyetoran dana haji di Indonesia, perbankan syariah menyediakan produk dan jasa yang disebut dengan tabungan haji. Tabungan haji memudahkan nasabah dalam menentukan keberangkatan haji secara terencana dan membantu dalam pengelolaan dana untuk menunaikan ibadah haji. Simpanan dana pada bisnis perbankan merupakan kegiatan penghimpunan dana (*funding*). Pihak perbankan syariah sampai saat ini masih menggunakan bisnis produk penyimpanan dana nasabah untuk melaksanakan ibadah haji karena dalam produk tabungan haji akan memberikan nisbah bagi hasil pihak bank kepada nasabah begitu juga akan menimbulkan timbal balik antara nasabah dengan pihak bank.

Bank Muamalat Indonesia melakukan berbagai strategi untuk meningkatkan produk tabungan iB Muamalat Haji yaitu dengan bekerja sama dengan biro travel haji, mengikuti pameran *tour* dan travel umrah atau haji, memberikan souvenir kepada calon jamaah haji, melakukan promosi berupa *standing banner*, brosur, spanduk di cabang-cabang Bank Muamalat Indonesia serta melakukan promosi melalui media cetak dan elektronik.

Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk. Promosi juga mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank di mata nasabahnya. Oleh sebab itu promosi sangat penting dilakukan oleh suatu bank dalam meningkatkan nasabahnya.⁷

Dari beberapa pemaparan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan minat nasabah pada produk tabungan haji. Akad yang digunakan pada Tabungan iB Hijrah Haji merupakan akad *wadi'ah* atau simpanan dimana akad tersebut menguntungkan nasabah karena tidak adanya pengurangan biaya dari dana di setorkan. Maka yang akan diangkat oleh penulis adalah **“Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Nasabah pada Produk Tabungan Haji di Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri”**.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam penelitian ini, berdasarkan latar belakang diatas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk Tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri?

⁷ Afnan I. Abbas dkk, Strategi Pemasaran Produk Tabungan Ib Hijrah Rencana Pada Bank Muamalat Cabang Manado, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.8 No.1, 2019, hal.55

2. Bagaimana kendala-kendala yang terkait dalam pelaksanaan strategi pemasaran produk Tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri?
3. Bagaimana upaya mengatasi kendala dalam pelaksanaan strategi produk Tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk Tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri.
2. Untuk mendeskripsikan kendala-kendala dalam pelaksanaan strategi pemasaran produk Tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri.
3. Untuk mendeskripsikan upaya untuk mengatasi kendala dalam pelaksanaan strategi pemasaran produk Tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri.

D. Batasan Masalah

Karena adanya keterbatasan kerja dan waktu, maka penulis memberikan batasan penelitian dengan harapan agar apa yang akan diteliti tidak keluar dari topic dan tidak terlalu luas. Adapun penelitian ini hanya membahas tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan minat nasabah pada produk tabungan haji di Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sarana untuk menambah dan mengembangkan ilmu pengetahuan ekonomi khususnya dalam masalah meningkatkan minat nasabah dalam produk tabungan haji.

2. Manfaat Praktis

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan berguna dari berbagai aspek, diantaranya:

a. Bagi Peneliti

Diharapkan dari penelitian ini dapat menambah pengetahuan yang lebih luas dan bisa mengaplikasikan pengetahuan yang didapat di bangku kuliah serta mampu mengaplikasikannya di kehidupan masyarakat.

b. Bagi Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri

Dengan adanya penelitian ini diharapkan untuk memberikan gambaran mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan minat nasabah pada produk tabungan haji di Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri.

c. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan di bidang teoritis dan praktis berkaitan tentang ekonomi syariah dan dapat

digunakan sebagai informasi bagi peneliti berikutnya yang berkaitan dalam hal peningkatan minat nasabah pada produk tabungan haji di Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri.

d. Bagi Masyarakat

Diharapkan bisa menjadikan masyarakat lebih mengetahui tentang keuangan Islam atau syariah.

F. Penegasan Istilah

1. Penegasan Konseptual

Untuk memudahkan dalam memahami judul dan menghindari pembahasan yang meluas serta menghindari kesalahpahaman pembaca mengenai istilah-istilah yang dipakai dalam judul proposal ini, perlu dibuat penjelasan terhadap istilah-istilah tersebut, yaitu:

a. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu pemasaran.

b. Produk Tabungan Haji

Produk tabungan haji merupakan produk tabungan yang bersifat khusus yang diselenggarakan oleh bank. Tabungan haji dimaksudkan

untuk membantu nasabah dalam mempersiapkan ongkos naik haji serta membantu nasabah untuk melakukan kegiatan di masa depan.⁸

c. Minat Nasabah

Minat nasabah merupakan kecenderungan nasabah untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan nasabah melakukan pembelian.⁹

d. Tabungan Haji

Tabungan haji adalah suatu bentuk pelayanan dari perbankan yang bertujuan untuk mempermudah masyarakat dalam merencanakan tabungan untuk menunaikan ibadah haji. Bank syariah sebagai lembaga keuangan yang berbasis syariah berupaya untuk menghimpun dana masyarakat yang ingin menunaikan ibadah haji memberikan beberapa bentuk pelayanan yang sesuai dengan syariah. Baik dalam akad maupun bentuk operasional lainnya.¹⁰

e. Akad *Al-Wadi'ah* (simpanan)

Al-Wadi'ah merupakan titipan murni atau simpanan pada bank syariah. Prinsip *Al-Wadi'ah* merupakan titipan murni dari satu ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

f. Bank Syariah

⁸ Nuryadi Akbar, "Tinjauan Terhadap Strategi Pemasaran Pada Tabungan Haji Dalam Akad Mudharabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Sudirman Bogor)", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* Vol.3 No.1. 2019, hal.75

⁹ Roni Andespa, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah", *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Vol.2, Nomor. 1, 2017. hal. 44

¹⁰ Nuryadi Akbar, "Tinjauan Terhadap Strategi Pemasaran pada Tabungan Haji dalam Mudharabah", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, Vol. 3, No. 1, 2019, hal. 78

Bank syariah adalah bank yang aktivitasnya meninggalkan masalah riba dan tidak mengandalkan pada bunga atau lembaga keuangan atau perbankan yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syariah, yakni mengacu pada ketentuan *Al-Qurán* dan *Al-Hadist*.¹¹

2. Definisi Operasional

Berdasarkan beberapa definisi konseptual diatas bahwa penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Nasabah pada Produk Tabungan Haji di Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri” adalah suatu penelitian yang mengarah pada pembahasan tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan minat nasabah pada produk tabungan haji di Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri dengan menggunakan akad *Al-Wadiáh*.

G. Sitematika Penulisan Skripsi

Untuk memperoleh gambaran yang jelas dan menyeluruh tentang proposal ini peneliti akan menggunakan pokok-pokok pikiran di bawah ini:

Bagian awal, terdiri dari halaman sampul, halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan penguji, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman daftar table, halaman daftar gambar, halaman daftar lampiran, halaman abstrak, dan halaman daftar isi.

¹¹ R. Ajeng Entaresmen, “Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan IB Hasanah di PT. Bank Negara Indonesia Syariah”, *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, Vol. 9, No.1 2016, hal. 61

Bagian inti terdiri dari enam bab yang tersusun dalam pembahasan yang sistematis yaitu:

BAB I merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan.

BAB II merupakan uraian tentang tinjauan pustaka atau berisi teori-teori terkait strategi pemasaran dalam meningkatkan minat nasabah pada produk tabungan haji dengan menggunakan akad *Al-Wadi'ah*. Pada bab ini juga berisi penelitian terdahulu dengan tema yang sama atau mirip.

BAB III merupakan metode penelitian. Dalam hal ini membahas rancangan penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV merupakan hasil penelitian. Di sini berisi pemaparan dan temuan penelitian terkait strategi pemasaran dalam meningkatkan minat nasabah pada produk tabungan haji dengan akad *Al-Wadi'ah*.

BAB V adalah pembahasan. Di sini berisi pembahasan secara mendalam berdasarkan fakta lapangan yang telah disajikan dalam pemaparan data dan temuan penelitian, selanjutnya peneliti analisis secara mendalam sesuai dengan teori dan disiplin ilmu yang berkaitan. Analisis ini mencakup strategi pengorganisasian, penyajian, dan pengelolaan.

BAB VI adalah penutup, yang berisi kesimpulan dan saran yang diambil dari hasil penelitian mulai dari judul hingga proses pengambilan

kesimpulan, implikasi teoritis maupun praktis dan saran-saran yang berkaitan dalam penelitian. Bagian penutup terdiri dari dua hal pokok yaitu kesimpulan dan saran.

Bagian akhir, berisikan daftar pustaka, lampiran serta daftar riwayat hidup penulis.