

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank Syariah lebih dikenal dengan istilah *Islamic Banking*. Bank Syari'ah pertama kali di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia. Pada operasionalnya Bank Muamalat Indonesia sebagaimana bank umum yang telah didefinisikan dalam Undang - Undang No. 21 tahun 2008 pasal 1 ayat 2, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.²

Bank Muamalat Indonesia merupakan salah satu Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPS-BPIH), yang terdaftar di Sistem Informasi dan Komputerisasi Haji (SISKOHAT) Kementerian Agama Republik Indonesia. Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri mempunyai produk unggulan yaitu iB Hijrah Haji karena menggunakan akad *wadi'ah*. Dengan adanya produk ini, maka nasabah dipermudahkan dalam melaksanakan ibadah Haji dan Umrah. Akad *wadi'ah* disini sebagai salah satu konsep yang di keluarkan Bank Muamalat Indonesia untuk menarik minat nasabah dan untuk keperluan mendaftar haji bagi nasabah Bank Muamalat.

Haji merupakan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh semua umat Islam yang mampu, baik dari segi finansial, fisik dan mental. Haji merupakan

²Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hal.25

rukun Islam yang kelima. Yang wajib ditunaikan oleh setiap Muslim yang mampu menjalankannya. Karena harus dipenuhi oleh Muslim yang beriman dalam rangka memenuhi panggilan Allah SWT.

Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Ali Imran Ayat 97 :

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنْ
 أَسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ٩٧

Artinya : *Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam Ibrahim; Barangsiapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah dia; mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, Yaitu (bagi) orang yang sanggup Mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), Maka Sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam. Ialah: tempat Nabi Ibrahim a.s. berdiri membangun Ka'bah. Yaitu: orang yang sanggup mendapatkan perbekalan dan alat-alat pengangkutan serta sehat jasmani dan perjalanapun aman. (QS. Ali Imran : 97)*

Ibadah Haji adalah bentuk ritual tahunan yang dilaksanakan kaum Muslim sedunia dengan berkunjung dan melaksanakan beberapa kegiatan Rukun Haji di beberapa tempat di Arab Saudi pada waktu yang dikenal sebagai Musim Haji. Hal ini berbeda dengan Ibadah Umrah yang bisa dilaksanakan sewaktu-waktu. Dalam kegiatan Haji pemerintah bahkan telah membuat berbagai macam kebijakan dan aturan petunjuk operasional pelaksanaan pengurusan jamaah. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2008 bahkan mengatur secara tegas manajemen pelayanan dan administrasi pelaksanaan Ibadah Haji di tanah air.

Pemasaran yang baik bukan hanya sebuah kebetulan, melainkan hasil dari perencanaan dan pelaksanaan yang cermat.³ Kegiatan pemasaran selalu ada dalam

³Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hal. 4

setiap usaha, baik dari usaha yang berorientasi profit maupun usaha sosial. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya tingkat pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga dapat dilakukan dalam rangka menghadapi persaingan dari waktu ke waktu yang semakin meningkat. Dan para pesaing justru semakin gencar untuk melakukan usaha pemasarannya dalam memasarkan produknya.⁴

Tentunya dalam hal ini Bank Muamalat memiliki strategi pemasaran yang diterapkan dalam menarik minat nasabah sehingga terlihat hasil minat nasabah dari setiap tahunnya mengalami peningkatan. Sehingga ini menjadi dasar untuk menerapkan strategi yang tepat sasaran.

Dalam Bank Muamalat kegiatan pemasaran sudah menjadi suatu kebutuhan utama dan menjadi suatu keharusan untuk dijalankan dalam kegiatan pemasaran.⁵ Bank juga harus menggunakan konsep pemasaran modern yang berorientasi kepada kepentingan dan kepuasan nasabah serta lingkungan tanpa melupakan tujuan untuk mendapatkan laba dalam jangka panjang, dan dengan adanya karyawan yang inovatif dan kreatif.⁶ Secara terperinci aspek pemasaran yang perlu dianalisis adalah produk yang dipasarkan, pangsa pasar, pesaing, dan strategi pemasaran.⁷

Setiap Bank Syariah harus merumuskan rencana strategi pemasaran yang kompetitif dan harus membandingkan produk pesaing (harga, saluran dan

⁴Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana, 2005), hal. 59

⁵Ibid, hal. 60

⁶Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta : Liberty, 2002), hal. 245

⁷Ismail, *Manajemen Perbankan Teori Menuju Aplikasi*, (Jakarta : Kencana, 2013), hal.121

promosinya dan lain sebagainya).

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Tabungan Haji Bank Muamalat Indonesia
Kantor Cabang Utama Kediri 2015-2019

No.	Tahun	Jumlah Nasabah Tabungan Ib Hijrah Haji
1.	2015	7.823
2.	2016	8.954
3.	2017	10.912
4.	2018	14.313
5.	2019	17.888

Sumber : Hasil wawancara dengan Ibu Prastyo Rinie Budi Utami selaku Relationship Manager Funding Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri, pada tanggal 14 Februari 2021

Dapat dilihat dari tabel 1.1 bahwa perkembangan jumlah nasabah dari tahun ke tahun selalu berkembang. Melihat dari data yang ada, tingginya angka minat nasabah ini menjadi tolak ukur dari peneliti. Namun, peneliti menemukan kenyataan lain, karena minat nasabah di bank-bank lain masih rendah dibandingkan minat nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri.

Tabel 1.2
Tabungan Haji Bank Muamalat Indonesia
Kantor Cabang Utama Kediri 2015-2019

No.	Tahun	Jumlah Dana Tabungan Ib Hijrah Haji
1.	2015	Rp. 195.572.069.200
2.	2016	Rp. 223.861.732.600
3.	2017	Rp. 272.779.859.000
4.	2018	Rp. 357.817.769.700
5.	2019	Rp. 447.205.355.500

Sumber : Hasil wawancara dengan Ibu Prastyo Rinie Budi Utami selaku Relationship Manager Funding Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri, pada tanggal 14 Februari 2021

Dengan melihat tabel 1.2 dapat diketahui bahwa minat nasabah Tabungan iB Hijrah Haji mengalami peningkatan tiap tahunnya. Karena, disebabkan adanya Fenomena Daftar Tunggu (*waiting list*) haji di Indonesia yang terjadi saat ini yang mencapai 14 tahun atau lebih, adanya hal ini dapat menyadarkan umat muslim yang kemudian merencanakan ibadah haji sejak dini yaitu dengan cara membuka rekening tabungan haji.

Tabel 1.3
Tabungan Haji Bank BRI Syariah Kediri 2015-2019

No.	Tahun	Jumlah Dana Tabungan Ib Hijrah Haji
1.	2015	Rp. 185.796.450.000
2.	2016	Rp. 208.838.050.000
3.	2017	Rp. 237.482.600.000
4.	2018	Rp. 280.090.000.000
5.	2019	Rp. 347.584.400.000

Sumber : *Laporan Keuangan Bank BRI Syariah*⁸

Dari tabel 1.3 dapat diketahui bahwa minat nasabah yang mendaftar haji di Bank BRI Syariah mengalami kenaikan, namun tidak begitu signifikan. Hal ini bisa dilihat dari prosentase kenaikan minat nasabah Tabungan Haji hanya 2-3% tiap tahunnya.

⁸<https://www.brisyariah.co.id> diakses pada 24 Januari 2021

Tabel 1.4
Tabungan Haji Bank BNI Syariah Kediri 2015-2019

No.	Tahun	Jumlah Dana Tabungan Ib Hijrah Haji
1.	2015	Rp. 370.550.000.000
2.	2016	Rp. 471.150.000.000
3.	2017	Rp. 619.350.000.000
4.	2018	Rp. 324.127.500.000
5.	2019	Rp. 378.929.550.000

Sumber : *Laporan Keuangan BNI Syariah*⁹

Dari tabel 1.4 dapat dilihat bahwa minat nasabah yang mendaftar haji di BNI Syariah mengalami ketidakstabilan yang dimana pada tahun 2015-2017 minat nasabah haji mengalami kenaikan pada setiap tahunnya, namun di tahun 2018-2019 mengalami penurunan minat nasabah. Hal ini bisa dilihat dari prosentase yang mengalami penurunan terus menerus dalam kurun waktu 5 tahun terakhir.

Dapat dipahami dari ketiga perbankan syariah bahwa prosentase minat nasabah sangat tinggi di Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri. Pada Bank Syariah lain masih belum bisa dikatakan stabil, karena setiap tahunnya ada

⁹<https://www.bnisyariah.co.id> diakses pada 24 Januari 2021

yang mengalami kenaikan dan penurunan yang begitu drastis. Apakah mungkin strategi pemasaran yang kurang relevan menjadikan menurunnya minat nasabah Produk iB Hijrah Haji.

Darisini tidak terlepas dari penerapan strategi pemasaran di Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri yang direrapkan, sehingga minat nasabah dalam kurun waktu 5 tahun mengalami peningkatan. Hal ini yang menjadi kebingungan dari peneliti, penerapan strategi pemasaran yang efektif sehingga perlu dikaji lebih dalam lagi, bagaimana strategi pemasaran itu bisa membuat minat nasabah iB Hijrah Haji terhadap Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri. Di bank lain tidak menemukan kejadian seperti ini, akan tetapi mengalami penurunan.

Alasannya peneliti mengambil judul “Efektivitas Strategi Pemasaran Dalam Produk iB Hijrah Haji Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri” yaitu peneliti ingin mengkaji secara mendalam tentang strategi dan teori yang diterapkan di Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri untuk meningkatkan prosentase peningkatan jumlah nasabah produk iB Hijrah Haji dalam menarik minat nasabah. Karena, setiap tahun jumlah prosentase target yang dimiliki oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri adalah 65%. Dengan semakin berkembangnya Bank Muamalat hal ini akan memicu persaingan yang sangat ketat antar perbankan.

Dari uraian permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai bagaimana Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri dalam menerapkan strategi pemasaran pada produk iB Hijrah Haji. Maka peneliti

mengambil judul : “ **Efektivitas Strategi Pemasaran Dalam Produk iB Hijrah Haji Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri** ”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, dapat diambil fokus penelitian, yaitu :

1. Bagaimana Efektivitas Strategi Pemasaran dalam produk iB Hijrah Haji pada Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri ?
2. Apa faktor penghambat dalam penerapan strategi pemasaran dalam produk iB Hijrah Haji pada Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri ?
3. Apa solusi dari faktor penghambat pada penerapan strategi pemasaran dalam produk iB Hijrah Haji pada Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tentang penerapan strategi pemasaran pada produk iB Hijrah Haji di Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri
2. Untuk mengetahui apa saja faktor penghambat yang terjadi pada penerapan strategi pemasaran dalam produk iB Hijrah Haji pada Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri.
3. Untuk mengetahui solusi dari faktor penghambat yang terjadi pada penerapan strategi pemasaran dalam produk iB Hijrah Haji pada Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri.

C. Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini akan membatasi ruang lingkup efektivitas Strategi Pemasaran dengan metode 7P yaitu : *Product, Price, Promotion, Place, People, Proses, dan Physical Evidence*. Peneliti membatasi ruang lingkup penelitian pada nasabah Produk iB Hijrah Haji pada Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri.

D. Manfaat Penelitian

Dalam hal ini, hasil penelitian yang akan dicapai diharapkan akan membawa manfaat diantaranya :

1. Kegunaan teoritis

Untuk menambah khasanah pengetahuan dan keilmuan ekonomi syariah terutama bidang muamalah dan lebih khusus dalam produk iB Hijrah Haji

2. Kegunaan secara praktis

a. Manfaat bagi lembaga

Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan langkah selanjutnya ke arah yang lebih baik, khususnya sebagai bahan evaluasi atas kinerja Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri selama ini dalam menghadapi kompetisi di dalam dunia perbankan.

b. Manfaat bagi peneliti

Dari hasil yang peneliti telah lakukan, dapat menambah wawasan dan pengetahuan dibidang ekonomi dan keuangan syariah khususnya perbankan syariah sebagai tambahan ide dan pengetahuan akan informasi dalam

penyusunan proposal ataupun skripsi.

c. Manfaat bagi nasabah

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti, diharapkan dapat menjadi pengetahuan agar lebih efektif untuk memilih produk ada pada Bank Syariah

E. Penegasan Istilah

1. Penegasan secara Konseptual

a. Efektivitas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Efektivitas dalam berasal dari kata efektif yang diartikan dengan : a) ada efeknya (ada akibatnya, pengaruh, ada kesannya), b) manjur atau mujarab, c) dapat membawa hasil, berhasil guna (usaha, tindakan).¹⁰

Menurut Supriyono Efektivitas merupakan hubungan antara keluaran suatu pusat tanggung jawab dengan sasaran yang mesti dicapai, semakin besar kontribusi daripada keluaran yang dihasilkan terhadap nilai pencapaian sasaran tersebut, maka dapat dikatakan efektif pula unit tersebut.¹¹

b. Strategi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Strategi adalah Rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.¹² Menurut

¹⁰KBBI, “KBBI Daring”, dalam <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Komunikasi>, diakses 29 Desember 2020

¹¹Supriyono, *Sistem pengendalian Manajemen*. (Semarang : Universitas Diponegoro, 2000), hal. 29

¹²KBBI, “KBBI Daring”, dalam <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Komunikasi>, diakses 29

Fahmi Strategi didefinisikan sebagai suatu rencana yang disusun dan dikelola dengan memperhitungkan berbagai sisi dengan tujuan agar pengaruh rencana tersebut bisa memberikan dampak positif bagi organisasi perusahaan secara jangka panjang.¹³

c. Pemasaran

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Pemasaran adalah Proses, cara, dan perbuatan memasarkan suatu barang atau jasa.¹⁴ Sedangkan menurut Kotler dan Keller Efektifitas Organisasi bahwa Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai dengan yang lain.¹⁵

d. Produk Tabungan iB Hijrah Haji

Tabungan iB Hijrah Haji adalah tabungan yang digunakan untuk mewujudkan niat nasabah untuk menunaikan ibadah haji dengan menggunakan akan *wadi'ah*.¹⁶ Hal ini diperuntukkan untuk calon haji yang telah berniat untuk melakukan ibadah haji atau umrah ke tanah suci, untuk mewujudkan niat calon nasabah haji dengan menyisihkan sebagian dananya untuk ditabungkan.

2. Penegasan secara Operasional

Dalam penelitian yang dilakukan, peneliti bermaksud untuk

Desember 2020

¹³Fahmi Irham, *Manajemen Strategi Teori dan Aplikasi*, (Bandung : Alfabeta, 2013) hal. 2

¹⁴KBBI, "KBBI Daring", dalam <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Komunikasi>, diakses 29 Desember 2020

¹⁵Lili Suryati, *Manajemen Pemasaran Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*, (Yogyakarta : CV Budi Utama, 2015), hal. 1

¹⁶Wawancara dengan Ibu Prastyo Rinie Budi Utami selaku RM Funding di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Utama Kediri pada 14 Januari 2020.

meneliti efektivitas strategi pemasaran dalam pemasaran produk iB Hijrah Haji. Strategi Pemasaran seperti apa yang diterapkan oleh bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri hingga minat nasabah setiap tahunnya mengalami peningkatan.

F. Sistematika Skripsi

Adapun sistematika penyusunan proposal skripsi dibagi menjadi 3 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 terdiri dari : (a) Latar Belakang, (b) Identifikasi Masalah, (c) Rumusan Masalah, (d) Tujuan Penelitian, (d) Kegunaan Penelitian, (e) Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian, (f) penegasan istilah baik definisi konseptual maupun definisi operasional serta sistematika penulisan, (h) Sistematika Skripsi

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini memaparkan secara singkat mengenai teori yang membahas (a) variabel/sub variabel, (b) kajian penelitian terdahulu, (c) kerangka konseptual, dan (e) hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan beberapa subbabnya diantaranya (a) pendekatan & jenis penelitian (b) populasi, sampling dan sampel penelitian, (c) sumber data, variabel

dan skala pengukurannya, (d) teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini merupakan inti dari pembahasan yang memaparkan hasil penelitian yang terdiri dari : (a) hasil penelitian (yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis) serta (b) temuan penelitian

BAB V : PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan pembahasan hasil penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini merupakan bab akhir yang berisi (a) kesimpulan dan (b) saran.

BAGIAN AKHIR

Terdiri dari : (a) Daftar rujukan, (b) Lampiran-lampiran, (c) Surat pernyataan keaslian skripsi, (d) Daftar riwayat hidup.