

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia lembaga perbankan bertitle syariah sudah semakin maju, banyak nasabah muslim yang dulunya melakukan transaksi dan menabung di lembaga perbankan konvensional sudah mulai beralih pada lembaga perbankan syariah. Hal itu juga secara tidak langsung lembaga perbankan syariah dituntut harus lebih maju dan berkembang dalam meningkatkan sistem kerja operasional maupun produk-produknya. Guna agar selalu mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.²

Sebuah produk pada lembaga keuangan perbankan syariah pastinya harus dikenal oleh para masyarakat luas, namun banyak masyarakat diluar sana yang masih belum mengenal produk pada perbankan syariah. Oleh karena itu guna memperkenalkan serta menarik masyarakat, sebuah lembaga perbankan harus mempunyai strategi pemasaran yang menarik dan menggaet masyarakat agar tertarik serta berminat untuk memilih produk perbankan tersebut.

Strategi pemasaran merupakan sebuah elemen penting pada suatu lembaga keuangan. Pemasaran juga memiliki peranan penting yang

²Annisa Dita Saufanny, *Corporate Governance dan Pengungkapan Manajemen Risiko Bank Syariah di Indonesia*, Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam, Vol 5, No 1, Tahun 2017.

menyangkut berbagai aspek kehidupan sosial serta ekonomi. Pemasaran juga berkaitan dengan pengenalan sebuah produk. Pemasaran harus memerankan hal penting dalam menentukan arah strategis perusahaan. Dalam menyusun konsep strategi pemasaran juga tidak terlepas dari adanya aktivitas manajemen pemasaran. Manajemen pemasaran sendiri merupakan proses yang meliputi sebuah analisis dan perencanaan, dalam konteks perumusan strategi. Pemasaran memiliki dua dimensi saat ini dan masa depan.³

Beberapa pelaku usaha maupun pengusaha menerapkan konsep pemasaran yang berbasis syariah. Segala proses yang ada tidak boleh mengandung hal yang bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah islami.⁴ Kegiatan pemasaran juga harus dilandasi dengan semangat beribadah serta menggapai ridha dari Allah SWT, juga tidak boleh dilakukan dengan kecurangan seperti mementingkan keuntungan pribadi melainkan harus mendahulukan kepentingan bersama.⁵

Pemasaran (*marketing*) merupakan bagian terpenting untuk berkembangnya suatu perusahaan, sebab dari kegiatan pemasaran tersebut diharapkan akan dihasilkan laba sebagai penunjang operasional perusahaan. Menurut Haryanto pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial di mana individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan

³ Mardia, *Strategi Pemasaran*, (Yayasan Kita Menulis, 2021), hal 12.

⁴ Nurul Huda, *Sebuah Tinjauan Teoritis*, (Jakarta: Amzah, 2006), hal 196.

⁵ Taha Jabir Al Awani, *Bisnis Islam*, (Yogyakarta: AK Grup, 2005), hal 34.

pertukaran segala sesuatu yang bernilai dengan orang atau kelompok lainnya.⁶

Pada upaya strategi yang dilakukan tentunya juga memiliki prinsip utama dalam menjalankannya agar bisa berjalan dengan sebagaimana mestinya, prinsip tersebut seperti prinsip tauhid dan ukhuwah. Prinsip ini memiliki arti bahwa setiap kekayaan adalah untuk kepentingan manusia. Sehingga tidak diperbolehkan adanya unsur riba di dalamnya. Selanjutnya yaitu mengedepankan kerja dan produktivitas, bekerja merupakan hak serta kewajiban seluruh manusia, dengan bekerja manusia bisa menghasilkan sebuah produktivitas. Karena kerja dan produktivitas merupakan hal terpenting dalam kesuksesan strategi. Yang ketiga adalah keadilan distributif, bahwa setiap pemasar hendaknya selalu memperhatikan unsur pemerataan distribusi.⁷

Bank syariah suatu lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali pada masyarakat sesuai syariat Islam. Di negara maju, bank menjadi sebuah lembaga yang cukup strategis dan memiliki peranan penting dalam perekonomian sebuah negara. Namun di negara berkembang, kebutuhan masyarakat terhadap bank tidak hanya terbatas pada penyimpanan dana

⁶ Dr H Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2017), hal 6.

⁷ Ikit S.E., M.E.I, *Akuntansi Penghimpunan Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: Deepublish, 2015), hal 70.

dan penyaluran dana saja, akan tetapi juga pelayanan produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank.⁸

Produk yang ditawarkan termasuk ke dalam produk penghimpunan dana (*funding*). Secara umum produk-produk penghimpunan dana atau yang disebut dengan *funding* dapat dilakukan dengan menggunakan dua prinsip yaitu prinsip wadiah dan mudharabah. Wadiah dapat diartikan sebagai titipan. Titipan yang di maksud disini merupakan penitipan dana atau barang dari pemilik dana dengan kewajiban pihak yang menerima titipan atau dana untuk dikembalikan sewaktu-waktu. Sedangkan mudharabah merupakan penanaman dana dari pemilik dana kepada pengelola dana untuk melakukan kegiatan usaha tertentu.

Alasan memilih lokasi di Malang pada Bank Panin Dubai Syariah Malang karena pada cabang di kota Malang lebih banyak karyawan serta disana juga merupakan kantornya yang lebih besar daripada yang di Tulungagung. Walau sebenarnya di Tulungagung juga terdapat karyawan namun untuk tempatnya masih bergabung dengan kantor Bank Panin yang konvensional. Bank panin Dubai Syariah Malang merupakan sebuah lembaga keuangan perbankan yang ada di cabang kota Malang. Bank ini juga bank yang menjalankan tugasnya dengan menghimpun dana dari masyarakat lalu dikelola kemudian disalurkan kembali pada masyarakat.

Penelitian dilakukan pada Bank ini selain alasan lokasi seperti di atas juga

⁸ Prof Dr Sutan Renny S, *Perbankan Syariah Produk dan Aspek-aspek Hukumnya*, (Jakarta: Kencana, 2014), hal 41.

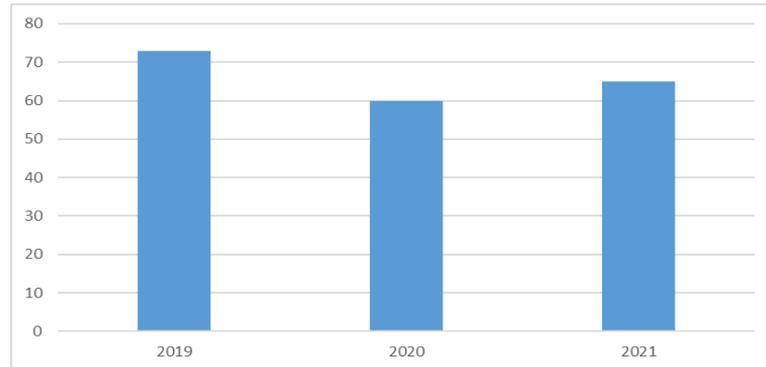
terdapat alasan lain yang kuat, yaitu dikarenakan Bank ini masih terdengar asing di kalangan masyarakat, banyak masyarakat yang belum mengenal adanya bank ini dan bank ini juga bisa terbilang berdiri masih seumur jagung. Hal itu juga dilihat dari jumlah nasabah yang ada masih sedikit pada setiap produk tabungan.

Alasan ilmiah dalam memilih lokasi penelitian di Bank Panin Dubai Syariah Malang ini Menurut saya alasan yang menjadi dasar penelitian ini dilakukan pada lokasi Bank Panin Dubai Syariah Malang yaitu dikarenakan Bank ini masih perlu untuk dilakukannya peningkatan, pengembangan dalam segi pemasaran produknya. Karena syarat sebuah lembaga perbankan dapat dikatakan berkembang atau maju jika suatu perbankan dapat memberikan sebuah kontribusi untuk masyarakat serta bagi lembaga sendiri. Oleh karena itu Bank Panin Dubai Syariah Malang merupakan Bank yang masih baru bagi kalangan khalayak umum dan perlu untuk ditingkatkan dari berbagai macam aspek seperti produk, sistem operasionalnya dan pemasaran produk-produknya.

Produk Tabungan IB PAS dan produk tabungan haji. Kedua produk tersebut terdapat persamaan dan perbedaan tentunya. Persamaan pada kedua produk tersebut yaitu sama-sama sebuah produk penghimpunan dana, namun perbedaan yang mendasar pada kedua produk tersebut yaitu pada produk tabungan ib pas seperti rekening biasa dengan melakukan setor dan tarik tunai, sedangkan pada produk tabungan haji hanya melakukan setoran tunai saja.

Tabel 1.1

Grafik jumlah nasabah produk tabungan IB PAS tahun 2019-2021
Di Bank Panin Dubai Syariah Malang

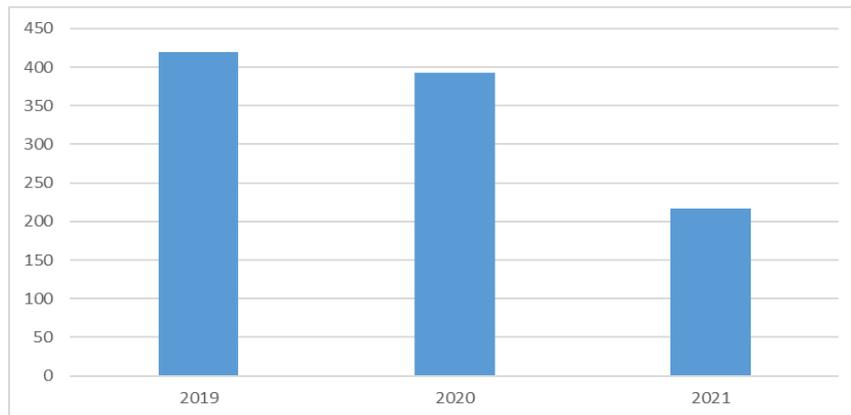


Sumber: Wawancara dengan Relationship Officer pada tanggal 2 Juni 2022

Data di atas merupakan jumlah data nasabah produk tabungan IB PAS yang merupakan produk tabungan di Bank Panin Dubai Syariah Malang. Data di atas menunjukkan bahwa jumlah nasabah pada tabungan IB PAS mengalami kenaikan serta penurunan dan menunjukkan jumlah nasabah yang tidak stabil atau tidak signifikan.

Tabel 1.2

Grafik jumlah nasabah produk tabungan haji tahun 2019-2021
Di Bank Panin Dubai Syariah Malang



Sumber: Hasil wawancara dengan relationship Officer pada tanggal 31 Mei 2022

Data di atas menunjukkan jumlah perbandingan produk tabungan haji dan produk tabungan Ib Pas. Dilihat dari data diatas pada produk tabungan Ib pas dari 3 tahun kebelakang yaitu tahun 2019-2021, jumlah nasabah mengalami naik turun, pada tahun 2019 menunjukkan 73, tahun 2020 menunjukkan 60 dan tahun 2021 menunjukkan 65. Di tahun 2020 jumlah nasabah tabungan ib pas mengalami penurunan dikarenakan adanya pandemi covid-19 pada waktu itu. Namun pada tahun 2021 jumlah nasabah mengalami kenaikan.

Pada produk tabungan haji jumlah nasabah pun justru mengalami penurunan. Dilihat dari data diatas dari 3 tahun berturut-turut pada tahun 2019-2021, jumlah nasabah mengalami penurunan, pada tahun 2019 menunjukkan 420, di tahun 2020 menunjukkan 393, lalu pada tahun 2021 menunjukkan 217.

Dilihat perbandingan dari jumlah data nasabah pada produk tabungan Ib pas dan produk tabungan haji, maka produk tabungan haji

perlu ditingkatkan lagi untuk jumlah nasabahnya, dengan cara melakukan pemasaran produk tersebut pada masyarakat luas. Namun tidak hanya pemasaran biasa saja, melainkan dalam pemasaran tersebut harus disertai dengan adanya strategi.

Ibadah haji merupakan ibadah yang wajib dilakukan oleh seorang muslim (bagi yang mampu). Menurut istilah haji merupakan menyengaja pergi ke Baitullah pada waktu-waktu tertentu untuk memuliakannya dan mengagungkannya. Oleh karena itu Bank Panin Dubai Syariah Malang memiliki produk berupa tabungan haji untuk para masyarakat di luar sana yang ingin mendapatkan porsi haji.

Produk tabungan haji pada Bank Panin Dubai Syariah Malang menggunakan prinsip wadiah karena dana yang dikeluarkan oleh nasabah menjadi titipan dan diberikan kepada pihak bank sebagai tabungan haji. Lalu pihak bank mengelola dana tersebut sesuai dengan syariah yang bertujuan untuk para nasabah menunaikan ibadah haji.⁹

Bank Panin Dubai Syariah sebagai lembaga keuangan yang menyediakan produk tabungan haji ini juga telah terdaftar pada BPS (Badan Penerima Setoran) BPIH (Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji). Hal ini Bank Panin Dubai Syariah Malang memberikan kepercayaan bagi nasabah untuk mengelola tabungan haji agar menerima porsi haji di masa yang akan datang.

⁹ *Ibid.*, hal 57.

Masyarakat masih asing mendengar Bank Panin Dubai Syariah ini, karena memang lembaga keuangan berbasis syariah ini belum banyak yang mengenal serta perlu banyak strategi pemasaran juga untuk mempromosikan berbagai produk pada bank ini, serta memperkenalkan bagaimana keunggulan-keunggulan yang ada. Maka dari itu strategi pemasaran sangatlah penting dan dibutuhkan guna untuk menarik dan meningkatkan jumlah nasabah.

Ibadah haji merupakan suatu ibadah yang termasuk dalam rukun islam ke lima yang wajib dilaksanakan bagi umat islam yang mampu, baik secara materi ataupun fisik dalam mengunjungi rumah Allah SWT. Setiap tahun ada berjuta-juta umat muslim di dunia yang melaksanakan ibadah haji.¹⁰ Oleh karena itu Bank Panin Dubai Syariah memberikan sebuah produk tabungan bagi mereka yang berkeinginan untuk melaksanakan ibadah haji, namun jumlah nasabah yang ada pada bank ini masih terbilang cukup minim. Dikarenakan hal itu diperlukan adanya strategi pemasaran dalam mempromosikannya.

Berdasarkan hasil dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa jumlah nasabah dalam produk tabungan haji masih belum memenuhi target dan mengalami penurunan yang cukup signifikan. Hal tersebut dilihat cukup penting untuk diteliti dalam strategi pemasarannya. Dengan melihat perkembangan penurunan jumlah nasabah, maka diperlukan adanya strategi dalam pemasaran. Bank Panin Dubai Syariah Malang merupakan

¹⁰ Aqwa Naser Daulay, *Faktor-faktor Yang Berhubungan Dengan Perkembangan Produk Tabungan Haji*, Jurnal Human Falah: Vol. 4, No. 1, tahun 2017, hal 118.

Bank yang perlu meningkatkan berbagai strategi baik dalam pemasaran produknya maupun dari segi operasionalnya.

Dilihat dari latar belakang di atas, oleh karena itu penulis mengangkat judul *“Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Guna Meningkatkan Minat Nasabah pada Bank Panin Dubai Syariah Malang”*

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang maka dirasa penting untuk melakukan analisis mengenai Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Guna Untuk Meningkatkan Minat Nasabah Pada Bank Panin Dubai Syariah Malang. Secara khusus dapat dirumuskan beberapa permasalahan dalam rincian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk Tabungan Haji di Bank Panin Dubai Syariah Malang?
2. Bagaimana strategi pemasaran pada produk Tabungan Haji dapat meningkatkan minat nasabah di Bank Panin Dubai Syariah Malang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis bagaimana strategi pemasaran produk Tabungan Haji di Bank Panin Dubai Syariah Malang

2. Mengetahui bagaimana strategi pemasaran pada produk Tabungan Haji dapat meningkatkan minat nasabah di Bank Panin Dubai Syariah Malang

D. Batasan Masalah Penelitian

Agar peneliti ini lebih terarah dan mudah dipahami, maka penulis memberikan batasan masalah. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini yaitu mengenai Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Guna Meningkatkan Minat Nasabah Pada Bank Panin Dubai Syariah Malang.

E. Manfaat Penelitian

Terdapat beberapa manfaat dilakukannya penelitian ini, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan menambah pengetahuan tentang minat nasabah dalam adanya strategi pemasaran produk Tabungan Haji pada Bank Panin Dubai Syariah Malang.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran bagaimana langkah selanjutnya yang diambil dalam meningkatkan strategi pemasaran produk tabungan haji guna untuk menarik minat nasabah

- b. Bagi Masyarakat/nasabah

Dapat memberikan informasi kepada khalayak umum

khususnya masyarakat yang minim info tentang bank syariah dan semua produk yang ada di dalamnya. Serta dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya, untuk penelitian baru.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya, dengan menindaklanjuti dengan penelitian yang lebih mendalam terkait permasalahan yang ada di lembaga keuangan.

F. Penegasan Istilah

Dalam penelitian ini digunakan penegasan istilah agar menjadi petunjuk dalam penelitian ini. Untuk itu peneliti perlu memaparkan penegasan istilah baik secara konseptual maupun secara operasional sebagai berikut:

1. Secara Konseptual

- a. Strategi adalah urutan dan langkah-langkah yang harus ditempuh secara sistematis agar mendapatkan hasil sebagaimana yang direncanakan. Strategi juga merupakan ilmu dan seni menggunakan sumberdaya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu di perang dan damai.¹¹
- b. Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang seseorang atau kelompok lakukan untuk memperoleh yang mereka butuhkan dan

¹¹ Dr. Muhammad Minan Chusni, *Strategi Belajar Inovativ*, (Jakarta: Pradina Pustaka, 2021), hal 18.

inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. Pemasaran juga dapat didefinisikan sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi.¹²

- c. Produk adalah sesuatu yang ditawarkan kepada orang lain (pasar) untuk memenuhi kebutuhan. Produk itu memiliki sesuatu yang memiliki nilai bagi orang lain dan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan manusia ataupun organisasi.¹³
- d. Tabungan Haji adalah suatu bentuk pelayanan dari perbankan yang bertujuan untuk mempermudah masyarakat dalam merencanakan tabungan untuk berangkat haji. Memberikan bentuk pelayanan yang sesuai syariah dengan menghimpun dana masyarakat yang mau berangkat haji.¹⁴
- e. Minat adalah kekuatan yang mendorong individu untuk memperhatikan, merasa tertarik dan senang terhadap suatu aktivitas. Juga dapat didefinisikan minat merupakan ketertarikan seseorang pada bidang tertentu.¹⁵
- f. Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah atau Unit Usaha Syariah, atau juga bisa disebut sebagai orang yang

¹² M. Suyanto, *Marketing Strategy*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2007), hal 7.

¹³ Manahati Tebua, *Bangun Pariwisata*, (Guepedia, 2021), hal 62.

¹⁴ Aqwa Naser Daulay, *Faktor-faktor Yang Berhubungan Dengan Perkembangan Produk Tabungan Haji*, hal 118.

¹⁵ Sutrisno, *Meningkatkan Minat dan Hasil Belajar TIK Materi Topologi*, (Malang: Anggota IKAPI, 2020), hal 34.

biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan suatu bank (dalam hal keuangan).¹⁶

2. Secara Operasional

Dari penegasan konseptual diatas, maka yang dimaksud dengan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Guna Meningkatkan Minat Nasabah adalah suatu cara, pengupayaan, penciptaan dan promosi sebuah bentuk layanan tabungan untuk mempersiapkan keberangkatan haji guna untuk menarik para pelanggan baru sesuai dengan prinsip syariah islam.

G. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan proposal skripsi ini, penulis menggunakan buku pedoman skripsi FEBI Universitas Negeri Sayyid Rahmatullah Tulungagung. (UINSATU) Untuk mempermudah pemahaman, maka penulis membuat sistematika penulisan sesuai dengan buku pedoman skripsi tersebut. Sistematika penelitian ini berisi tentang isi keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir penelitian.

Bagian awal berisi tentang halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, dosen pembimbing, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak. Bagian ini terdiri dari 6 bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

¹⁶ M. Sarifudin, *Pembiayaan Musyarakah Dalam Meningkatkan Pendapatan Nasabah di BPRS*, (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021), hal 8.

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi landasan teoritis yang membahas variabel/sub variabel pertama, teori yang membahas variabel/sub variabel kedua, hasil-hasil penelitian terdahulu dan kerangka konseptual.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi uraian tentang paparan data yang disajikan dengan topic sesuai dalam pertanyaan- pertanyaan dalam rumusan masalah dan hasil analisis data.

BAB V PEMBAHASAN

Bab V akan membahas mengenai hasil penelitian dari Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Guna Meningkatkan Minat Nasabah Pada Bank Panin Dubai Syariah Malang.

BAB VI PENUTUP

Bab ini membahas tentang hasil akhir penelitian dan memberikan kesimpulan serta saran dalam skripsi. Bagian akhir terdiri dari: daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, dan daftar riwayat hidup.