

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Promosi merupakan kegiatan yang menjadi kunci utama dalam proses berkembangnya sebuah perusahaan dan menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kegiatan pemasaran suatu bisnis. Dalam dunia bisnis, promosi digunakan sebagai sarana untuk mencapai tujuan dari apa yang telah ditetapkan. Program yang ada didalam promosi penjualan ini mencakup beberapa hal yaitu terkait dengan tindakan yang akan diambil, ruang lingkup tanggung jawab, wewenang yang dimiliki oleh anggota organisasi, dan juga informasi lain yang berhubungan dengan perusahaan tersebut. Dengan adanya promosi ini tentunya akan membantu perusahaan dalam memperkenalkan produknya kepada masyarakat umum. Perusahaan dalam hal pemasaran akan selalu melakukan perkembangan di berbagai sarana promosinya untuk dapat menarik minat masyarakat terhadap produk yang mereka tawarkan, sehingga masyarakat akan tertarik dan mengkonsumsi produk perusahaan yang dipromosikan tersebut. Dengan demikian tujuan dari perusahaan untuk menarik minat masyarakat melalui strategi promosi yang digunakan bisa tercapai. Promosi merupakan alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen. Sekaligus sebagai alat

untuk mempengaruhi konsumen dalam melakukan aktivitas pembelian sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.²

Dalam dunia perbankan, ada beberapa strategi promosi yang sudah ada dan banyak digunakan oleh lembaga keuangan syariah. Salah satu strategi yang digunakan oleh Bank untuk melakukan proses pemasaran adalah melalui *personal selling* sebagai langkah terpenting untuk meningkatkan jumlah nasabah, bank perlu kreatif, inovatif dan juga memperhatikan cara menjual produknya sehingga dapat menarik minat masyarakat. *Personal Selling* merupakan suatu bentuk interaksi antar individu, saling tatap muka dengan tujuan untuk menciptakan, memperbaiki, dan mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan. Kegiatan *personal selling* dapat dikatakan lebih fleksibel, dimana penjual dapat mengetahui langsung kebutuhan, kebiasaan, motif, dan model produk yang dibutuhkan oleh konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong, *Personal selling* yakni presentasi pribadi oleh para wiraniaga (tenaga penjual) perusahaan dalam rangka mensukseskan penjual dan membangun hubungan dengan pelanggan.³ Jadi dapat disimpulkan bahwasannya, *Personal selling* dilakukan secara lisan atau tatap muka, dalam bentuk percakapan antara penjual dan juga pembeli dengan tujuan agar terjadi transaksi penjualan. Dalam rangka menimbulkan keinginan pembeli terhadap produk berupa barang atau jasa yang baru, *personal*

² M.Nur Rianto Al Arif, Dasar – Dasar Pemasaran Bank Syariah (Alfabeta: Bandung, 2012), hal.169

³ Didin Burhanuddin Rabbani, dkk., Komunikasi Pemasaran, (Padang Sumatera Barat: PT.Global Eksekutif Teknologi, 2022), hal. 112

selling sangat dibutuhkan untuk meyakinkan konsumen atau pelanggan terhadap mutu/kualitas produknya bila dibandingkan dengan produk pesaing. Sebenarnya sistem strategi seperti ini sudah banyak diterapkan dan juga dilakukan oleh hampir semua perusahaan untuk meningkatkan penjualannya. Strategi ini bisa dibilang cukup efektif karena pelaku usaha itu bisa secara langsung mendekatkan usahanya dengan pelanggan dan memudahkan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya.

Bentuk kegiatan dari perbankan yaitu melakukan penghimpunan dana (*funding*). *Funding* merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perbankan untuk menghimpun atau mencari dana dari masyarakat umum. Hal ini dilakukan oleh bank dengan menggunakan berbagai strategi yang tujuannya untuk menarik masyarakat sehingga ada ketertarikan untuk menginvestasikan uangnya dalam bentuk tabungan. Melihat kondisi saat ini dimana perbankan syariah mengalami perkembangan yang sangat pesat khususnya di Indonesia. Perbankan syariah merupakan lembaga keuangan yang pengoperasionalannya menggunakan prinsip syariah tumbuh dan berkembang berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits. lembaga keuangan syariah itu didirikan untuk mempromosikan dan juga mengembangkan prinsip-prinsip Islam dan syariah. Keputusan nasabah untuk menabung merupakan hasil akhir dari suatu kegiatan pembelian, yang didefinisikan sebagai sikap dan juga niat berperilaku dimasa yang akan datang. Konsumen biasanya melakukan pertimbangan terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk melakukan transaksi idalam suatu produk perusahaan. Yang dimaksud

produk dalam perusahaan itu ada dua macam, yaitu barang dan jasa. Jasa merupakan semua kegiatan atau manfaat yang diberikan oleh pihak lain, yang sifatnya tidak berwujud dan juga tidak memiliki kepemilikan dalam transaksi keuangan dan bisnis terkait. Produk-produk yang dipasarkan atau dimiliki oleh Bank Panin Dubai Syariah salah satunya adalah produk penghimpunan dana, yang merupakan penyedia fasilitas pembiayaan yang diharapkan dapat menunjang investasi. Salah satu produknya adalah Tabungan Zam-Zam. Produk Tabungan Zam-Zam merupakan produk untuk melakukan penghimpunan dana yang ditawarkan kepada masyarakat yang ingin menunaikan ibadah haji atau berminat untuk merencanakan haji. Tabungan Zam-Zam merupakan program yang dimiliki oleh Bank Panin Dubai Syariah dalam bentuk tabungan dimana bank memberikan porsi haji senilai 25.000.000 dengan setoran rutin sebesar 1.000.000/bulan dan jangka waktunya itu sekitar 10 tahun atau selama 120 bulan. Produk ini bertujuan untuk menarik minat masyarakat, khususnya penduduk dengan usia kerja yang cenderung memiliki penghasilan tetap dan juga stabil.

Pemerintah Indonesia telah melakukan pengembangan terkait dengan berbagai kebijakan dan pedoman operasional penyelenggaraan haji, hal ini bertujuan untuk mendukung pelaksanaan haji dari tanah air untuk menunaikan ibadah haji dan juga umroh di Arab Saudi. Pengelolaan pelayanan dan pengelolaan kegiatan haji di tanah air ini diatur dalam UU No. 13 Tahun 2008. Melihat fakta yang ada saat ini, negara Indonesia menjadi penyumbang jamaah haji terbesar di dunia, karena terbentang dari

Sabang sampai Merauke penduduk Indonesia mayoritas beragama muslim sehingga tidak bisa dipungkiri jika minat masyarakat untuk melakukan ibadah haji setiap tahunnya semakin bertambah. Dengan adanya kondisi yang seperti ini maka banyak sekali bank konvensional yang membuka unit syariah. Selain itu, bank syariah juga berpartisipasi dalam menghasilkan berbagai jenis produk tabungan, termasuk produk tabungan haji ataupun umroh, dan juga tabungan zam-zam. Dengan melihat peluang yang ada seperti ini maka akan banyak bank yang menghasilkan produk serupa, kemudian persaingan akan semakin ketat, sehingga diperlukan strategi pemasaran khusus untuk menarik nasabah.

Melihat kondisi saat ini dimana minat umat muslim diseluruh dunia untuk melaksanakan ibadah haji semakin meningkat setiap tahunnya terkhusus umat muslim Indonesia. Peningkatan jumlah jamaah haji ini bisa dilihat dari data BPS yaitu pada tahun 2022 setelah pandemi ada sekitar 16.086 jiwa yang berangkat haji, kemudian mengalami kenaikan pada tahun 2023 yang mencapai angka 36.532 jiwa. Dan puncaknya ada pada tahun 2024 yaitu menyentuh angka 37.270 jiwa yang menunaikan ibadah haji.⁴ Peningkatan minat umat muslim untuk melaksanakan ibadah haji ini membuat meningkatnya pula jumlah pendaftar ibadah haji setiap tahunnya. Hal ini mengakibatkan daftar tunggu (*waiting list*) di Indonesia juga semakin lama. Dilansir dari situs kemenag, estimasi masa tunggu haji

⁴ Badan Pusat Statistik, “*Jumlah Jemaah Haji Yang Diberangkatkan ke Tanah Suci Mekah Menurut Provinsi, 2022-2024*” (<https://www.bps.co.id>, diakses pada Sabtu 28 September 2024 pukul 11.14).

reguler di Indonesia berada dikisaran 11-47 tahun. Pengertian dari *waiting list* yaitu daftar tunggu jamaah haji yang akan diberangkatkan ke tanah suci. Melihat dari kondisi daftar tunggu yang sudah tergolong sangat lama, ditambah dengan usia jamaah yang melakukan pendaftaran itu rata-rata berada diusia 35-55 tahun, sehingga akan banyak sekali kemungkinan yang terjadi pada masa tunggu hingga waktu keberangkatan. Beberapa hal yang mungkin bisa terjadi dalam masa penantian pemberangkatan adalah : fisik yang mulai lemah dan juga jamaah dengan risiko tinggi sebab sudah memasuki usia lanjut ketika waktu keberangkatan, dan kemungkinan buruk yang terjadi dalam masa tunggu adalah meninggal dunia.

Pada dasarnya orang yang akan menunaikan ibadah haji itu dilakukan oleh mereka yang mampu secara finansial dan juga mampu secara fisik. Akibat dari waktu tunggu yang tergolong lama, maka perlu adanya perhatian dari pemerintah terkait dengan dilakukannya kegiatan sosialisasi mengenai pendaftaran haji diusia muda, sehingga pada waktu keberangkatan itu belum memasuki usia lanjut dan juga mengurangi risiko tinggi. Pendaftaran haji diusia muda ini berada dikisaran umur 12-25 tahun, sehingga pada usia 35-55 tahun jamaah dapat menunaikan ibadah haji dngan kondisi yang baik dan semakin menambah kualitas perjalanan ibadah haji.⁵

Dalam hal ini peneliti memilih melakukan penelitian di Bank Panin Dubai Syariah, dikarenakan jumlah peneliti yang pernah melakukan

⁵ Rizki Khairun Nisa, "Urgensi Sosialisasi Pendaftaran Ibadah Haji Diusia Muda Sebagai Upaya Pemerintah Menghadapi Waiting List Haji di Indonesia", *Jurnal Manajemen Dakwah*, Volume 5, Nomor 1, 2020, hal. 78

penelitian di bank ini masih sangat sedikit. Bank Panin Dubai Syariah merupakan bank yang termasuk ke dalam bank syariah besar di Indonesia, namun belum banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan dari bank ini. Kemungkinan disebabkan karena kurangnya *branding* dan juga masih asing ditelinga masyarakat. Jadi peneliti berasumsi bahwa Bank Panin Dubai Syariah ini belum dikenal oleh masyarakat luas, hal ini dibuktikan ketika saya melakukan kegiatan PPL dosen pembimbing lapangan saya tidak mengetahui bahwasannya Bank Panin Dubai Syariah itu ada.

Dengan adanya masalah yang peneliti temukan di Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung, strategi promosi *personal selling* yang dilakukan oleh lembaga keuangan ini menjadi bagian terpenting bahkan menjadi kunci utama untuk meningkatkan jumlah nasabah tabungan zam-zam. Promosi merupakan bentuk kegiatan terakhir yang dilakukan dalam suatu bauran pemasaran setelah produk, harga, dan tempat, dan juga merupakan suatu kegiatan yang identik dengan aktivitas pemasaran dalam arti sempit. Dalam melakukan kegiatan promosi ini, setiap perusahaan ataupun lembaga keuangan berusaha untuk mempromosikan semua produk dan layanan mereka secara langsung dan tidak langsung. Tujuan dari diadakannya promosi yaitu untuk menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha untuk meningkatkan nasabah tentang produk, mendorong nasabah untuk membeli, dan yang terakhir meningkatkan citra bank di mata nasabah.

Maka dari itu berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul **“PENERAPAN STRATEGI *PERSONAL SELLING* PADA PRODUK TABUNGAN ZAM-ZAM UNTUK KALANGAN GENERASI Z (GEN Z) DI BANK PANIN DUBAI SYARIAH TULUNGAGUNG”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka yang menjadi fokus penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana penerapan strategi *personal selling* pada produk tabungan zam-zam untuk kalangan Generasi Z di Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung?
2. Apa faktor yang menghambat penerapan strategi *personal selling* dalam menarik minat nasabah melalui produk tabungan zam-zam?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan fokus penelitian diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi *personal selling* pada produk tabungan zam-zam untuk kalangan Generasi Z di Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung.
2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang menghambat penerapan strategi *personal selling* dalam menarik minat nasabah melalui produk tabungan zam-zam.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Dapat dimanfaatkan oleh lembaga akademik baik dosen maupun mahasiswa sebagai informasi dan referensi pembelajaran dalam bidang keuangan (khususnya Bank Panin Dubai Syariah)
- b. Memberikan kontribusi keilmuan sehingga dapat dijadikan referensi bagi para penulis lain

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penulis:

- 1) Menambah wawasan tentang Bank Panin Dubai Syariah
- 2) mempraktikkan teori tentang perbankan syariah yang telah dipelajari
- 3) Menambah pengalaman dan sarana latihan dalam memecahkan masalah-masalah yang ada di masyarakat sebelum terjun dalam dunia kerja yang sebenarnya.

b. Bagi Lembaga Pendidikan (UIN SATU):

Sebagai sarana untuk menjembatani hubungan antara bank syariah khususnya Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung dengan penyelenggara jurusan untuk kerja sama lebih lanjut.

c. Bagi Bank Panin Dubai Syariah Tulungagung

- 1) Memberikan masukan melalui saran dan kritik yang bermanfaat.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat dalam menentukan langkah selanjutnya ke arah yang

lebih baik, khususnya sebagai bahan evaluasi atas kinerja bank syariah selama ini dalam menghadapi kompetisi dalam dunia perbankan nasional

d. Bagi Peneliti Selanjutnya:

Sebagai sarana pijakan untuk melaksanakan penelitian lebih lanjut dengan memperluas penelitian ini dari sisi yang berbeda.

e. Bagi nasabah

Memberi informasi bagi nasabah mengenai tabungan zam-zam, bahwasannya menabung untuk mempersiapkan ibadah haji itu bisa dimulai sejak usia dini. Selaain itu juga memberikan informasi yang lebih luas terkait dengan Bank Panin Dubai Syariah ini karena bank ini masih asing ditelinga masyarakat umum.

E. Penegasan Istilah

Untuk mempermudah dalam memahami judul skripsi ini, maka diperlukan uraian terhadap penegasan arti dan makna dari beberapa istilah yang digunakan dari judul ini guna menghindari kesalahpahaman dalam pemaknaan judul.

1. Penegasan Konseptual

a. Strategi *Personal Selling*

Secara umum istilah strategi mempunyai pengertian sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan. Istilah strategi (*strategy*) berasal dari kata benda dan kata kerja dalam bahasa Yunani. Sebagai kata benda *Strategos*, merupakan

gabungan kata *staros* (militer) dengan *ago* (memimpin). Sebagai kata kerja *stratego* berarti merencanakan (*to plan*).

Definisi yang bisa dilihat dari Personal Selling atau penjualan pribadi adalah penyajian secara lisan oleh perusahaan kepada satu atau beberapa calon pembeli dengan tujuan agar barang dan jasa yang ditawarkan dapat terjual.⁶ Personal selling merupakan salah satu cara yang paling efektif untuk memberikan informasi kepada konsumen, menanamkan pilihan pembeli, keyakinan pembeli, dan tindakan pembeli pada tingkat tertentu dalam proses pembelian. Ruang lingkup dari perbankan itu sendiri ialah penjualan pribadi dimana hal ini dilakukan oleh seluruh pegawai bank.

Jadi dapat disimpulkan bahwasannya strategi *personal selling* merupakan suatu metode promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau organisasi dengan cara melakukan interaksi secara langsung antara penjual dan pembeli. Dengan begitu interaksi yang timbul atau terjadi didalam proses pemasaran ini itu bisa berjalan lebih efektif dan juga maksimal karena mereka mendapatkan informasi yang sudah valid dan lengkap.

b. Produk Tabungan Zam-Zam

Menurut Kotler, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi untuk

⁶ Ginanjar Bayu Bimantoro, “*Analisis Strategi Personal Selling Marketing Communication Di PT. Infoglobal*”, Volume 22, Nomor (1), Jurnal Manajemen Bisnis, 2019, hal.49

memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.⁷ Pengembangan produk yang baik tentunya memerlukan pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan keinginan pasar, serta kemampuan untuk menghadirkan solusi yang memenuhi harapan konsumen. Tabungan zam-zam merupakan program tabungan Bank Panin Dubai Syariah yang bisa mewujudkan keinginan berangkat haji. Dan tentunya tabungan ini bisa digunakan atau dimanfaatkan oleh penduduk mulai dari usia 12 tahun.

Jadi produk tabungan zam-zam merupakan salah satu jenis produk tabungan syariah yang ditawarkan oleh Bank Panin Dubai Syariah.

c. Generasi Z (GEN-Z)

Generasi Z atau sering disebut dengan istilah Gen Z dan dalam bahasa sehari-hari dikenal dengan Zoomers, merupakan orang-orang yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012. Sebagian besar Generasi Z ini merupakan anak-anak yang lahir dari Generasi X atau Milenial yang lebih tua. Generasi Z ini lahir lebih awal pada abad ke-21, dan menjadi generasi pertama yang tumbuh dengan akses internet dan teknologi digital sejak usia muda.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam menulis sebuah skripsi terdapat sistematika atau urutan penulisan yang harus diperhatikan. Sistematika penulisan skripsi terbagi menjadi 3 bagian yaitu terdiri dari :

⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, (Jakarta: Erlangga, Jilid 2, Edisi Keenam), hal.54

1. Bagian Awal

Bagian awal penulisan skripsi ini terdiri atas halaman depan, halaman judul, halaman persetujuan, motto penulis, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran dan abstrak.

2. Bagian Utama

Bagian utama dalam penulisan skripsi dibagi atas 6 bagian, antara lain adalah :

a. BAB I Pendahuluan

Dalam bagian pendahuluan ini terdiri atas beberapa sub bab mulai dari latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan skripsi.

b. BAB II Landasan Teori

Pada bagian ini terdiri atas pembahasan semua variabel yang sedang diteliti yang sebelumnya sudah berdasarkan dengan teori serta kajian penelitian terdahulu.

c. BAB III Metodologi Penelitian

Pada bagian ini terdiri dari beberapa sub bab diantaranya adalah pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

d. BAB IV Laporan Hasil Penelitian

Dalam bagian ini akan dipaparkan mengenai hasil dari penelitian yang telah dilakukan berserta pembahasannya.

e. BAB V Pembahasan

Bagian ini berisikan hasil dari penelitian yang dimanfaatkan untuk menjawab permasalahan yang sedang diteliti. Pada bab ini akan membahas mengenai analisis temuan data pada penelitian dengan teori yang ada dan membahas tentang rumusan masalah dari yang pertama hingga selesai.

f. BAB VI Penutup

Pada bagian penutup skripsi terdiri dari penarikan kesimpulan yang didapatkan melalui hasil penelitian dan juga mengemukakan beberapa saran.

2. Bagian Akhir Pada bagian akhir penulisan skripsi terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi sekaligus daftar riwayat hidup penulis.