

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Islam dapat disebut sebagai salah satu yang dianggap sebagai suatu sistem jalan hidup yang menyeluruh. Islam memberikan pedoman dinamis untuk segala aspek kehidupan, termasuk transaksi keuangan dalam bisnis. Dengan menerapkan prinsip syariah, diharapkan Islam dapat memberikan manfaat (mashlahat) bagi umat manusia. Keunggulan lembaga keuangan syariah salah satunya yaitu adanya larangan sengaja melebihkan dari pokok pinjaman, sehingga praktik tersebut dianggap riba yang diharamkan dalam Islam (Putri, 2020).

Indonesia adalah negara dengan penduduk sebagian besar beragama Islam, maka dari itu Indonesia mempunyai kekuatan untuk pengembangan pasar produk perbankan syariah. Permintaan terhadap pelayanan perbankan syariah mendorong kemajuan jumlah bank syariah di Indonesia. Kemudian sesudah berdirinya Bank Muamalat Indonesia beberapa bank umum syariah juga mulai berdiri, sementara itu banyak bank konvensional juga mendirikan unit usaha syariah sebagai respon terhadap permintaan tersebut (Santoso, 2021).

Indonesia mengharapkan bank syariah bisa memberi kontribusi dalam kestabilan sistem ekonomi. Perbankan syariah memberikan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah. Bank syariah memiliki peran sangat penting khususnya

bagi masyarakat muslim. Bank syariah melakukan transaksi keuangan kepada masyarakat dengan halal agar terpenuhi (Marzelin, 2022).

Perbankan syariah menjalankan proses kegiatan usahanya didasarkan dengan prinsip-prinsip syariah. Sesuai fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) tentang kegiatan bank syariah (Utama, 2020). Perkembangan perbankan syariah di Indonesia merupakan sebuah peranan penting untuk memenuhi kebutuhan masyarakat agar tersedianya layanan berupa jasa keuangan, sesuai dengan prinsip syariah.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah memberikan dampak signifikan, maka dari itu menjadikan perbankan syariah memiliki peran penting dalam menyediakan layanan keuangan sesuai dengan prinsip syariah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Pertumbuhan yang pesat dalam perbankan syariah menunjukkan perlunya pengembangan produk sebagai respon terhadap perkembangan tersebut (Kulsum, 2022).

Dalam perbankan syariah terdapat berbagai produk. Produk-produk bank syariah yaitu produk gadai syariah, tabungan syariah, deposito syariah, giro syariah, dan pembiayaan syariah. Produk tersebut telah diatur oleh DSN MUI tentunya dengan prinsip syariah. Sehingga dalam pengimplementasiannya bank syariah sudah tahu bagaimana cara kerja dari produk tersebut mulai dari akad yang digunakan ataupun ketentuan umum yang ada dalam produk perbankan syariah (Mirnawati, 2014).

Produk tabungan yang menarik untuk saat ini yaitu tabungan haji. Produk tabungan ini telah sesuai dengan prinsip syariah dan menggunakan akad mudharabah muthlaqah. Jenis akad mudharabah yang memberikan kebebasan penuh kepada mudharib dalam mengelola modal yang diberikan oleh shahibul mal (Rachman, 2022).

Produk tabungan haji merupakan sebuah simpanan yang nantinya bisa diambil oleh nasabah ketika akan menunaikan ibadah haji. Bagi hasil Al-Mudharabah merupakan simpanan yang diterapkan pada produk tabungan haji. Tabungan haji ini sama saja dengan tabungan berjangka syariah. Tabungan haji memiliki dua akad yaitu akad mudharabah muthlaqah dan wadiah tentunya telah sesuai dengan prinsip syariah (Yuliza, 2020).

Tabungan haji di Indonesia tentunya memberikan banyak kemudahan, seperti persyaratan yang tidak ribet dan setoran awal yang ekonomis. Maka dari itu banyak masyarakat yang tertarik dengan produk tabungan haji ini. Tabungan haji di Indonesia mempunyai banyak keunggulan tentunya sesuai dengan keinginan nasabah seperti setoran awal yang ringan, gratis biaya administrasi, tersedia pilihan ibadah haji reguler maupun haji khusus dan premi asuransi otomatis. Jadi tabungan haji ini sudah aman karena, dilindungi langsung oleh asuransi jiwa (Khairunisa, 2021).

Adapun ayat Al-Qur'an yang membahas tentang ibadah haji :

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ ۖ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا ۗ وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حُجُّ الْبَيْتِ

مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۚ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ﴿٩٧﴾

Artinya : “Dan (diantara) kewajiban manusia terhadap Allah adalah melaksanakan ibadah haji ke Baitullah, yaitu bagi orang-orang yang mampu mengadakan perjalanan kesana. Barangsiapa mmengingkari (kewajiban) haji, maka ketahuilah bahwa Allah Mahakaya (tidak memerlukan sesuatu) dari seluruh alam”. (QS Ali ‘Imran: 97)

Melaksanakan ibadah haji termasuk dari salah satu rukun Islam yang kelima. Rasa keinginan untuk melaksanakan ibadah haji pastinya banyak dirasakan oleh masyarakat muslim di Indonesia. Sudah banyak masyarakat muslim di Indonesia yang sudah menunaikan ibadah haji. Hal ini menjadi faktor utama dalam fakta yang ada, yaitu jamaah terbesar di dunia yang melaksanakan ibadah haji ialah masyarakat muslim dari Indonesia (Ahmad, 2021).

Adapun data jumlah jama’ah haji Indonesia Tahun 2021-2024 :

**Tabel 1.1 Data Jamaah Haji di Indonesia**

Tahun	Jumlah Jama’ah Haji
2021	60.000 (Reguler)
	4.000 (Khusus)
2022	100.051
2023	229.000
2024	221.000 Mendapatkan tambahan kuota 20.000

Sumber : <https://haji.kemenag.go.id>

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan perkembangan jumlah jama’ah haji dari Tahun 2021-2024 telah terjadi peningkatan. Salah satu penghambat

untuk melaksanakan ibadah haji yaitu lamanya waiting list. Waiting list di beberapa daerah sudah sampai dengan puluhan tahun. Maka dari itu tabungan haji dapat menjadi salah satu solusi untuk masalah tersebut. Karena dengan kita membuat tabungan haji sejak dini maka membuat kita untuk cepat mencapai minimal setoran awal untuk pendaftaran haji. Selain itu dengan tabungan haji membuat kita lebih konsisten mempersiapkan dana untuk pelaksanaan ibadah haji, serta terbantu dalam pendaftaran haji (Munir, 2023).

Bank sebagai lembaga keuangan dalam memasarkan produk tentunya membutuhkan strategi pemasaran. Ketika melakukan pemasaran, tentunya bank mempunyai beberapa target yang nantinya akan dicapai. Lingkungan pemasaran sangat mempengaruhi kemudahan bank dalam melakukan strategi untuk mendapatkan hati nasabah (Mulyawati, 2020).

Pentingnya sebuah pemasaran dikarenakan untuk melengkapi kebutuhan dan keinginan masyarakat terhadap suatu produk atau jasa. Seiring dengan berkembangnya pengetahuan masyarakat menjadikan pemasaran ini penting. Pemasaran dilakukan untuk menghadapi pesaing yang semakin meningkat dari waktu ke waktu (Khairunisa, 2021).

Pada konsep pemasaran produk bank memiliki alat untuk pemasaran yang mempunyai sifat dapat dikendalikan yaitu bauran pemasaran dapat disebut dengan marketing mix. Bauran pemasaran merupakan sekumpulan dari variabel dengan adanya alat pemasaran yang dapat dikuasai dalam sebuah perusahaan maupun suatu lembaga sebagai alat untuk mencapai sebuah target pemasaran

dalam pasar sasaran (Halimah, 2021). Manajemen pemasaran didalamnya memiliki alat pemasaran yang disebut dengan istilah 4P (*Product, Price, Place, Promotion*). Strategi 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) strategi ini tidak jauh berbeda dengan bauran pemasaran pada umumnya, perbedaannya terletak pada implementasinya (Muhammad, 2021).

Bank syariah di Yogyakarta semakin berkembang (Utama, 2020). Bank Madina Syariah merupakan bank yang didalamnya terdapat berbagai produk tabungan salah satunya produk tabungan haji. Produk tabungan haji ini merupakan solusi yang tepat dan khusus dibuat untuk membantu nasabah yang ingin menabung untuk mewujudkan impiannya melakukan ibadah haji. Dari hasil wawancara dengan salah satu pegawai bahwasanya nasabah tabungan haji di bank madina syariah ini belum mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Berikut ini data jumlah nasabah produk tabungan haji di Bank Madina Syariah :

**Tabel 1.2 Data Tabungan Haji Bank Madina**

Tahun	Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji
2020	4
2021	12
2022	2
2023	2
2024	1

**Sumber : Bank Madina Syariah (2024)**

Dilihat dari data jumlah nasabah produk tabungan haji yang ada di Bank Madina Syariah ini belum mengalami peningkatan. Oleh karena itu dalam penelitian ini mencoba untuk melihat bagaimana strategi pemasaran yang dijalankan oleh Bank Madina Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah

produk tabungan haji. Penelitian ini juga dilakukan untuk melihat apakah strategi pemasaran yang dijalankan oleh Bank Madina Syariah terhadap produk tabungan haji sudah berhasil atau belum.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu fokus meneliti bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan pihak bank untuk menarik minat nasabah menggunakan produk tabungan haji sedangkan fokus penelitian ini adalah untuk meneliti bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan pihak bank dalam meningkatkan jumlah nasabah. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah” (Studi Kasus PT Bank Madina Mandiri Sejahtera).**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan Bank Madina Syariah dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan haji di Bank Madina Syariah?
2. Bagaimana kendala dan solusi yang terkait dengan strategi pemasaran produk tabungan haji di Bank Madina Syariah?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk menganalisis strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh Bank Madina Syariah untuk meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan haji.
2. Untuk menganalisis kendala dan solusi apa saja yang ada dalam kegiatan strategi pemasaran produk tabungan haji di Bank Madina Syariah.

### **D. Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Teoritis

##### a. Bagi Lembaga Keuangan

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi praktisi lembaga keuangan untuk terus mempertahankan eksistensi sebagai bank syariah yang mengemban amanat mensejahterakan seluruh umat.

##### b. Bagi Pihak Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan untuk penelitian dimasa yang akan datang dan menambah khasanah pustaka mengenai strategi pemasaran produk tabungan haji pada Bank Madina Syariah.

##### c. Bagi Penulis

Bagi penulis yaitu sebagai latihan kemampuan dalam bidang penelitian ilmiah, serta membuat penulis melakukan analisis sesuai dengan teori-



teori dan ilmu yang didapatkan penulis selama proses perkuliahan. Manfaat selanjutnya yaitu penulis mendapatkan pengetahuan dan informasi-informasi baru yang belum pernah didapatkan sebelumnya.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan deskripsi yang jelas tentang peran Perbankan Syariah dalam melakukan strategi pemasaran produk tabungan haji dalam meningkatkan jumlah nasabah. Sehingga penelitian ini bisa menjadi bahan evaluasi oleh lembaga terkait.

## **E. Sistematika Pembahasan**

Penyusunan penelitian yang dilakukan ini terdiri dari 5 (lima) bab, dengan sistematika penelitian sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini merupakan pendahuluan yang menjelaskan mengenai latar belakang masalah dari penelitian, rumusan masalah yang menjadi dasar penelitian, tujuan dan manfaat penelitian yang dilakukan serta sistematika penulisan.

### **BAB II: KAJIAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisi pembahasan tentang landasan teori dan referensi yang akan memberikan pengertian dasar yang membahas teori yang dipakai dalam melandasi penelitian ini. Landasan Teori yang terdiri dari pengertian strategi, pengertian pemasaran, pengertian produk tabungan haji.

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Metodelogi penelitian berisi mengenai jenis penelitian, lokasi penelitian, pendekatan penelitian, sumber data, instrument penelitian, metode pengumpulan data dan teknik analisis data.

### **BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum BPRS Maddina Syariah, pemaparan hasil wawancara dan pembahasan mengenai hasil wawancara yang sudah dilakukan.

### **BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi tentang rangkuman dari hasil penelitian yang dilakukan yang terdiri atas kesimpulan, saran.