

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki jumlah penduduk dominan agama Islam, dengan dominan muslim juga mempraktekan sistem perbankan dalam sistem perekonomian, berharap menerapkan sistem berbasis nilai-nilai serta prinsip syariah (Islamic economic system) dalam segala bentuk bisnis juga transaksi kehidupan, umat Islam menduga bahwa Bank Syariah menggunakan sistem forum keuangan yang berlandaskan prinsip syariah bisa membuat aktivitas ekonomi yang lebih adil dan transparan, sebagai akibatnya persepsi masyarakat mengenai negative spread dapat dihilangkan seiring menggunakan perkembangan serta kemajuan lembaga keuangan syariah contohnya bank syariah, premi syariah, pasar modal syariah, pegadaian syariah dan KJKS (Koperasi Jasa Keuangan Syariah) (Muyassarrah & Muyassarrah, 2019).

Perbankan syariah intinya merupakan pengembangan asal konsep ekonomi Islam, terutama pada bidang ekonomi. Perbankan syariah pada peristilahan internasional dikenal menjadi Islamic Banking atau diklaim juga menggunakan interest-free banking. Bank Syariah pada awalnya dikembangkan menjadi suatu respon dari grup ekonom dan praktisi perbankan muslim yang berupaya mengakomodasi friksi berasal berbagai pihak yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai moral dan prinsip-prinsip syariah Islam. Utamanya adalah yang berkaitan dengan pelarangan praktek riba, kegiatan maisir (spekulasi) dan Gharar (tipuan) (Nasution, 2018).

Perkembangan industri keuangan syariah di Indonesia sampai sekarang terus mengalami peningkatan. Data dari OJK menunjukkan tahun 2017 total aset keuangan syariah di Indonesia telah mencapai Rp 992,80 triliun dengan industri perbankan syariah mencapai Rp 375,75 triliun, pasar modal syariah sebesar Rp 522,42 triliun dan IKNB Syariah Rp 94,63 triliun. Hal tersebut mengindikasikan bahwa masyarakat semakin percaya akan keberadaan lembaga keuangan syariah, terutama pada sektor perbankan syariah (Hayati, 2019).

Dari paparan di atas maka muncullah suatu lembaga keuangan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat. Lembaga keuangan adalah setiap perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan bidang keuangan. Kegiatan usaha lembaga keuangan ini adalah menghimpun dana, menawarkan produk, serta menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan. Lembaga keuangan terdiri dari 2 yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan nonbank (Soemitra, 2010).

BPRS Madina Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Seperti halnya Bank syariah pada umumnya, BPRS Madinah Syariah mempunyai produk dan jasa yang ditawarkan menggunakan prinsip syariah. Produk tersebut diantaranya adalah: Produk penghimpunan dana diantaranya tabungan Arisan, iB Madina, tabungan haji dan umroh, tabungan qurban, tabungan simpel, tabungan iB Hari Raya, tabungan iB Waliah, tabungan Ukhuwah, tabungan iB Wadiah, tabungan iB Meriah (Murah Hadiah), dan tabungan iB Pendidikan.

Sedangkan tabungan merupakan produk yang paling diminati masyarakat dalam penghimpunan dana. Dikarenakan tabungan lebih praktis diaplikasikan dari pada jenis produk investasi lainnya. Mekanismenya ringan dan tidak memberatkan membentuk masyarakat lebih memilih produk tabungan untuk menginvestasikan dananya. Setoran serta penarikan yang bisa dilakukan kapan saja serta batas saldo minimal yang sedikit sebagai penunjang produk tabungan yang diminati masyarakat misalnya produk tabungan qurban (Manan et al., 2021).

Salah satunya adalah, produk tabungan qurban artinya salah satu pilihan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat pada penyediaan sarana sebagai akibatnya warga bisa merencanakan dengan baik keinginan untuk berqurban. Disamping itu, nasabah akan mempunyai rasa safety karna pihak bank akan menjaga serta menjamin nasabah-nasabahnya dan setoran awal yang relative ringan sangat memudahkan nasabah buat merealisasikan niatnya untuk berqurban (Pohan et al., 2021).

Sehingga tabungan qurban sebagai cara lain bagi masyarakat yang ingin menunaikan ibadah qurban dengan cara berkomitmen buat menyisihkan uang agar dapat membeli hewan kurban. Tabungan qurban ialah media penyimpanan dana dalam bentuk tabungan yang diperuntukkan bagi warga yang ingin merencanakan investasi qurban. Pihak penyelenggara akan memberikan kesempatan bagi nasabah untuk memilih periode menabung. Penyelenggara tabungan qurban bertugas menghimpun dana warga serta mendistribusikan dana

tadi menjadimodal buat membeli hewan qurban pada saat yang telah ditentukan (Kosanke & M, 2019).

Berkaitan dengan hal tersebut Lembaga keuangan syariah yaitu BPRS Madina Syariah Yogyakarta menyediakan suatu produk yang tergolong Langkah yaitu produk tabungan qurban. Produk tabungan qurban pada bank Madinah syariah yogyakarta menggunakan prinsip akad mudharabah (Kasmir, 2004).

Tabungan yang menggunakan akad mudharabah seperti halnya tabungan qurban pada Bank Madinah Syariah Yogyakarta dimana akad yang menggunakan akad mudharabah (bagi hasil) antara bank dengan Nasabah dengan nisbah 25% untuk Nasabah dan 75% untuk bank, setoran dapat dilakukan sewaktu waktu atau sesuai kesepakatan di mana penarikan dapat dilakukan satu kali dalam satu tahun yaitu secepat cepatnya satu pekan sebelum hari raya idul adha, setoran awal minimal RP. 25.000 sedangkan setoran selanjutnya minimal RP. 10.000 biaya administrasi buka rekening RP. 5.000 dan tidak ada administrasi bulanan begitu juga pajak 20% dari bagi hasil antara bank dan Nasabah (Ascarya, 2008).

Keunggulan dari produk tabungan qurban Di BPRS Madina Syariah Yogyakarta yaitu: (1) Nasabah dapat merencanakan ibadah qurban dengan cara menabung setiap bulan dengan nominal tertentu dan diambil secepat cepatnya (2) bagi hasil yang komfetitif (3) tidak ada biaya administrasi bulanan (Bank Madinah Syariah, 2022).

Yang menarik tentang tabungan di sini menggunakan akad mudharabah dan juga tabungan qurban juga paling menarik atau paling spesial karena tabungan qurban bisa mengadakan qurban walaupun tidak harus membuka tabungan

qurban begitu juga sering digunakan dari tabungan lain (Bank Madinah Syariah, 2023). Strategi marketing terkait tabungan qurban pada Bank Madinah Syariah Yogyakarta kebanyakan mempromosikan ke masjid melalui takmir masjid dengan mengadakan infaq dan sadakah, menyebarkan brosur, dan mempromosikan melalui media internet. Begitu pula akan di jadikan untuk membeli hewan qurban pada saat hari raya idul adha (Bank Madinah Syariah, 2023).

Dimana bisa kita perhatikan kesejangan hewan qurban terus meningkat, dan wajar respon umat islam sangat besar dalam melaksanakan ajaran quran, sehingga dari tahun ketahun kebutuhan hewan qurban naik dengan rata rata 5%. Meskipun demikian terkadang hewan qurban juga mengalami penurunan dalam setiap tahunnya berdasarkan data dari Kementerian Pertanian Republik Indonesia hari raya idul adha pada tahun 2020 memerlukan kurang lebih 1.683.354 ekor, sebenarnya bisa menjadi alat ukur umat islam kalua besaran hewan qurban dikelola dengan benar maka bisa meningkatkan ekonomi umat islam. Namun persoalnya umat islam berada pada posisi ekonomi yang mana? Posisi umat islam yang selama ini hanya sebagai pembeli hewan qurban, sudah mulai diurikan oleh beberapa Lembaga yang sehingga berdampak secara ekonomi pada peternak sehingga menjadi hewan qurban yang berkualitas (Muhammad Munadi, 2019).

Untuk lebih jelasnya mengenai produk tabungan qurban di Indonesia bisa kitalihat pada table di bawah ini:

Tabel 1.1 Jumlah Hewan Qurban Di Indonesia

NO	Jumlah Hewan	Tahun	
		2021	2022
1	Sapi	568.995	541.568
2	Kambing	853.889	853.212
3	Domba	329.126	392.185
4	Kerbau	15.512	15.653
5	Jumlah	1.767.522	1.802.618

Sumber : kementerian Pertanian

Berdasarkan data Kementerian Pertanian, dimana jumlah hewan qurban pada tahun ini sebanyak 1.767.522 ekor menaik ketika idul adha 2021 dibandingkan pada tahun 2022. Jumlah tersebut naik 1,98% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 1.802.618 ekor binatang qurban.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan (Wardani et al., 2022). Dalam penelitiannya yang berjudul strategi pemasaran produk tabungan qurban di pt. bprs al-falah banyuasin pada masa pandemic covid 19 menganalisis bagaimana Pelaksanaan Tabungan Qurban di PT. BPRS Al-Falah, yaitu dengan membantu memberikan kemudahan pada nasabah untuk menyisihkan uangnya yaitu dengan cara menabung secara pelan-pelan namun tetap aman dan terencana serta bagi masyarakat menengah kebawah untuk bisa mempersiapkan perencanaan ibadah qurban dari jauh hari. berbedah dengan penelitian (Pohan et al., 2021). Yang berjudul analisis metode promosi tabungan qurban di kspps bmt ub Amanah laut dendang, yang melakukan dengan system promosi dengan dua system Pertama, sistem promosi langsung (direct promotion system) seperti petugas

mempromosikan langsung produk tabungan qurban kepada masyarakat dan menyebarkan brosur yang sudah menyatu (*bundling*) dengan produk lainnya, Kedua, sistem promosi tidak langsung (*indirect promotion system*) seperti mempromosikan produk tabungan qurban kepada masyarakat luas melalui iklan di media sosial.

Permasalahan dalam penelitian ini ialah perkembangan produk tabungan qurban hingga waktu ini masih belum begitu banyak nasabah, sebab tabungan qurban belum menjadi produk utama sehingga belum terlalu dikenal oleh warga. Maka dari itu butuh strategi untuk mengembangkan produk tabungan qurban. Sehingga tabungan qurban bisa menjadi lebih baik lagi untuk kedepannya dan dalam aktivitas pemasaran selalu terdapat dalam setiap perjuangan, baik perjuangan yang berorientasi profit maupun juga usaha-perjuangan sosial (Wardani et al., 2022).

Strategi pemasaran khususnya pemasaran produk tabungan qurban yang diterapkan PT.BPRS Madinah Syariah Yogyakarta mencakup beberapa strategi, yakni: Menyebarkan brosur, melalui media internet, dan mensosialisasikan ke masjid melalui takmir masjid. Sehingga BPRS Madinah Syariah menjadi strategi yang menjalin kerjasama dalam menggunakan untuk menetapkan target pemasaran, dan menaikkan kualitas pelayanan (Tamara & Angelica, 2016).

Menurut (Kotler dan Keller 2016; 92) dari pengertian di atas struktur manajemen pemasaran strategis menggambarkan masukan yang dipergunakan perusahaan buat mengidentifikasi serta memilih taktik. Masukan tadi diperoleh melalui analisis lingkungan internal serta lingkungan eksternal. Kekuatan-

kekuatan lingkungan makro yang utama meliputi: rakyat, nasabah, aturan dan sosialbudaya yang mempengaruhi bisnis. Disamping itu perlu selalu memonitor pelaku-pelaku lingkungan masyarakat yang utama yaitu: pelanggan pesaing, saluran distribusi, pemasok, pendatang baru serta produk pengganti yg akan mensugesti kemampuan perusahaan buat memperoleh nasabah.

Berdasarkan fenomena yang sudah terjadi penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada bank syariah yogyakarta dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN QURBAN DI BPRS MADINA SYARIAH YOGYAKARTA”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dan masalah di atas maka dapat di rumuskan permasalahannya yaitu :

1. Bagaimana strategi yang di lakukan BPRS Madinah syariah yogyakarta dalam memasarkan produk tabungan qurban?
2. Apa saja kendala yang dihadapi oleh pihak BPRS Madinah syariah yogyakarta dalam memasarkan produk tabungan qurban?

C. Tujuan Penelitian

Untuk menjawab dari rumusan masalah maka tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan untuk memasarkan produk tabungan qurban.
2. Untuk mengetahui kendala apa saja yang dihadapi dalam memasarkan produk tabungan qurban.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dan acuan oleh lembaga keuangan syariah dalam proses memasarkan produk, khususnya produk tabungan qurban. Penelitian ini juga diharapkan bisa memberikan sumbangsi hasil penelitian sebagai dasar referensi bagi mahasiswa UAD Yogyakarta untuk penelitian di masa yang akan datang dan menambahkhasanah pustaka yang terkait dengan strategi pemasaran produk tabungan qurban pada BPRS Madinah Syariah Yogyakarta. Bagi penulis sendiri sebagai penambah pengetahuan dalam memahami strategi pemasaran produk tabungan qurban pada BPRS Madinah Syariah Yogyakarta

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu tentang pemasaran dalam perspektif ekonomi islam, sebagai bahan untuk diskusi dan menetapkan informasi yang akurat sesuai dengan kondisi lapangan terkait penerapan metode pemasaran produk bank syariah untuk meningkatkan tabungan qurban.

E. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini dapat dijelaskan secara garis besar dengan total lima bab yang ada didalamnya dan berisi sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, perumusan dari permasalahan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KERANGKA TEORI

Bab ini berisi tentang pengertian pemasaran, pengertian strategi, pengertian strategi pemasaran, pengertian tabungan qurban, dan juga bauran pemasaran, serta tinjauan Pustaka dan kerangka berfikir.

BAB III METODA PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang meliputi pembahasan tentang jenis penelitian. Lokasi penelitian, sumber data penelitian, metode pengumpulan data, dan Teknik analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi tentang pembahasan dari hasil penelitian dan pembahasan yang berisikan tentang rangkuman secara singkat dari awal persiapan hingga akhir penelitian. Di bab ke 4 ini hasil penelitian diuraikan secara berurutan kemudian didiskusikan menjadi satu uraian yang padat

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berkaitan penutup yang membahas hasil dari kesimpulan dan saran penulis.