

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini, perbankan dalam kehidupan suatu negara adalah salah satu agen pembangunan (*agen of development*). Kegiatan utamanya dari perbankan yaitu menerima simpanan giro, tabungan dan deposito, kemudian bank juga dikenal sebagai tempat meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkannya. (Maylia, 2017).

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah “badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. (Jatmiko, 2015)

Indonesia memiliki sistem perbankan yang berbeda yaitu sistem perbankan syariah dan sistem perbankan konvensional. Perbankan konvensional ialah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional, yang dalam kegiatannya memberikan jasa lalu lintas pembayaran secara umum berdasarkan prosedur dan ketentuan yang telah ditetapkan. Sedangkan perbankan syariah ialah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Syariah adalah sebuah jalan yang telah Allah SWT berikan (aturan) kepada umat manusia, sumber hukum syariah berasal dari Al-Quran dan Hadist. (Jabar, 2019)

Setiap bank-bank syariah mempunyai beberapa produk yang ditawarkan kepada masyarakat sesuai dengan kebutuhan mereka. Didalam menawarkan produknya kepada masyarakat, maka terjadi persaingan antara bank-bank syariah lainnya sehingga perlunya adanya strategi didalam pemasaran pada masing-masing bank syariah tersebut. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan berminat untuk mengambil manfaat dari produk-produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhannya.

Strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dalam strategi pemasaran yang diterapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Dengan demikian, strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran.

Salah satu Bank Syariah di Kabupaten Tanah Bumbu adalah Bank BNI Syariah KC Sungai Danau. Bank BNI Syariah merupakan salah satu lembaga keuangan yang bergerak dibidang perbankan syariah yang menggunakan sistem bagi hasil dengan prinsip syariah.

Bank BNI Syariah KC Sungai Danau ini memiliki beberapa produk tabungan hasanah seperti :

1. Tabungan BNI iB Hasanah
2. Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah

3. Tabungan BNI Baitullah iB Hasanah
4. Tabungan BNI Tunas iB Hasanah
5. Tabungan BNI Tapenas iB Hasanah
6. Tabungan Prima iB Hasanah
7. Tabungan BNI SimPel iB Hasanah, dan pembiayaan syariah.

Dari beberapa produk tabungan yang pada Bank BNI Syariah penulis lebih mendalami mengenai produk Tabungan BNI Baitullah iB hasanah, yang dimana tabungan ini ditujukan untuk membantu atau memudahkan bagi para nasabah untuk menjalankan ibadah haji. Ibadah haji merupakan salah satu dari rukun islam yang wajib dilaksanakan bagi yang mampu baik secara fisik, mental dan ekonomi.

Dalam memasarkan produk yang ada di PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor cabang sungai danau pihak bank menggunakan bauran pemasaran atau yang sering disebut *marketing mix* dalam pemasaran yaitu dengan 4P, Strategi Produk, Strategi Harga, Strategi Tempat dan Strategi Promosi. Strategi produk yang ditawarkan oleh bank BNI Syariah KC Sungai Danau, dengan menyediakan produk yaitu tabungan BNI Baitullah iB Hasanah dimana tabungan ini adalah tabungan khusus Haji dan Umrah dengan prinsip Mudharabah (bagi hasil) atau Wadiah (titipan) sesuai dengan kemampuan dan jangka waktu pemberangkatan yang terencana. Bagi nasabah yang ingin menggunakan produk ini, nasabah cukup datang ke Unit Usaha Syariah BNI cabang terdekat dengan membawa Foto Copy KTP dan menyetorkan uang sebesar Rp.100.000.00,- untuk akan Wadiah dan Rp.500.000.00,- untuk akad Mudharabah nasabah sudah bisa membuka rekening Tabungan BNI Baitullah iB Hasanah, atau calon nasabah juga bisa mendaftarkan

diri secara online melalui website BNI Syariah, kedua akad itu tidak memiliki potongan biaya pengelolaan setiap bulannya. Strategi Tempat, dengan tempat pemilihan yang strategis ini mudah dalam nasabah menjangkau tempatnya karena berada persis dipinggir jalan raya yang bertempat di Jl. Batulicin-Pelaihari, Sungai danau, Kec. Satui, Kabupaten Tanah Bumbu, Kalimantan Selatan 72275 dan ini akan lebih memudahkan transaksi antara nasabah dan pegawai bank BNI Syariah kantor cabang sungai danau. Strategi promosi, pegawai bank BNI Syariah KC sungai danau menggunakan iklan, pamplate, media internet, mengikuti bazar dan memasang spanduk.

Produk tabungan BNI Baitullah iB Hasanah ini ditunjukkan kepada nasabah yang ingin atau berencana menunaikan ibadah haji atau umroh, berikut merupakan data jumlah nasabah bank BNI Syariah KC sungai danau.

Tabel 1.1

Jumlah Nasabah Tabungan Baitullah iB Hasanah		
No	Tahun	Nasabah
1	2017	161
2	2018 – 2019	137
3	2019 - 2020	46

Sumber: Bapak Mulyadi (*Sub Brance Manager*)

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa jumlah nasabah tabungan Baitullah iB Hasanah pada tahun 2017 ada 161 nasabah, pada tanggal 31 bulan desember tahun 2018 sampai dengan tanggal 31 desember tahun 2019 berjumlah 137 nasabah, kemudian selanjutnya sampai tanggal 07 desember 2020 berjumlah 46 nasabah.

Berdasarkan persentase data nasabah yang diperoleh dari BNI Syariah cabang Sungai Danau, terjadi penurunan rata-rata pertahun 33% dari tahun 2017 s.d. desember 2020.

Dari penjelasan diatas peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam bagaimana strategi pemasaran produk tabungan Baitullah iB Hasanah pada bank bni syariah KC Sungai Danau dan kendala teknis apa saja kendala dalam meningkatkan jumlah nasabah produk Baitullah iB Hasanah Bank BNI Syariah KC Sungai Danau, penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Baitullah iB Hasannah Bank BNI Syariah KC Sungai Danau”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas masalah dalam penelitian ini dirumuskan adalah

1. Bagaimana Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Baitullah iB Hasanah Bank BNI Syariah KC Sungai Danau?
2. Apa saja kendala yang terkait dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk Baitullah iB Hasanah Bank BNI Syariah KC Sungai Danau ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah

1. Mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah BNI Syariah cabang Sungai Danau pada Produk Baitullah iB Hasanah.
2. Mengetahui apa kendala yang terkait strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Produk Baitullah iB Hasanah Bank BNI Syariah KC Sungai Danau.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemikiran dan pengetahuan bagi akademis mengenai strategi pemasaran untuk rekrutmen nasabah BNI Syariah KC Sungai Danau pada Produk Baitullah iB Hasanah

Hasil penelitian ini diharapkan juga dapat bermanfaat untuk Bank BNI Syariah KC Sungai Danau dalam menentukan kebijakan dan ataupun keputusan di masa yang akan datang, serta dapat dijadikan barometer untuk meningkatkan strategi pemasaran produk-produk Bank BNI Syariah KC Sungai Danau.

Sebagai informasi untuk penelitian selanjutnya bagi mereka yang ingin melakukan sebuah penelitian yang lebih mendalam lagi tentang masalah ini dari sudut pandangan yang berbeda

E. Definisi Operasional

Berikut ini diberikan deskripsi sebagaimana judul yang peneliti lakukan sehingga dapat lebih memberikan pemahaman spesifik terhadap istilah pada kalimat-kalimat yang dianggap belum familiar bagi pembaca lainnya.

Strategi didapat dari bahasa Yunani yaitu *strategas* (*stratos* : tentara dan *Ag* : memimpin) sehingga dapat diartikan sebagai suatu hal yang dilakukan panglima perang untuk mengolah rencana guna memenangkan perang (Sadikin, Misra, & Hudin, 2020, hal. 199). John A. Byrne mendefinisikan strategi sebagai sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan yang direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing dan faktor-faktor lingkungan (Hasan, 2010, hal. 29).

Pemasaran adalah sebuah sistem dari kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan, dan menyalurkan barang-barang dan jasa yang dapat memuaskan konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong pemasaran adalah suatu proses dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginka melalui penciptaan dan pertukaran barang dan nilai dengan yang lainnya (Sadikin, Misra, & Hudin, 2020, hal. 190-191).

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Menurut H. Djaslim Saladin produk dapat diartikan sebagai setiap hal yang mampu memenuhi dan juga memuaskan kebutuhan atau pun keinginan

manusia, baik yang memiliki wujud maupun yang tidak berwujud (Sadikin, Misra, & Hudin, 2020, hal. 176-177).

Tabungan Baitullah iB Hasanah adalah simpanan pihak ketiga yang penarikannya dilakukan pada saat nasabah akan menunaikan ibadah haji atau umroh, tabungan ini menerapkan akad wadiah dan mudharabah.

F. Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari kesalahpahaman dan untuk memperjelas permasalahan yang penulis angkat, maka diperlukan untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian yang terdahulu. Berikut beberapa penelitian yang telah diteliti.

1. Penelitian yang telah dilakukan oleh Muhammad Indra Al-Syarif (1201160347) UIN Antasari Banjarmasin, jurusan perbankan syariah, skripsi yang berjudul: Strategi Bank BRI Syariah Cabang Banjarmasin dalam Memperoleh Nasabah Produk Tabungan Haji. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Bank BRI Syariah Cabang Banjarmasin dalam memperoleh nasabah produk tabungan haji, dan mengetahui kendala dalam penerapan strategi yang dilakukan Bank BRI Syariah Cabang Banjarmasin dalam memperoleh nasabah produk tabungan haji. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif. Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa strategi yang digunakan Bank BRI Syariah Cabang Banjarmasin dalam memperoleh nasabah

produk tabungan haji adalah: memasang iklan di website terkemuka tentang tabungan haji, memberikan kemudahan pelayanan kepada nasabah, melakukan promosi maksimal, adanya jaminan keamanan. Kendala dalam penerapan strategi yang dihadapi oleh Bank BRI Syariah Cabang Banjarmasin adalah: kehadiran bank lainnya yang juga melayani tabungan haji, masih terbatasnya pelayanan dengan hanya satu kantor cabang dan terbatasnya dana dalam melakukan promosi. Adapun perbedaan dari penelitian yang terdahulu yaitu pada lokasi penelitian, yang mana saudara Muhammad Indras Al-Syarif melakukan penelitian di Bank BRI Syariah Cabang Banjarmasin sedangkan yang akan peneliti lakukan yaitu berlokasi di Bank BNI Syariah Cabang Sungai Danau.

2. Penelitian yang telah dilakukan Nofi Wahyuni (01626203878) UIN Sultan Syarif Kasim Riau, jurusan DIII Perbankan Syariah, skripsi yang berjudul: Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Produk Tabungan Haji pada PT. Bank BNI Syariah KC Panam Arengka Pekanbaru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk tabungan haji pada Bank BNI Syariah KC Panam Arengka Pekanbaru, mengetahui faktor-faktor apa yang mendukung dan menghambat terhadap produk tabungan haji pada Bank BNI Syariah KC Panam Arengka Pekanbaru. jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan sumber data penelitian ini terdiri data primer sekunder dan metode pengumpulan data

menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa strategi pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan BNI Baitullah iB Hasanah unsur *Marketing Mix* yaitu *Place, Product, Price dan Promotion*. Sementara yang menjadi faktor pendukung tabungan haji yaitu semua muslim memiliki niat naik haji, prosedur pembukaan tabungan haji tidak rumit, nasabah bebas memilih akad, setoran awal ringan. Adapun yang menjadi faktor penghambat produk tabungan haji yaitu dibidang operasional, kurangnya pemahaman masyarakat, banyak berdiri lembaga keuangan syariah, masih banyak karyawan yang belum begitu menguasai terkait produk-produk, dll. Perbedaan dari penelitian yang terdahulu yaitu pada lokasi penelitian, yang mana saudari Nofi Wahyuni melakukan penelitian di PT. Bank BNI Syariah KC Panam Arengka Pekanbaru, sedangkan yang akan peneliti lakukan yaitu berlokasi di Bank BNI Syariah Cabang Sungai Danau.

3. Penelitian yang telah dilakukan Selpi Maylia (14123378) IAIN Metro, jurusan Perbankan Syariah, skripsi berjudul: Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan iB Baitullah Hasanah (Studi Kasus Pada PT. Bank BNI Syariah KCP BandarJaya). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan iB baitullah hasanah yang diterapkan oleh PT. Bank BNI Syariah KCP BandarJaya. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian

lapangan (field research) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini adalah bahwa PT. Bank BNI KCP Bandarjaya telah melaksanakan strategi pemasaran dengan menggunakan marketing mix yang meliputi place, price, product and promotion. Hambatan-hambatan yang dihadapi dalam pemasaran produk adalah di bidang operasional, administrasi dan bidang sumber daya manusia. Perbedaan dari penelitian yang terdahulu yaitu pada lokasi penelitian, yang mana saudara Selpi Maylia melakukan penelitian di PT. Bank BNI Syariah KCP BandarJaya, sedangkan yang akan peneliti lakukan yaitu berlokasi di Bank BNI Syariah Cabang Sungai Danau.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan ini disusun guna memudahkan dalam penulisan dan memahami penelitian yang akan ditulis. Secara umum gambaran sistematika penulisan skripsi terdiri dari 5 bab sebagai berikut.

Bab 1 Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, definisi operasional, tinjauan pustaka, dan sistematika penulisan skripsi.

Bab 2 Landasan Teori yang menerangkan, menguraikan dan menjabarkan masalah-masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung dari jurnal, buku, maupun skripsi terdahulu yang berkaitan

dengan masalah yang diteliti dan juga sumber informasi dari referensi media lainnya.

Bab 3 merupakan metode penelitian, yang berisi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab 4 merupakan hasil penelitian dari **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Baitullah iB Hasannah Bank BNI Syariah KC Sungai Danau”**. Dimana akan dibahas mengenai analisis data dan hasil analisis beserta dengan pembahasan yang telah sesuai dengan metode penelitian yang tercantum pada Bab 3, sehingga memberikan suatu perbandingan dari hasil penelitian yang telah sesuai dengan kriteria yang ada dalam permasalahan dari rumusan masalah.

Bab 5 berupa penutup yang didalamnya tertuang dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan adalah suatu ringkasan terhadap pembahasan yang telah dianalisis sebelumnya. Sedangkan saran merupakan suatu kontribusi pemikiran yang diberikan agar hasil penelitian ini berdampak positif sekaligus bermanfaat kedepannya.

Pada bagian akhir penelitian, penulis cantumkan daftar pustaka yang menjadi referensi dalam penyusunan penelitian ini, beserta lampiran-lampiran yang mendukung, serta daftar riwayat hidup penulis.