

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam suatu perusahaan atau bisnis strategi pemasaran mempunyai peran yang penting karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi suatu perusahaan, baik harga barang maupun jasa. Strategi pemasaran adalah upaya untuk memasarkan suatu produk, baik berupa barang maupun jasa dengan menggunakan taktik dan pola rencana tertentu sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualan. Strategi pemasaran ini juga di butuhkan dalam dunia perbankan untuk menarik minat masyarakat agar menyimpan dananya di bank.

Bank memiliki peranan yang sangat penting di dalam perekonomian Negara Indonesia. Bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan kemudian menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit maupun bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Salah satu aktivitas perbankan adalah menghimpun dana dari masyarakat luas atau yang lebih dikenal dengan istilah kegiatan *funding*. Penghimpunan dana dari masyarakat ini dilakukan dengan cara melakukan berbagai strategi agar masyarakat mau menanamkan dananya dalam bentuk simpanan seperti tabungan, giro, sertifikat deposito, deposito berjangka dan lain-lain. Pihak perbankan akan memberikan rangsangan berupa balas jasa yang akan diberikan

kepada nasabah agar masyarakat mau menyimpan uangnya di bank. Balas jasa tersebut bisa berupa pelayanan, hadiah, bagi hasil maupun balas jasa lainnya.

Dunia perbankan saat ini terbagi menjadi dua yaitu perbankan yang bersifat konvensional dan perbankan yang bersifat syariah. Bank konvensional yaitu bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang mana dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran berdasarkan prosedur dan ketentuan yang telah ditetapkan. Sedangkan Bank syariah adalah lembaga keuangan yang berfungsi untuk memfasilitasi kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, yaitu perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dengan pihak lain untuk menyimpan dana atau kegiatan bisnis, serta kegiatan lain yang dinyatakan sesuai dengan nilai syariah. Dimensi keberhasilan bank syariah meliputi keberhasilan dunia dan akhirat yang sangat memperhatikan keberhasilan sumber, kebenaran proses dan kemanfaatan hasil. (Ascarya, 2011).

Haji adalah salah satu dari lima rukun Islam wajib dilaksanakan oleh setiap muslim yang telah mampu lahir dan batin. Hal ini telah dijelaskan oleh Allah swt., dalam Al-Qur'an. Salah satu ayat Al Qur'an yang mewajibkan untuk melaksanakan ibadah haji yaitu QS Al Hajj ayat 27 yang berbunyi:

” وَأَذِّنْ فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ يَا تُوكَّ رِجَالًا وَعَلَىٰ كُلِّ ضَامِرٍ يَأْتِينَ مِنْ كُلِّ فَجٍّ عَمِيقٍ ”

Ayat Al-Qur'an di atas menjelaskan bahwa perintah-Nya adalah menyeru kepada seluruh umat Islam tentang kewajiban menunaikan ibadah haji di Baitullah dan menjelaskan segala keutamaan bagi yang melaksanakannya. (Abdullah, 2004: 518-521). Selain ayat-ayat Al-Qur'an, dalam hadis Nabi juga dijelaskan tentang kewajiban menunaikan ibadah haji bagi setiap muslim yang mampu

menunaikannya seolah-olah sudah dewasa dan berkecukupan secara finansial, fisik dan mental. Seperti hadis yang di riwayatkan oleh Imam Bukhari dan Muslim dari Abu Hurairah:

بُنِيَ الْإِسْلَامُ عَلَى خَمْسٍ : شَهَادَةِ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ ، وَ إِقَامِ الصَّلَاةِ ، وَ إِيتَاءِ الزَّكَاةِ ، وَ حَجِّ الْبَيْتِ ، وَ صَوْمِ رَمَضَانَ . رواه البخاري و مسلم .

Artinya: *Agama islam dibangun atas lima yaitu bersaksi bahwa tiada Tuhan yang wajib disembah kecuali Allah dan bersaksi bahwa Nabi Muhammad adalah utusan Allah, mendirikan sholat, membayar zakat, , dan melaksanakan Haji ke Baitullah, dan puasa di Bulan Ramadhan*”.(HR Bukhori Muslim).

Hadits di atas menjelaskan tentang lima rukun Islam yang wajib dilakukan oleh setiap muslim, salah satunya adalah melakukan ibadah menunaikan ibadah haji ke Baitullah bagi umat Islam yang telah mampu melaksanakannya. Menunaikan Haji hanya wajib dilakukan sekali seumur hidup oleh umat Islam di dunia. Kegiatan menunaikan ibadah haji hanya dilakukan selama bulan haji bulan Dzulhijjah. (Nur Anim Jauhariyah, 2020: 75-76).

Rukun Islam yang kelima yaitu melaksanakan ibadah haji yang diwajibkan kepada seluruh umat Islam yang mampu untuk melaksanakannya, oleh karena itu diperlukan dana yang cukup dan aman untuk menunaikan salah satu rukun Islam tersebut. Sejalan dengan hal tersebut bank syariah mempunyai bermacam-macam produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat, salah satunya adalah Produk Pembiayaan Ibadah Haji (PPIH) yang bertujuan untuk membantu dan memudahkan para nasabah untuk menjalakan ibadah haji.

Di masa pandemi *Covid-19* ini banyak memunculkan persoalan-persoalan baru yang belum pernah terjadi sebelumnya. Salah satu persoalan yang muncul adalah keputusan Pemerintah Arab Saudi untuk menutup akses ibadah haji dari warga negara asing pada tahun 2020 ini. Persoalan ini kurang lebih akan memberikan sentimen negatif terhadap banyaknya minat masyarakat untuk menggunakan produk tabungan haji. Selain hal tersebut, persoalan yang tidak kalah penting adalah ketidaktahuan masyarakat terhadap kapan berakhirnya pandemi *covid-19* ini yang menyebabkan enggan masyarakat untuk menggunakan tabungan haji dikarenakan terbatasnya penghasilan namun kebutuhan sehari-hari harus tetap terpenuhi. Dengan banyaknya perusahaan-perusahaan yang mengalami kesulitan sehingga berdampak pada pemutusan hubungan kerja bagi karyawan-karyawannya, hingga usaha-usaha kecil masyarakat yang tidak bisa bertahan dan akhirnya terpaksa gulung tikar, hal-hal tersebut akhirnya membuat masyarakat terpaksa untuk menggunakan uangnya atau bahkan tabungannya demi bertahan hidup dimasa pandemi covid-19 ini, hal ini juga akan berpengaruh terhadap banyaknya minat masyarakat untuk menggunakan produk tabungan haji.

Berikut perkembangan jumlah nasabah Tabungan Haji di Kantor Kementerian Agama Kota Banjarmasin.

Tabel 1.1 Jumlah Pendaftaran Nasabah Calon Jemaah Haji Di Kantor Kementerian Agama Kota Banjarmasin Periode 2018-2020

No.	Tahun	Jumlah Nasabah
1.	2018	2.347

2.	2019	2.537
3.	2020	1.387

Sumber: *Kementrian Agama Kota Banjarmasin*

Data di atas merupakan jumlah calon jemaah haji yang mendaftar melalui berbagai macam Bank yang ada di Kota Banjarmasin yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS), Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS), Bank Tabungan Negara (BTN), Commerce International Merchant Bankers Syariah (CIMBS), Bank Muamalat Indonesia (BMI), Permata Syariah, PANIN Bank Syariah, MEGA Syariah, MAYBANK, BPD KALSEL Syariah, DANAMON, SINARMAS, dan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah (BTPNS). Berdasarkan data tersebut dapat diketahui pada tahun 2018 sampai tahun 2019 jumlah calon jemaah haji meningkat sebanyak 190 pendaftar. Kemudian pada tahun 2020 di mana menjadi awal masuknya pandemi *Covid-19* di Indonesia tepatnya di awal tahun 2020 terdapat penurunan jumlah calon jemaah haji sebanyak 1.150 pendaftar.

Tabel 1.2 Jumlah Pendaftaran Nasabah Calon Jemaah Haji Yang Menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI) Di Kantor Kementrian Agama Kota Banjarmasin Periode 2018-2020

No	Tahun	Jumlah Nasabah		
		2018	2019	2020
1	Bank Syariah Mandiri (BSM)	853	819	546

2	Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS)	267	334	183
3	Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS)	419	387	224

Sumber: *Kementrian Agama Kota Banjarmasin*

Data di atas merupakan jumlah calon jemaah haji yang mendaftar melalui Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS), dan Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS) yang mana pada tahun 2021 ini melakukan *merger* menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Dapat dilihat pada tahun 2018 sampai 2020 jumlah calon jemaah haji Bank Syariah Mandiri (BSM) mengalami penurunan. Kemudian Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS) pada tahun 2018 sampai tahun 2019 meningkat sebanyak 67 orang, tetapi di tahun 2019 sampai 2020 Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS) mengalami penurunan sebanyak 151 orang. Sama halnya dengan Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS) juga mengalami penurunan dari tahun 2018 sampai tahun 2020.

Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan dan berbagai permasalahan yang ada penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan menjadi sebuah karya ilmiah berbentuk skripsi yang berjudul “***Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Indonesia di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ahmad Yani 1 Pada Masa Pandemi Covid-19***”.

B. Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang di atas, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan haji indonesia di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC A. Yani 1 pada masa pandemi *covid-19*?
2. Apa saja kendala-kendala dalam meningkatkan jumlah nasabah produk Tabungan Haji Indonesia di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Banjarmasin A Yani 1 pada masa pandemi *Covid-19* ?

C. Tujuan Penelitian

Bedasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk Tabungan Haji Indonesia di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Banjarmasin A Yani 1 dalam meningkatkan jumlah nasabah di tengah masa pandemi *Covid-19*.
2. Untuk mengetahui kendala-kendala dalam meningkatkan jumlah nasabah produk Tabungan Haji Indonesia di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Banjarmasin A Yani 1 pada masa pandemi *Covid-19*.

D. Kegunaan Penelitian

Manfaat dan kegunaan penelitian ini di urai secara ringkas sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Sebagai pembelajaran dan menambah wawasan bagaimana strategi pemasaran produk pada Bank Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Banjarmasin A Yani 1.

2. Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Banjarmasin A Yani 1

Sebagai bahan informasi untuk manajemen pemasaran, serta dapat diambil sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan perusahaan. Manfaat lainnya untuk mengetahui bertentangan atau tidak nya strategi tersebut dengan teori-teori dan nilai-nilai syariah.

3. Bagi UIN Antasari

Sebagai menambah pola pembelajaran , pengetahuan serta wawasan bagi mahasiswa/i jurusan Perbankan Syariah mengenai strategi pemasaran produk tabungan haji di masa pandemi *Covid-19*. Penelitian ini juga bermanfaat sebagai bahan perbandingan dan bahan rujukan referensi untuk mahasiswa/i jurusan Perbankan Syariah.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai referensi untuk melakukan penelitian mengenai strategi pemasaran Bank-Bank Syariah di situasi yang tidak normal seperti di tengah masa pendemi *Covid-19*.

E. Definisi Operasional

1. Strategi Pemasaran

Strategi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tindakan-tindakan yang dilakukan guna mencapai tujuan tersebut. Sedangkan pemasaran dalam penelitian ini yaitu suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk dengan pihak lain. (Kertajaya & Syula, 2006). Pemasaran itu merupakan proses dari seseorang atau organisasi untuk mempengaruhi orang lain atau organisasi lain agar mereka yang menginginkan dan memerlukan produk atau jasa dapat terpenuhi dan mereka yang memiliki produk atau jasa memperoleh keuntungan. (Darmanto dan Sri Wardaya, 2016:5).

Dalam penelitian ini yang dimaksud strategi pemasaran adalah upaya yang dilakukan Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Banjarmasin A.Yani 1 dalam mempromosikan/menawarkan produk unggulannya yaitu BSI Tabungan Haji Indonesia dan BSI Tabungan Haji Muda Indonesia.

2. Produk Tabungan Haji Indonesia

Produk ialah segala sesuatu (meliputi obyek fisik, jasa, tempat, organisasi, gagasan, ataupun pribadi) yang dapat atau mampu ditawarkan produsen untuk diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikosumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginannya. (Budi Rahayu Tanama Putri, 2017). Tabungan perencanaan haji dan umroh berlaku untuk semua kalangan usia berdasarkan prinsip-prinsip syariah dengan akad *wadiah* dan *mudharabah*.

Tabungan ini tidak dikenakan biaya administrasi bulanan. (<https://www.bankbsi.co.id>). Dalam penelitian ini terbagi menjadi 2 yaitu BSI Tabungan Haji Indonesia dan BSI Tabungan Haji Muda Indonesia.

3. Bank Syariah Indonesia (BSI)

Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ketiga Bank Syariah merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. (<https://www.bankbsi.co.id>). Dalam penelitian BSI yang dijadikan penelitian adalah BSI KC Banjarmasin A.Yani 1.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang sangat berguna dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Sepwina Yahdin Harahap (2018). Judul : *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Ib Muamalat Haji Dan Umrah Di Pt. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Padangsidimpuan*. Metode : strategi yang digunakan oleh PT. Bank Muammalat Indonesia Tbk. Cabang Padangsidimpuan menggunakan dua variabel. Kedua variabel itu adalah yang pertama penetrasi pasar yang bertujuan untuk meningkatkan upaya periklanan produk, promosi penjualan

serta penambahan staf penjualan. Yang kedua pengembangan pasar yang bertujuan untuk melakukan pelayanan secara prima langsung ke rumah nasabah (jemput bola) dengan penambahan lokasi atau kantor cabang di daerah lain.

2. Ari Wardana Pulungan (2019). Judul : *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Pada Pt. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan*. Metode : menggunakan *marketing mix* yaitu sejumlah alat-alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk meyakinkan objek pemasaran atau target pasar yang dituju. Dalam pencapaiannya strategi pemasaran yang digunakan PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidempuan meliputi empat variabel. Adapun empat variabel tersebut adalah strategi dalam bidang produk (*product*), strategi harga (*price*), strategi dalam bidang tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).
3. Muhammad Ardansyah Pama (2020). Judul *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin*. Metode tersebut menggunakan strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin menggunakan sistem bauran pemasaran atau *marketing mix* yang dikenal dengan 4P, yaitu strategi produk, strategi harga, strategi lokasi, dan strategi promosi.

G. Sistematika Pembahasan

Yang akan ditulis dalam penelitian ini berisi sistematika penulisan uraian singkat tentang isi bab demi bab yaitu :

Bab I adalah pendahuluan. Pada bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan landasan teori. Pada bab ini berisi tentang informasi mengenai beberapa teori tentang yang berkaitan dengan bahasan penelitian, yaitu strategi pemasaran, produk, tabungan dan haji.

Bab III adalah metodologi penelitian. Pada bab ini di sajikan informasi secara deskriptif mengenai bagaimana penelitian ini dilaksanakan variabel penelitian dan metode analisis.

Bab IV merupakan penyajian data dan analisis. Pada bab ini peneliti memberikan informasi dan data tentang hasil penelitian, berupa strategi pemasaran yang di lakukan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Banjarmasin A Yani 1 pada masa *covid-19*.

Bab V adalah penutup. Dalam bab ini merupakan kesimpulan dan saran peneliti terhadap penelitan.