

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Strategi pemasaran dirumuskan berdasarkan bauran pemasaran (marketing mix), yaitu mencakup penentuan fitur produk, harga, komunikasi dengan nasabah, distribusi dan pelayanan yang akan memberikan konsumen atau nasabah suatu nilai lebih.¹ Inti dari pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan. Maka dari itu BMT tersebut melakukan adanya pemasaran Tabungan Haji.²

Peran koperasi, khususnya koperasi simpan pinjam (KSP) semakin penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi. KSP menjadi salah satu alternative bagi masyarakat untuk mendapatkan dana dalam upaya memperbaiki taraf kehidupan, pemenuhan kebutuhan sehari-hari dan mengembangkan usaha. Selain sebagai alternative sumber mendapatkan dana, KSP juga menjadi salah satu pilihan untuk menginvestasikan dana (menabung).³

Di Indonesia Baitul Mal wa Tanwil (BMT) di artikan sebagai lembaga keuangan non profit dan lembaga keuangan profit. Sudarsono membedakan pengenaian pengertian Baitul Mal dan Baitul Tanwil. Baitul Mal lebih mengarah pada usaha-

¹ Supranto dan Limakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media,2011), hlm. 5

² Philip Khotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga,2009), hlm. 5

³ Tatik Suryani.dkk, *Manajemen Koperasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 1

usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non profit, seperti zakat, infaq dan shadaqah. Demikian juga terkait dengan pengembangan wakaf tunai. Baitul Tanwil sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial.⁴

Manajemen pemasaran BMT diperlukan lembaga tersebut bisa memahami peranan, ruang lingkup sehingga sesuai dalam pencapaian tujuan. Kegiatan manajemen pemasaran berdasarkan fungsinya pada intinya berusaha untuk mengidentifikasi apa sesungguhnya yang dibutuhkan oleh konsumen, dan bagaimana cara pemenuhannya dapat diwujudkan. Adapun pengertian manajemen pemasaran yang didefinisikan oleh Kotler (Nurul Huda) adalah *art and science* (seni & ilmu) untuk memilih pasar sasaran serta mendapatkan, mempertahankan, dan menambah jumlah pelanggan melalui penciptaan, pemasar.⁵

Setiap perusahaan ingin hidup dan dapat bertahan di pasar yang semakin kompetitif dalam lingkungan yang terus berubah, oleh karena itu strategi pemasaran yang baik akan mampu menciptakan keunggulan bersaing yang berkesinambungan, bukan hanya sementara. Memang tidak mudah untuk menciptakan keunggulan bersaing yang tidak usang dan sulit ditiru oleh pesaing, tetapi jika sekali berhasil, maka kesuksesan perusahaan dapat bertahan lebih lama, karena didukung oleh formulasi berikut ini:⁶

1. Kemampuan menciptakan kompetensi khusus.
2. Kemampuan menciptakan persaingan yang tidak sempurna.

⁴ Ismail Nawawi, *Ekonomi Kelembagaan Syariah Dalam Pusaran Perekonomian Global Sebuah Tuntutan Dan Realitas*, (Surabaya: CV.Putra Media Nusantara, 2009), hlm. 101-12

⁵ Nurul Huda.dkk, *Pemasyaran Syariah Teori dan Aplikasi*,(Depok: Kencana,2017), hlm. 164

⁶ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia,2010), hlm. 134-135

3. Kemampuan melakukan penyesuaian dengan lingkungan eksternal.
4. Kemampuan menciptakan laba di atas rata-rata laba industry.
5. Kemampuan menciptakan keseimbangan pesaing dan pelanggan.
6. Memiliki kreativitas fleksibilitas.

KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera sebagai lembaga keuangan perlu menginformasikan setiap produk misalnya produk tabungan haji yang kspps tawarkan. Hal ini dilakukan agar calon jamaah haji mengetahui dan memiliki minat menabung produk tabungan haji yang di tawarkan KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera tersebut sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Banyak KSPPS lainnya menawarkan produk tabungan haji, diantara kspps ada yang gagal dan tidak sukses dalam merebut kepuasan konsumen. Kepercayaan menjadi tolak ukur terpenting dalam usaha BMT untuk menarik nasabah agar menabung dana ibadah haji pada KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera tersebut.⁷

Keuntungan dari tabunga haji ini adalah setoran ringan, kemudahan dalam administrasi, bebas biaya administrasi, asuransi jiwa, dan kecelakaan, dan memberikan kebijaksanaan penarikan sesuai permintaan nasabah apabila nasabah sedang membutuhkan dana tersebut. Keuntungan lain dari bank syariah mandiri dan baitul mal wa tanwil tabungan haji adalah mendapatkan dana talangan. Dana talangan

⁷ Erlita Oktarini, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Membuka Tabungan Haji Di Bank Muamlat Indonesia Cabang Sungailiat." *Studia*, No.1 (Mei,2016), hlm. 65

sendiri merupakan pinjaman dana talangan dari bank kepada nasabah khusus untuk menutupi kekurangan dana untuk memperoleh kursi haji.⁸

Pada kenyataannya penggunaan akad mudharabah dalam produk tabungan haji akan memberikan nisbah bagi hasil dari pihak bank kepada nasabah, karena penggunaan akad mudharabah dalam produk tabungan haji akan menimbulkan timbal balik antara nasabah dengan pihak bank. Akad mudharabah yaitu akad kerjasama antara pemilik dana dengan pengelola dana untuk melakukan kegiatan usaha dengan nisbah bagi hasil menurut kesepakatan.⁹

Dalam tabungan haji ini di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan pada saat nasabah menabung tabungan haji nasabah langsung mendapatkan nomor antrian pemberangkatan dan pada awal menjadi nasabah setoran pertama yaitu 25.350.000. Bedanya tabungan haji dengan tabungan biasa di KSPP Darul Hikmah Mitra Sejahtera yaitu tabungan haji dapat dicairkan pada nominal yang telah ditentukan pada harga haji dan umroh tetapi jika tabungan biasa dapat dicairkan kapan saja ketika nasabah membutuhkan.

Berdasarkan pembahasan diatas, kurangnya jumlah nasabah di kspps darul hikmah mitra sejahtera karena minimnya strategi pemasaran yang digunakan sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Anggota Pengguna Tabungan Haji di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan”**

⁸ Makhdaleva Hanura Tajude dan Ade Sofyan Mulazid, “Pengaruh Promosi Kepercayaan Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP.Kota Depok.” *Jurnal Ekonomi Islam*, No.1 (Januari-Juni2017), hlm. 20

⁹ Ika Wahyu Ningsih dan Nur Suci IMM, “Perlakuan Akuntansi Tabungan Haji Pada Bank Mega Syariah Di Surabaya.” *Perlakuan Akuntansi Tabungan*, No.2 (Juli2012), hlm. 244

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah diajukan, maka peneliti mengambil beberapa fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam tabungan haji di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera?
2. Apakah faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah anggota produk tabungan haji di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah diajukan, maka peneliti mengambil beberapa tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisa bagaiman strategi pemasaran dalam tabungan haji di KSPPS Darul Hikam Mitra Sejahtera
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah anggota produk tabungan haji di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan

D. Kegunaan Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan dapat mempunyai nilai guna bagi semua kalangan baik secara teoritis maupun secara praktis.

1. Secara Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai tambahan referensi dan informasi guna mendapatkan ilmu pengetahuan serta memperluas wawasan bagi para pembaca dan peneliti selanjutnya terkait dengan pemahaman tentang produk pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah anggota pengguna tabungan haji di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan dalam memperluas wawasan pengetahuan terutama dalam dunia perbankan syariah seperti yang ditekuni selama kuliah, sebagai sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang telah diperoleh di bangku kuliah dan sebagai sarana latihan serta menambah pengalaman dalam memecahkan masalah yang ada di masyarakat sebelum terjun dalam dunia kerja yang sebenarnya. Peneliti ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi serta dapat dijadikan wawasan keilmuan bagi siapa saja yang berkeinginan untuk memahami lebih jauh mengenai pelaksanaan analisis strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah anggota pengguna tabungan haji di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan.

b. Bagi KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan untuk memotivasi KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan agar tetap berinovasi untuk meluncurkan produk baru lagi dan untuk meningkatkan strategi-strategi dalam memasarkan

produknya serta lebih mengembangkan produk yang sudah ada. Agar produk yang ada di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan tetap berjalan dan tidak kalah saing terhadap lembaga lainnya yang memiliki persamaan produk. Sehingga dapat meningkatkan nasabahnya.

c. Bagi Civitas Akademik IAIN Madura

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan pengayaan khazanah keilmuan dan dapat informasi untuk penelitian lebih lanjut tentang pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah anggota pengguna tabungan haji di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan

d. Bagi Anggota atau Masyarakat

Peneliti ini juga sangat bermanfaat bagi masyarakat untuk lebih mengenal lagi tentang KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan beserta produk-produk yang ada di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan khususnya produk tabungan haji.

E. Definisi Istilah

Dalam rangka menghindari kesalah pahaman mengenai makna dalam penelitian ini yang berjudul **“Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Anggota Pengguna Tabungan Haji di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan”** maka penting bagi peneliti untuk memperjelas definisi terhadap istilah-istilah agar mudah dipahami oleh pembaca. Adapun istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Strategi

Strategi adalah dipahami bukan hanya sebagai “berbagai cara untuk mencapai tujuan (ways to achieve ends) melainkan mencakup pula penentuan berbagai tujuan itu sendiri. Strategi dipahami pula sebagai sebuah pola yang mencakup didalamnya baik strategi yang direncanakan (*intended strategy dan deliberate strategy*) maupun strategi yang ada awalnya tidak dimasukkan oleh perusahaan (*emerging strategy*) tetapi menjadi strategi yang dipertimbangkan bahkan dipilih oleh perusahaan untuk diimplementasikan.¹⁰

2. Pemasaran

Pemasaran (*marketing*) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah “memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan”.¹¹

3. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan pernyataan pokok mengenai dampak yang diharapkan akan dicapai dalam hal permintaan pada pasar sasaran tertentu. Pendekatan terinci untuk menerapkan strategi-strategi ini ditentukan lewat program-program pemasaran yang spesifik seperti program periklanan, promosi penjualan, pengembangan produk, serta program penjualan dan distribusi.¹²

¹⁰ Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, (Bandung: Erlangga, 2012, hlm. 64

¹¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2010), hlm. 5

¹² Amirullah, *Manajemen Strategi Teori-Konsep-Kerja*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015, hlm. 156

4. Nasabah

Dalam dunia koperasi nasabah adalah orang yang berkeinginan untuk menikmati jasa yang diberikan oleh koperasi tersebut.

5. Tabungan Haji

Tabungan haji adalah suatu program tabungan yang ditujukan kepada para nasabah koperasi atau bank yang memiliki cita-cita untuk berangkat ke tanah suci. Dalam program tabungan haji, para calon jamaah haji selain mendapatkan tabungan, calon jamaah haji juga akan mendapatkan asuransi yang akan mengcover mereka hingga tabungan tersebut cukup untuk dipakai menunaikan ibadah ke tanah suci tersebut.¹³

6. KSPPS atau BMT

KSPPS adalah koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah. KSPPS disini sama seperti BMT yaitu yang dimaksud dengan BMT adalah Baitul Mal wat Tamwil atau Balai usaha mandiri terpadu, adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuhkembangkan bisnis usaha mikro dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin, ditumbuhkan atas prakarsa dan modal awal dari tokoh-tokoh masyarakat setempat dengan berlandaskan sistem ekonomi yang salam.¹⁴

¹³ Makhdaleva Hanura Tajude dan Ade Sofyan Mulazid, "Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP.Kota Depok." *Jurnal Ekonomi Islam*, No.1 (Januari-Juni2017), hlm. 21-22

¹⁴ Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia ,2017), hlm. 317

