

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

“Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah pada Bab 1 Pasal 1 dan ayat 7 di sebutkan bahwa Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri dari atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.”¹

“Sudarsono berpendapat bahwa yang dimaksud dengan Bank Syariah ialah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu-lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi pada prinsip-prinsip syariah. Ada banyak pendapat yang mendefinisikan tentang perbankan syariah dan semua definisi tersebut mengacu pada konsep dan isi *Al-Qur'an, Hadist, Qiyas* dan *Ijma'* para ulama.”²

“Adapun memahami perbedaan bank syariah dan bank konvensional ini dalam beberapa hal yang memiliki persamaan, terutama dalam sisi teknis penerimaan uang, mekanisme transfer, teknologi komputer yang dipergunakan, persyaratan umum pembiayaan, dan sebagainya. Masyarakat perlahan-lahan telah mulai mengenal dengan jelas perbedaan antara bank syariah dan konvensional,

¹ Nuryadi Akbar, “Tinjauan Terhadap Strategi Pemasaran Pada Tabungan Haji dalam Akad Mudharabah di Bank Syariah Mandiri KCP Sudirman Bogor.” *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, (Januari 2019). hlm. 75

² Adiwarman A. Karim, *Bank Islam : Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Jakarta : PT Raja Grafindo, 2004), hlm.25.

yaitu terutama pada sistem bunga (*interest*). Artinya bank konvensional menerapkan sistem bunga sebagai imbal hasilnya, sedangkan bank syariah menerapkan prinsip bagi hasil.”³

“Pembiayaan dalam perbankan syariah tidak bersifat menjual uang yang mengandalkan pendapatan bunga atas pokok pinjaman yang diinvestasikan, tetapi dari pembagian laba yang diperoleh pengusaha. Pendekatan bank syariah mirip dengan *investment banking*, dimana secara garis besar produk adalah *mudarabah* (*trust financing*) dan *musyarakah* (*partnership financing*), sedangkan yang bersifat investasi diimplementasikan dalam bentuk *murabahah* (jual-beli).”⁴

“Strategi adalah proses manajerial untuk mengembangkan dan menjaga agar tujuan, keahlian dan sumber daya organisasi sesuai dengan peluang pasar yang terus berubah. Tujuan perencanaan strategi adalah untuk membentuk serta menyempurnakan usaha bisnis dan produk perusahaan sehingga memenuhi target laba dan pertumbuhan.”⁵ Jadi strategi yang dimaksud pola sasaran, atau tujuan dan kebijakan serta rencana-rencana penting untuk mencapai tujuan itu, yang dinyatakan dengan cara seperti menetapkan bisnis yang dianut atau yang akan dianut oleh perusahaan, dan jenis atau akan menjadi jenis apa perusahaan ini.

“Pemasaran inilah apabila terdengar kata pemasaran seringkali dikaitkan oleh banyak pihak dengan penjualan (*sales*), sales promotion, iklan, promosi, atau produk. Bahkan seringkali orang yang menyamakan profesi *marketer*

³ Irham Fahmi, *Manajemen Perbankan : Konvensional dan Syariah*, (Jakarta: Mitra Wacana Media 2015), hlm. 26-27

⁴ Ibid., hlm. 27

⁵ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Prakti*. (Jakarta: Graha Ilmu, 2008). Hlm. 44

(pemasar) dengan *sales* (penjual). Namun sebenarnya pemasaran tidaklah sesempit yang diidentikkan oleh banyak orang, karena pemasaran berbeda dengan penjualan. Pemasaran lebih merupakan suatu seni menjual produk, sehingga pemasaran proses penjualan yang dimulai dari perancangan produk sampai dengan setelah produk tersebut terjual. Berbeda dengan penjualan yang hanya berkuat pada terjadinya transaksi penjualan barang atau jasa.”⁶

“Strategi pemasaran adalah suatu rencana yang memungkinkan suatu organisasi untuk membuat penggunaan yang terbaik tentang sumber daya dan keuntungan untuk mempertemukan hasil sasarannya. Strategi pemasaran terdiri dari dua unsur, pertama. Analisa dan pemilihan dari suatu bauran pemasaran (suatu kombinasi produk, harga, distribusi, dan promosi) yang dikembangkan untuk memenuhi target pasar tertentu.”⁷

“Strategi pemasaran yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan paduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk tercapainya tujuan pemasaran. Bank Syariah Mandiri menetapkan strategi pemasaran untuk menjual produknya yang tujuannya adalah mencapai tujuan bank yakni menjangkau masyarakat untuk hijrah menginvestasikan dananya.”

Salah satu tujuan dari berdirinya Bank Syariah adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan dan memberikan bagi hasil kepada nasabahnya. Tabungan merupakan salah satu produk yang sangat banyak diminati

⁶ M.Nur Rianto Al Arief, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012) Hlm.5

⁷ Nuryadi Akbar, “Tinjauan Terhadap Strategi Pemasaran Pada Tabungan Haji dalam Akad Mudharabah di Bank Syariah Mandiri KCP Sudirman Bogor.” *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, (Januari 2019). hlm. 75

oleh masyarakat. Banyak masyarakat yang ingin menyimpan dananya dalam bentuk tabungan, baik untuk tujuan masa yang akan datang ataupun jangka pendek. Bank Syariah Mandiri memiliki banyak produk tabungan seperti Tabungan BSM, Tabungan Investa Cendekia, Tabungan Mabruur, Tabungan Berencana, Tambungan Simpatik, Tabungan Pensiunan dan lain-lain. Masing-masing dibuat untuk memenuhi kebutuhan nasabah sesuai dengan apa yang diinginkan. “Salah satu tabungan yang banyak diminati masyarakat khususnya umat Islam adalah Tabungan Mabruur yang biasa dikenal dengan tabungan haji dan umrah.”⁸

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pamekasan khususnya dalam memasarkan produk tabungan mabrur, Bank mengembangkan *Marketig Mix* (bauran pemasaran) yang terdiri dari tujuh unsur yakni Produk merupakan suatu benda atau pelayanan jasa yang ditawarkan oleh Bank Mandiri Syariah untuk mendapatkan perhatian permintaan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah, Harga di sini dimaksudkan harga yang ringan pada produk tabungan mabrur berdasarkan dengan keadaan dan kemampuan nasabah yaitu sebesar Rp. 100.000 untuk setoran awal.

Sedangkan Tempat Bank Syariah Mandiri Jl. K.H Agus salim No.3A Pamekasan, Promosi juga merupakan kegiatan yang paling ampuh untuk menarik nasabah serta mempertahankan nasabah, Orang atau *People* yang dimaksud hasil wawancara terhadap karyawan Bank Syariah Mandiri bahwasanya seluruh karyawan maupun marketing dan bagian lainnya paham akan seluruh produk yang ada di

⁸ [www.http://mandirisyahiah.co.id](http://mandirisyahiah.co.id) diakses pada hari kamis, 10 Oktober 2019 pukul 23.30 WIB.

Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pamekasan hal tersebut dituntut untuk semua karyawan harus paham mengenai produk tabungan mabrur maupun produk lainnya, Proses produk tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri yang diterapkan sangatlah mudah hanya menggunakan biodata diri dan mengisi formulir Bank Syariah Mandiri setelah itu melakukan simpanan perharinya sesuai dengan ketentuan dan kesepakatan antara Bank Syariah Mandiri dengan anggota produk tabungan mabrur, dan Bukti Fisik untuk menunjang sarana kegiatan transaksi dilengkapi dengan fasilitas yang pendukung sehingga para nasabah Bank Syariah Mandiri merasa nyaman terhadap fasilitas yang di berikan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pamekasan.

Hal ini bertujuan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat dan menarik minat masyarakat pada produk tabungan mabrur. Semua orang muslim pasti ingin melaksanakan ibadah haji dan umrah sehingga produk tabungan Haji mempunyai prospek yang sangat bagus untuk Bank Syariah Mandiri karena tingginya tingkat populasi penduduk beragama Islam di Indonesia khususnya kota pamekasan dan sekitarnya. Hal ini menjadi peluang yang sangat bagus pada pemasaran produk tabungan Haji mabrur yang dimiliki Bank Syariah Mandiri.

Melihat beberapa keunggulan yang lainnya adalah bekerjasama dengan kemenag yaitu *online* langsung SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) dan bekerja sama dengan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH). Bank Syariah Mandiri juga memiliki sumber daya manusia yang berkualitas dengan dibekali pendidikan dan pelatihan yang mumpuni agar marketing lebih mengetahui segala sesuatu produk-produk yang ada yaitu tabungan mabrur Bank

Syariah Mandiri ditengah-tengah pesaingan yang ketat membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang strategi pemasaran produk tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pamekasan.

Permasalahan yang mendasarkan mengenai ibadah haji yaitu, masalah pendanaan. Banyak masyarakat yang ingin menunaikan ibadah haji namun terkendala masalah biaya. Banyak. Dalam kegiatan ini, Dewan Syariah Nasional (DSN) memberikan kesempatan kepada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) untuk merespon kebutuhan masyarakat dalam berbagai produknya, termasuk pengurusan tentang ibadah haji yang dalam hal ini adalah tabungan mabrur.

Bank Syariah Mandiri merupakan bank dengan pangsa pasar tabungan haji terbesar yang terdaftar di Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT). Namun dengan adanya produk tabungan haji yang disediakan oleh Bank Syariah Mandiri, tidak membuat nasabah yang ingin menunaikan ibadah haji akan rutin menabung sehingga dapat segera terdaftar di SISKOHAT dan segera melakukan pemberangkatan ibadah haji. Hal ini menyebabkan nasabah tersebut akan semakin lama untuk bisa beribadah haji. Untuk mengatasi masalah tersebut bank syariah mandiri, sebagai salah satu bank yang mengelola setoran BPIH (Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji).

Daftar tunggu (*waiting list*) haji di Indonesia yang terjadi pada saat ini yang mencapai 14 tahun bahkan lebih, banyak menyadarkan umat muslim yang kemudian merencanakan ibadah haji sejak dini yaitu dengan cara membuka rekening tabungan mabrur. Hal ini kemudian ditangkap menjadi peluang oleh bank-bank dan lembaga keuangan lain dengan membuat produk tabungan mabrur

dengan berbagai strategi pemasaran untuk menarik minat nasabah. Peluang ini juga ditangkap oleh Bank Syariah Mandiri, untuk menarik minat nasabah pihak bank menerapkan berbagai macam strategi pemasaran.

Berdasarkan uraian tersebut penulis ingin mengadakan penelitian tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak bank dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabruur di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pamekasan”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan dari uraian diatas maka penulis menetapkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan mabrur pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pamekasan ?
2. Apa saja faktor-faktor apa yang mendukung dan menghambat terhadap produk tabungan mabrur pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pamekasan ?

C. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian, idealnya memiliki tujuan yang hendak dicapai, begitupun dengan penelitian ini memiliki beberapa tujuan yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk tabungan mabrur pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pamekasan.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mendukung dan menghambat terhadap produk tabungan mabrur pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pamekasan.

D. Kegunaan Penelitian

Penulis mengharapkan dari penelitian ini memperoleh berbagai manfaat yang berguna bagi semua orang. Hal terutama yang diharapkan penulis adalah :

1. Manfaat bagi Pembaca

Manfaat penelitian ini bagi pembaca yaitu sebagai bahan acuan untuk mengadakan penelitian lebih lanjut yang berkenan dengan bahan yang dikaji.

2. Manfaat bagi Pembelajaran

Memberikan tambahan pengetahuan yang sangat bermanfaat dalam proses pembelajaran.

3. Manfaat bagi Peneliti

Untuk memberikan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama di bangku kuliah dan untuk menambah pengetahuan tentang masalah-masalah yang berkenan dengan strategi pemasaran produk tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pamekasan.

4. Manfaat bagi Akademisi

Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan juga sebagai bahan referensi bagi penelitian yang sejenis guna menyempurnakan penelitian selanjutnya.

5. Manfaat bagi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pamekasan

Mengevaluasi strategi pemasaran produk tabungan mabrur untuk meningkatkan produk tabungan mabrur dan Memberikan kontribusi bagi perkembangan produk tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pamekasan. Sebagai acuan dan dipertimbangan bagi Bank Syariah Mandiri untuk dapat mengembangkan produk tabungan mabrur tersebut.

6. Manfaat bagi Masyarakat

Memberikan informasi pada masyarakat tentang tabungan mabrur sehingga masyarakat dapat melakukan simpanan tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pamekasan.

E. Definisi Isitilah

Agar tidak terjadi kesalahpahaman mengenai maksud dari judul penelitian ini, maka penelitian akan menjelaskan makna dari judul penelitian yakni “strategi pemasaran produk tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pamekasan”.

1. Strategi adalah suatu rencana pelaksanaan tindakan yang diharapkan memiliki dampak pada kemampuan perusahaan dalam rangka mencapai tujuan.
2. Pemasaran adalah pelaksanaan kegiatan niaga yang diarahkan pada arus aliran barang dari jasa dari produsen ke konsumen.
3. Produk adalah barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pasar sasaran.

4. Tabungan Mabror adalah simpanan yang di prioritaskan untuk anggota atau nasabah untuk keperluan ibadah haji dan umroh dengan menggunakan akad *mudharabah al-muthalaqah* dan ketentuan yang sesuai syariah Islam.