

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks penelitian**

Pada zaman modern sekarang ini peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Oleh karena itu saat ini dan di masa yang akan datang setiap negara dan individu tidak dapat lepas dari dunia perbankan, jika hendak menjalankan aktivitas keuangan, baik perorangan maupun lembaga, baik sisial atau perusahaan. Begitu pentingnya dunia perbankan, sehingga ada anggapan bahwa bank merupakan “nyawa” untuk menggerakkan roda perekonomian suatu negara. Anggapan ini tentunya tidak salah, karena fungsi bank sebagai lembaga keuangan sangatlah vital, misalnya dalam hal penciptaan uang, mengedarkan uang, menyediakan uang untuk menunjang kegiatan usaha, tempat mengamankan uang, tempat melakukan investasi dan jasa keuangan lainnya. Lembaga keuangan adalah lembaga yang menghubungkan antara pihak yang memerlukan dana dan pihak yang mengalami surplus dana.<sup>1</sup>

Sistem keuangan pada dasarnya adalah tatanan dalam perekonomian suatu negara yang memiliki peran utama dalam menyediakan fasilitas jasa-jasa di bidang keuangan oleh lembaga keuangan dan lembaga penunjang lainnya. Sistem

---

<sup>1</sup> Harnida Gigih Haryanti, DKK, *Bank Dan Lembaga Keuangan*, (Klaten: Cempaka Putih, 2018), hlm 7.

lembaga keuangan di Indonesia pada prinsipnya dapat dibagi menjadi dua jenis lembaga keuangan yaitu lembaga keuangan bank dan non bank.<sup>2</sup> Lembaga keuangan bank secara profesional dibina dan diawasi oleh Bank Indonesia sebagai Bank Sentral di Indonesia. Untuk pembinaan dan pengawasan dari sisi pemenuhan prinsip-prinsip syariah dilakukan oleh dewan syariah nasional MUI. Lembaga keuangan bank terdiri dari Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan Bank Pengkreditan Rakyat Syariah.

Sedangkan lembaga keuangan non bank merupakan lembaga keuangan yang lebih banyak jenisnya dari lembaga keuangan bank. Masing-masing lembaga keuangan non bank mempunyai ciri-ciri usaha sendiri. Lembaga keuangan non bank secara operasional dibina dan diawasi oleh departemen keuangan yang dijalankan oleh BAPEPAMLK. Kemudian pembinaan dan pengawasan dari sisi pemenuhan prinsip-prinsip syariah dilakukan oleh dewan syariah nasional MUI. Lembaga keuangan non bank terdiri dari pasar modal, perusahaan asuransi, dana pensiun dan lain sebagainya.

Dalam penelitian ini penulis ingin memfokuskan pada produk tabungan haji di Bank BPRS SPM pusat di kabupaten Pamekasan. Tabungan merupakan simpanan yang paling populer dikalangan masyarakat umum. Pada umumnya kegiatan menabung sudah dikenalkan sejak masa kanak-kanak, pada awalnya menabung masih dengan cara sederhana yaitu dengan menyimpan uang dicelengan dan disimpan didalam rumah. Seiring berjalannya waktu, kegiatan

---

<sup>2</sup> Muchtar Anshary Hamid Dkk, *Lembaga Keuangan Bank & Non Bank*, (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021), hlm 2.

menabung sudah beralik dari rumah ke lembaga keuangan seperti bank. Menabung di bank bukan hanya sekedar mengurangi resiko kehilangan atau kerusakan, akan tetapi juga memperoleh penghasilan dari adanya bunga. Dengan demikian jumlah uang yang ditabung di bank akan bertambah dari waktu ke waktu sekalipun jumlah tabungan tidak ditambah.<sup>3</sup>

Produk tabungan haji merupakan salah satu produk penghimpunan dana yang ditawarkan di Bank BPRS SPM pusat yang diperuntukan pada umat muslim yang berkeinginan memenuhi panggilan Allah SWT untuk menunaikan ibadah haji. Tabungan haji merupakan suatu bentuk pelayanan dari perbankan yang bertujuan untuk mempermudah masyarakat dalam merencanakan tabungan untuk berangkat haji. Bank syariah sebagai lembaga keuangan yang berbasis syariah berupaya untuk menghimpun dana masyarakat yang mau berangkat haji memberikan beberapa bentuk pelayanan yang sesuai dengan syariah. Baik dalam segi akad maupun bentuk operasional lainnya.<sup>4</sup>

Tabungan haji menggunakan akad mudharabah, dimana dalam kerjasama tersebut akan memperoleh bagi hasil sesuai dengan pendapatan bank. Sedangkan penarikan dilakukan saat menunaikan ibadah haji atau sesuai dengan kesepakatan. Ibadah haji merupakan rukun islam yang kelima bagi umat islam. Bahkan menjadisalah satu surah dalam Al-Qur'an. Ibadah ini dilakukan dengan berkunjung dan melaksanakan beberapa kegiatan yang telah ditetapkan di

---

<sup>3</sup> Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Depok: Rajawali Pers, 2018), hlm 92.

<sup>4</sup> Aqwa Naser Daulay, "Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Perkembangan Produk Tabungan Haji Perbankan Syariah Di Indonesia", *Human Falah*, Vol, 4 No.1, (2017), hlm 118-119.

beberapa tempat di arab saudi pada suatu waktu tepatnya pada musim haji.<sup>5</sup>

Ibadah haji dari sisi ekonomi berkaitan dengan kemampuan masyarakat yang mau menunaikan ibadah haji. Biaya haji yang tidak murah bagi rata-rata masyarakat yang mau menunaikan kewajiban sebagai ummat muslim. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan cara menabung sedikit demi sedikit dalam tempo waktu yang cukup lama untuk bisa mendaftar menjadi calon jama'ah haji.<sup>6</sup> Sebagaimana yang tertera dalam rukun islam yaitu syarat menunaikan ibadah haji adalah mampu. Dimana mampu disini dalam artian mampu secara fisik maupun financial. Sehingga hal tersebut mendorong pelaku bisnis dan juga lembaga- lembaga keuangan yang ada di Indonesia untuk meningkatkan ruang lingkup usahanya dengan menjadi fasilitator terhadap masyarakat yang ingin menunaikan ibadah haji.

Namun dengan semakin berkembangnya sektor perbankan di Indonesia diperlukan adanya kegiatan pemasaran untuk menghadapi persaingan yang dari waktu ke waktu semakin meningkat salah satunya di Bank Pengkreditan Rakyat Syari'ah Prima Mandiri Pusat Pamekasan khususnya pada tabungan haji. Dengan demikian perkembangan lembaga keuangan juga diikuti dengan inovasi dalam strategi pemasaran, strategi yang baik dan tepat pastinya akan

---

<sup>5</sup> Mahdaleva Hanura Tajuddin, Ade Sufian, "Pengaruh Promosi Kepercayaan dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri Depok", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 8 No 1, (2017), hlm 2.

<sup>6</sup> Aqwa Naser Daulay, "Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Perkembangan Produk Tabungan Haji Perbankan Syariah Di Indonesia", *Human Falah*, Vol, 4 No.1, (2017), hlm 117.



memudahkan sektor perbankan untuk mendapat minat dari masyarakat.<sup>7</sup>

Dewasa ini, dengan adanya pandemi covid 19 yang terjadi di semua wilayah termasuk di negara indonesia. Hal tersebut mengakibatkan banyak sektor yang terkena dampak adanya pandemi. Tidak hanya dari sektor kesehatan saja yang mengalami dampak adanya covid 19 ini akan tetapi perekonomian dunia termasuk negara indonesia juga mengalami penurunan. Dalam hal ini ternyata tidak hanya perekonomian saja yang menurun akan tetapi juga dapat melemahkan sektor perbankan yang ada di indonesia.

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya sektor perbankan syariah memerlukan strategi terutama dalam kegiatan pemasarannya agar kesinambungan operasionalnya tetap eksis berjalan di tengah persaingan bisnis produk perbankan yang semakin ketat. Selain itu pada masa pandemi seperti saat ini lembaga perbankan dituntut untuk tetap menjaga kestabilan pemasaran produk yang dimiliki agar tidak mengalami penurunan.<sup>8</sup> Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa.

Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Dalam melakukan kegiatan pemasaran, tentunya setiap perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik itu tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya bank mempunyai tujuan untuk merebut hati konsumen terutama dengan produk yang

---

<sup>7</sup> Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm 18.

<sup>8</sup> Qanithah An- Nabila A'yun, "Strategi Perbankan Syariah Menghadapi Pandemi Covid-19", *Jurnal Masharif al- Syariah*, Vol.6, No.1, (2021), hlm. 1.

baru diluncurkan. Sedangkan dalam jangka panjang untuk mempertahankan produk- produk yang sudah ada agar tetap eksis.<sup>9</sup> Hal ini dilakukan agar masyarakat atau nasabah mengetahui dan berminat untuk mengambil manfaat dari produk yang bank sesuai dengan kebutuhannya.

Kegiatan pemasaran sebelumnya hanya dilakukan oleh perusahaan yang berorientasi *profit* saja, namun dewasa ini kegiatan pemasaran tidak hanya monopoli berorientasi *profit* bahkan usaha sosial pun sudah mulai menggunakan pemasaran dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Bagidunia perbankan yang merupakan badan usaha berorientasi *profit*, kegiatan pemasaran sudah merupakan kebutuhan utama dan sudah termasuk suatu keharusan untuk dijalankan. Tanpa kegiatan pemasaran, kebutuhan dan keinginan pelanggan tidak akan terpenuhi. Karena bagi dunia usaha seperti usaha perbankan perlu mengemas kegiatan pemasarannya secara terpadu dan terus-menerus melakukan riset pasar. Pemasaran harus dikelola secara profesional untuk mencapai target pemasaran sehingga kebutuhan dan keinginan pelanggan segera terpenuhi dan terpuaskan.

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya dipasar sasaran tertentu. Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk, diantaranya dalam hal mengubah harga,

---

<sup>9</sup> Nunung Dini Apriyanti, "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Tabungan IB Baitullah Hasanah Pada Bank BNI Syariah Cabang Palu" *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, Vol.1, No.1, (2019), hlm, 76.

memodifikasikan kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi, dan sebagainya.

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. Dalam hal ini dibutuhkan dua bagian yang sangat penting dan saling berkaitan, untuk mencapai keberhasilan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh suatu pemasaran, yaitu sasaran pasar yang dituju (target pasar), dana atau biaya pemasaran yang dijalankan (marketing mix) untuk sasaran pasar tersebut.<sup>10</sup> Hal itu dilakukan juga oleh Bank BPRS SPM pusat Pamekasan.

Produk tabungan Haji di bank BPRS SPM Pusat menjadi salah satu produk yang diunggulkan. Dari produk tabungan ini juga dirasakan keuntungan yang luar biasa dan tidak sedikit dari nasabah tabungan haji yang sudah didapatkan oleh Bank BPRS SPM pusat Pamekasan. Kendati demikian Bank BPRS SPM tetap meningkatkan kualitas pemasaran agar bagaimanapun caranya tabungan haji tetap bertambah. 2 Tahun terakhir ini terdapat kejadian dimana pandemi Covid-19 memasuki Indonesia. Tidak hanya di negara Indonesia yang terdampak bahkan hampir seluruh negara terdampak oleh adanya pandemi ini, termasuk negara Arab Saudi. Sehingga mengakibatkan pemberangkatan haji ditunda agar tidak terjadi penyebaran virus, adanya kasus ini juga bisa menyebabkan nasabah tabungan haji menunda untuk menabung ataupun menarik kembali tabungannya untuk

---

<sup>10</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm 168.

keperluan yang lain. Sehingga perusahaan perbankan memerlukan strategi tersendiri untuk menghadapi hal tersebut agar tetap bisa memanfaatkan tabungan nasabah untuk dikelola demi keuntungan perusahaan.

Salah satu strategi BPRS SPM dalam meningkatkan jumlah Nasabah khususnya meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji adalah dengan memberikan pelayanan terbaik dan menggunakan pendekatan persuasif kepada calon nasabah sehingga calon nasabah tertarik untuk menabung dan melakukan transaksi di BPRS SPM Pamekasan dan juga menawarkan beberapa produk alternatif sehingga nasabah tidak perlu kebingungan dalam memecahkan masalah walaupun dalam kondisi Covid 19. Hal itu terbukti dengan data base antara tahun 2019-2021

**Tabel 1.1**  
**Laporan Perkembangan Jumlah Nasabah THI**  
**Tahun 2019-2021**

<b>NO</b>	<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>
1	2019	21
2	2020	25
3	2021	27

Dari hal tersebutlah yang kemudian mencoba diangkat oleh peneliti untuk diteliti dengan judul **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah nasabah Tabungan Haji di bank BPRS SPM Pusat Pamekasan pada masa covid19”**

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang yang dijelaskan tersebut, maka yang menjadi fokus penelitian oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan nasabah haji di bank BPRS SPM Pusat Pamekasan pada masa covid 19?
2. Apa peluang dan tantangan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji di bank BPRS SPM Pusat Pamekasan pada masa covid 19?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian yang sudah diuraikan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji di bank BPRS SPM Pusat Pamekasan pada masa covid 19.
2. Untuk mengetahui bagaimana peluang dan tantangan dalam strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji di bank BPRS SPM Pusat Pamekasan pada masa covid 19.

## **D. Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Dalam proses penelitian ini, peneliti memperoleh pengalaman dan pengetahuan sebagai sarana pembelajaran yang kemudian mengimplementasikan teori-teori yang di dapatkan selama perkuliahan khususnya yang berkaitan dengan Strategi Pemasaran Bank perkreditan Rakyat Syariah.

### 2. Bagi BPRS SPM Pamekasan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mempermudah BPRS dalam mengambil keputusan Strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji.

### 3. Bagi Institut Agama Islam Negeri Madura

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi tambahan bagi perpustakaan dan menjadi referensi oleh mahasiswa khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

## **E. Definisi Istilah**

Penelitian ini berjudul “Strategi Pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji di Bank BPRS SPM Pusat Pamekasan pada masa covid 19” oleh karena itu penulis perlu menjelaskan makna kata yang terdapat dalam judul tersebut agar tidak terjadi kesalahpahaman bagi pembaca.

1. Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang akan dicapai.<sup>11</sup>
2. Pemasaran adalah hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Mochamad Ammar Faruq dan Indrianawati Usman, “Penyusunan Strategi Bisnis Dan Strategi Operasi Usaha Kecil Dan Menengah Pada Perusahaan Konveksi Scissors Di Surabaya,” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan* 7, no. 3 (2014): 176, <https://doi.org/10.20473/jmtt.v7i3.2710>.

<sup>12</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*(Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2011). 3.

3. Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank baik itu nasabah kredit atau deposan.
4. Tabungan haji merupakan suatu bentuk pelayanan dari perbankan yang bertujuan untuk mempermudah masyarakat dalam merencanakan tabungan untuk berangkat haji.<sup>13</sup>
5. BPRS Syariah Prima Mandiri (SPM) adalah sebuah bank perkreditan rakyat syariah yang bergerak dalam bidang simpan pinjam menggunakan akad syariah untuk membantu usaha masyarakat.

#### **F. Kajian Penelitian Terdahulu**

Penelitian tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji sudah pernah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Penelitian tersebut akan dijadikan referensi untuk melakukan penelitian tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji di bank BPRS SPMPusat Pamekasan pada masa covid 19.

1. Penelitian Maulida zulfa Rahmanisa dengan judul “Strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan iB Tasya haji baitullah di BPRS Syariah Cabang kudus” penelitian ini mengangkat suatu rumusan masalah yaitu strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan ib Tasyahaji baitullah. Dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Persamaan penelitian ini dengan yang peneliti lakukan adalah sama sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan rumusan

---

<sup>13</sup> Aqwa Naser Daulay, “faktor faktor yang berhubungan dengan perkembangan tabungan haji perbankan syariah di indonesia”, *human falah; vol 4 NO.1 (2017); 118*

masalah yang sama. Sedangkan perbedaannya, terletak pada objek dan salah satu pembahasan yang dibahas di rumusan masalah.<sup>14</sup>

2. Penelitian Fujiati Hikmah yang berjudul "Strategi pemasaran dana talangan haji dalam meningkatkan jumlah nasabah di pengadaian syariah cabang baluran surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah di pengadaian syariah, jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analisis dengan menggunakan data primer dan sekunder, persamaannya terletak pada pembahasan dan metodeologi penelitian yang di pakai dan perbedaannya hanya terdapat pada obyek pada penelitian.<sup>15</sup>
3. Penelitian Anita Nasution, "Strategi pemasaran produk tabungan haji arafah dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk capem panyabunguan dengan analisis SWOT". Permasalahan penelitian ini dilatarbelakangi oleh jumlah nasabah yang menurun pada tahun 2016 jumlah nasabah mengalami penurunan persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan metodeologi penelitian kualitatif deskriptif dan membahas mengenai peningkatan jumlah nasabah. Sedangkan perbedaannya adalah bahwa dalam penelitian ini menganalisis menggunakan teori analisis swot namun dalam penelitian yang dilakukan menggunakan strategi pemasaran.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> Maulida zulfa Rahmanisa, "Strategi Pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk IB Tasya Haji Baitullah di BPRS KCP. Cabang Kudus, *skripsi uin walisongo semarang*, (2018).

<sup>15</sup> Fujiati hikmah "strategi pemasaran dana talangan haji dalam meningkatkan jumlah nasabah di pengadaian syariah cabang blauran surabaya" *uin sunan ampel surabaya* (2018).

<sup>16</sup> Anita nasution, "Strategi pemasaran produk tabungan haji arafah dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT BANK MUAMALAT Indonesia, Tbk capem panyabunguan dengan analisis swot", *iain padang simpuan*, (2017).