

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia sangat progresif dan signifikan. Dari tahun ke tahun pertumbuhan Bank Syariah di Indonesia mengalami peningkatan. Hal tersebut sesuai dengan data yang terdapat dalam laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tentang perkembangan Bank Umum Syariah (BUS) dari tahun 2019-2022. Adapun data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.1
Perkembangan Bank Umum Syariah

Indikator	2019	2020	2021	2022	2023
	Des	Des	Des	Des	Februari
Total Aset	350364	397073	441789	531860	525393
Jumlah Bank	14	14	12	13	13
Jumlah Kantor	1919	2034	2035	2007	2002
KC	480	488	500	392	392
KCP	1243	1351	1343	1603	1610
KK	196	195	192	12	-
ATM	2872	2800	3879	4397	4407
Jumlah Tenaga Kerja	49654	50212	50708	50708	50708

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia pada 1 November 1991. Setelah adanya Undang-undang baru yaitu Undang-undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan

Syariah, bank syariah telah memiliki landasan hukum yang lebih kuat serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan oleh bank Syariah.

Perbankan syariah terdiri dari dua kata yaitu bank dan syariah. Bank adalah komunitas bisnis yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan mendistribusikannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau formular lainnya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.¹ Pengertian syariah secara etimologi berarti sumber air yang mengalir, maka kata itu digunakan untuk berarti: hukum-hukum Allah diutus untuk manusia (hamba Allah). Perbankan syariah adalah lembaga keuangan yang berperan sebagai perantara dalam memperoleh dana masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat sesuai dengan prinsip syariah. Bank Islam tidak melakukan itu bebas bunga, tetapi berorientasi pada kesejahteraan.²

Menyebarnya perbankan syariah di Indonesia tidak terlepas dari lindungan hukum berupa peraturan perundang-undangan dan peraturan pemerintah yang mendukung dan memberikan kepastian hukum terhadap beroperasinya perbankan syariah. Hal itu dapat dipastikan dengan adanya Undang-undang No.21 tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah yang dengan tegas memberikan perlindungan hukum dan pengakuan akan eksistensi perbankan syariah di Indonesia.

¹ Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia* (Jakarta: Pramedia Group, 2015), h 9.

² M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), h. 99.

Salah satu bank syariah yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan transaksi keuangan halal berdasarkan syariah adalah BSI. BSI saat ini merupakan bank syariah terbesar di Indonesia. Dalam menjalankan misinya, BSI tentunya harus menyediakan berbagai produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat Indonesia. Indonesia yang berpenduduk mayoritas beragama Islam tentu saja Indonesia penyuplai jemaah haji dan umrah terbesar di dunia.

Perbankan Syariah menawarkan produk tabungan untuk perencanaan ibadah haji dan umrah sesuai prinsip syariah dengan akad Mudharabah Mutlaqah (Investasi). Kontrak adalah kerjasama antara dua pihak di mana keuntungan dan kerugian dibagi sesuai dengan rasio yang telah disepakati sebelumnya. BSI KC Jakarta Cibubur merupakan salah satu Kantor Cabang BSI yang berada di daerah Cibubur yang menopang dan memberikan layanan produk tabungan haji dan umrah untuk memfasilitasi masyarakat Indonesia khususnya yang berada di daerah Cibubur yang ingin melaksanakan kewajiban menunaikan ibadah haji dan umrah. Tabungan haji merupakan salah satu produk perbankan syariah yang biasanya menggunakan sistem Mudharabah.

Bank sebagai lembaga keuangan yang menyediakan jasa keuangan juga membutuhkan strategi pemasaran untuk memasarkan produknya. Pemasaran dilaksanakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi semakin penting karena masyarakat

menjadi lebih berpengetahuan. Pemasaran juga dilakukan dari waktu ke waktu untuk mengikuti persaingan yang semakin ketat.³

Dalam pemasaran, bank mengejar beberapa tujuan yang dapat dicapai. Oleh karena itu, nilai penting pemasaran bank terletak pada tujuan yang dapat dicapai, seperti meningkatkan kualitas layanan dan menawarkan produk yang memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Strategi yang digunakan mencakup penentuan strategi produk, harga, lokasi dan promosi. Dengan semakin banyaknya lembaga keuangan syariah di era saat ini maka persaingan di dunia lembaga keuangan syariah juga semakin ketat, karena item yang ditawarkan memiliki kesamaan yang sangat spesifik khususnya produk tabungan haji, hal ini juga menjadi perhatian tersendiri bagi setiap keuangan. Industri Suatu lembaga khususnya dalam bidang strategi yang diterapkan oleh masing-masing lembaga pastilah menarik dan berbeda dengan lembaga keuangan lainnya karena strategi ini merupakan bagian yang sangat penting dalam proses mendapatkan nasabah.

Bank syariah dituntut untuk terus melakukan pemasaran yang lebih baik agar dapat memenuhi target yang terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Dengan demikian peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jakarta Cibubur, dengan mengambil judul tentang “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji dan Umrah pada Bank Syariah Indonesia”.

³ Habibulloh, *Strategi Pemasaran pada Produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Rogojampi*, Vol. 1, Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah, 2022, hal.3.

1.2 Batasan dan Rumusan Masalah

1.2.1 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perlu dilakukan pembatasan terhadap masalah yang akan diteliti untuk menghindari ruang lingkup yang terlalu luas. Pembatasan masalah dalam penelitian ini yaitu produk Tabungan Ibadah Haji dan Umrah. Agar pembahasan lebih terarah sehingga tujuan penelitian akan tercapai.

1.2.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana prosedur pembukaan Tabungan Haji dan Umrah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jakarta Cibubur?
2. Bagaimana strategi pemasaran Tabungan Haji dan Umrah yang diterapkan pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jakarta Cibubur?
3. Bagaimana analisis strategi pemasaran Tabungan Haji dan Umrah yang diterapkan pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jakarta Cibubur?

1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji dan Umrah pada Bank Syariah Indonesia” (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jakarta Cibubur) adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui prosedur pembukaan Tabungan Haji dan Umrah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jakarta Cibubur
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk Haji dan Umrah yang diterapkan pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jakarta Cibubur.
3. Untuk mengetahui analisis strategi pemasaran produk Haji dan Umrah yang diterapkan pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jakarta Cibubur.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini antara lain:

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan menambah wawasan bagi penulis mengenai strategi pemasaran produk tabungan haji dan umrah pada bank syariah Indonesia.

b. Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan tinjauan bagi para praktisi Perbankan Syariah khususnya PT. Bank Syariah Indonesia dan juga sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan strategi pemasaran produk tabungan haji dan umrah pada bank syariah Indonesia.

c. Bagi Akademi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbang pikiran bagi penelitian selanjutnya dan sebagai bahan referensi yang diharapkan dapat menambah ilmu dan wawasan pengetahuan bagi pembaca dan kepustakaan bagi pihak yang berkepentingan

1.4 Sistematika Penulisan

Agar lebih mempermudah pembahasan dalam proses penelitian ini, maka peneliti menyusun sistematika penelitian skripsi yang terdiri dari lima bab yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan penelitian yang meliputi latar belakang masalah, rumusan dan batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai pengertian bank syariah, pengertian strategi pemasaran, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan mengenai metode penelitian yang akan digunakan oleh peneliti. Serta memberitahukan tempat dan waktu penelitian, data dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti akan mendeskripsikan data hasil penelitian; pengolahan data hasil penelitian/ pengujian prasyarat analisis; pengujian hipotesis; dan pembahasan/ interpretasi hasil penelitian.

BAB V: SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi simpulan dari hasil penelitian dan saran.