

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara dengan populasi masyarakat terbesar yang beragama muslim di dunia. Pada saat ini sekitar 87% masyarakat Indonesia beragama Islam. Jika dijabarkan, penduduk Indonesia yang beragama Islam yaitu berjumlah sekitar 224,460 juta jiwa. Indonesia saat ini memiliki populasi masyarakat beragama muslim terbesar di dunia dengan tingkat religiusitas yang tinggi dalam kehidupan sehari-hari. Diantara berbagai kewajiban dan amalan yang dilakukan oleh umat muslim di Indonesia, salah satunya yaitu ibadah haji.<sup>1</sup>

Dengan adanya kondisi tersebut, menjadikan posisi Indonesia sangat menguntungkan, salah satunya yaitu sebagai negara yang mendapatkan kuota haji terbesar di dunia. Sehingga dengan hal tersebut, masyarakat menjadi terdorong untuk melaksanakan ibadah haji. Jumlah jamaah haji yang dialokasikan oleh pemerintah pada tahun 2018-2022 meningkat setiap tahunnya yaitu sebagai berikut:

No	Tahun	Jumlah Jamaah Haji
1.	2018	204.000
2.	2019	231.000
3.	2020	221.000
4.	2021	221.000
5.	2022	100.051

Sumber: kemenag.go.id

Pemerintah Indonesia pada tahun 2020-2021 meniadakan pemberangkatan jamaah haji melalui kementerian agama. Keputusan tersebut diambil, disebabkan terjadinya wabah pandemi covid-19 yang terjadi di seluruh penjuru dunia, sehingga menjadikan pemberangkatan jamaah haji mundur atau ditunda. Tetapi hal tersebut tidak menyurutkan semangat umat muslim Indonesia yang berkeinginan melaksanakan ibadah haji ke tanah suci untuk tetap mendaftarkan diri sebagai calon jamaah haji.<sup>2</sup>

Dalam melaksanakan ibadah haji banyak hal yang harus dipertimbangkan, salah satunya berkaitan dengan masalah pendanaan

---

<sup>1</sup> A Z Rinja , M Y Alimi, "Fungsi Perkumpulan Haji Bagi Masyarakat Di Kecamatan Cepu Kabupaten Blora", *Solidarity: Journal of Education, Society* , 10.1 (2021), 1–9.

<sup>2</sup> Mila Kartika, Sudin Saepudin, dan Dudih Gustian, "Analisis Sentimen Dampak Covid-19 Terhadap Pembatalan Keberangkatan Ibadah Haji Pada Tahun 2020", *Jurnal Sains Komputer & Informatika (J-SAKTI)*, 5.2 (2021), 964–72.

atau biaya. Seluruh umat muslim pasti berkeinginan untuk menunaikan ibadah haji, tetapi masih banyak yang terkendala dengan biaya pemberangkatan ibadah haji. Maka, dari persoalan tersebut banyak lembaga keuangan yang mempromosikan produk tabungan haji. Tabungan haji adalah produk tabungan yang ditawarkan oleh bank syariah kepada masyarakat untuk menghimpun dana ibadah haji. Lembaga keuangan syariah yang menawarkan produk tabungan haji kepada masyarakat salah satunya ialah bank syariah.<sup>3</sup>

Salah satu bank syariah yang tengah mengalami perkembangan cukup pesat saat ini yaitu PT. Bank Syariah Indonesia (BSI). BSI didirikan pada tanggal 01 Februari 2021, bank tersebut merupakan gabungan atau merger dari tiga lembaga bank syariah BUMN yaitu Bank Rakyat Indonesia (BRIS), dan Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS), dan Bank Syariah Mandiri (BSM). Sehingga tiga bank Syariah yang dibawah naungan BUMN tersebut berubah nama menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan berbagai sistem operasional yang disesuaikan berdasarkan prinsip syariah. Alasan pemerintah melakukan msrger menjadi Bank Syariah Indonesia yaitu karena di Indonesia pertumbuhan perbankan syariah masih tertinggal jauh di bandingkan bank konvensional. Selain itu sebagai negara dengan masyarakat yang mayoritas beragama Islam, sehingga berpeluangn menjadikan Indonesia mempunyai bank syariah yang unggul dan kuat.<sup>4</sup>

Alasan lain dari dilakukannya penggabungan tersebut yaitu untuk memperbesar perbankan Syariah di Indonesia, supaya dapat menjadi katalisator bagi pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia dan masuk ke pasar global, menciptakan bank syariah dengan produk yang variatif dan memberikan pelayanan yang baik dengan didukung kemajuan teknologi. Bank Syariah Indonesia hadir sebagai lembaga keuangan dengan prinsip syariah yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan mempermudah aktifitas financial masyarakat. Dengan adanya merger dari tiga bank syariah tersebut, maka berharap agar bank syariah di Indonesia lebih kuat, bermanfaat, inovatif, dan dapat berpengaruh terhadap perekonomian masyarakat bahwa perbankan

---

<sup>3</sup> A Rachman dkk, "Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Dan Umrah Ib Pada Btn Kcps Tangerang", *Madani Syari'Ah : Jurnal Pemikiran Perbankan Syari'Ah*, 5.1 (2022), 43–58.

<sup>4</sup> Alif Ulfa, "Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah Di Indonesia", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7.2 (2021), 1101–6.

syariah dapat melayani masyarakat dan pastinya membangun ekonomi Indonesia lebih maju dengan prinsip-prinsip syariah.<sup>5</sup>

Tabungan haji adalah produk bank Syariah yang membantu dalam penghimpunan dana umat islam yang berkeinginan untuk menunaikan ibadah haji yang dikelola dengan baik, transparan, dan bersih dengan berpatuh pada prinsip Islam. Nasabah yang menabung biaya haji tersebut penarikannya dapat dilakukan ketika sudah tiba waktu pemberangkatan ibadah haji atau pada waktu tertentu sesuai dengan yang diperjanjikan.<sup>6</sup> Dengan adanya tabungan haji, masyarakat lebih mudah menabung sesuai keinginannya dan sejumlah uang yang dimiliki untuk mempersiapkan ibadah haji. Selain itu juga untuk mendapatkan kursi atau porsi pergi haji dengan ketentuan minimal saldo dengan jumlah Rp. 25.100.000. Dalam pelaksanaannya, tabungan haji terdapat bagi hasil atau imbalan yang menggunakan akad *mudharabah muthlaqah* atau akad kerja sama yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dimana salah satu pihak memberikan modalnya dan satu pihak mengelola modal tersebut.<sup>7</sup>

Bank Syariah Indonesia melayani jamaah haji pada tahun 2022 lebih dari 80% dari total keseluruhan jamaah haji Indonesia. Tercatat, pada tahun 2022 total jamaah haji regular Bank Syariah Indonesia yang berangkat berjumlah kurang lebih sebesar 73 ribu jamaah dari seluruh jamaah haji Indonesia sebesar 100.051 ribu. Selain itu, Bank Syariah Indonesia per Maret 2022 tercatat bahwa lebih dari 4,4 juta nasabah telah membuka dan menabung tabungan haji di Bank Syariah Indonesia. Hal tersebut menggambarkan bahwa Bank Syariah Indonesia mendapatkan kepercayaan oleh masyarakat untuk menyimpan uangnya dalam mempersiapkan ibadah haji dengan melalui tabungan haji Bank Syariah Indonesia.<sup>8</sup>

---

<sup>5</sup> Nur Sulistiyansih, Shul Thanul Azkar, "Potensi Bank Syariah Indonesia (BSI) Dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Nasional", *Al-Qanun: Jurnal Pemikiran Dan Pembaruan Hukum Islam*, 24.1 (2021), 33–58.

<sup>6</sup> Maas Sabirin, "Strategi Pemasaran Produk Tabungann Haji Bank Mega Syariah Di Wilayah Kerja Kantor Kementrian Agama Kabupaten Lombok Timur," *Nusantara Hasana Journal* 2, no. 3 (2022): 1–14, <http://nusantarahasanajournal.com/index.php/nhj/article/view/415>.

<sup>7</sup> Habibulloh, "Strategi Pemasaran Pada Produk Tabungan Haji Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Rogojampi," *Ribhuna : Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah* 1, no. 1 (2022): 1–13.

<sup>8</sup> Bank Syariah Indonesia, "BSI Siap Layani Lebih Dari 80 Persen Jamaah Haji Indonesia", diakses pada tanggal 13 Desember 2022 pukul 15.05 WIB <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-siap-layani-lebih-dari-80-persen-jamaah-haji-indonesia>.

Hal tersebut tidak lepas dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh bank. Bank syariah menyusun dan merencanakan strategi pemasaran untuk aktivitas pemasaran terhadap minat produk untuk menjangkau target pasar dan menjadi konsumen produk yang dihasilkan. Strategi pemasaran yang dilakukan mengikuti dengan perkembangan dan lingkungan pasar agar dapat memberikan gambaran yang terarah dan jelas dan menggunakan setiap kesempatan atau peluang. Kegiatan pemasaran dilakukan melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, pelaksanaan, penetapan harga, promosi, serta distribusi agar dapat menghasilkan pertukaran yang memenuhi sasaran.<sup>9</sup>

Strategi pemasaran menjadi faktor yang penting untuk keberhasilan perusahaan, karena pemasaran merupakan hal yang utama dalam mempengaruhi konsumen. Selain itu dalam menghadapi persaingan yang semakin meningkat dari waktu ke waktu juga memerlukan strategi pemasaran yang tepat karena pada era sekarang banyak lembaga keuangan beridir, sehingga hal tersebut menjadikan persaingan semakin ketat. Bank Syariah Indonesia tidak hanya bersaing dengan lembaga keuangan lokal saja, tetapi juga banyak lembaga keuangan asing yang sekarang merambah dengan konsep syariah. Apalagi mempunyai kesamaan produk yang ditawarkan, sehingga hal tersebut perlu menjadi perhatian khusus bagi Bank Syariah Indonesia dalam menghadapi persaingan agar dapat berinovasi lebih dan menghasilkan produk yang lebih menarik sehingga dapat menjadi pendukung utama dalam keberhasilan bank syariah untuk bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.<sup>10</sup>

Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 merupakan salah satu bank syariah di Indonesia yang bermerger. Dengan adanya peraturan yang ditetapkan pemerintah, sehingga sebelumnya Bank Syariah Mandiri (BSM) Jepara bermerger menjadi Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1. Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 memiliki produk yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat. Adapun produk yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 terdiri dari produk tabungan dan produk pembiayaan, salah satunya yaitu produk tabungan haji.

---

<sup>9</sup> Nuryadi Akbar, "Tinjauan Terhadap Strategi Pemasaran Pada Tabungan Haji Dalam Akad Mudharabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Sudirman, Bogor)", *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3.1 (2019), 76–95.

<sup>10</sup> Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Syariah*, (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020), hal 1.

Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 dalam memasarkan produk tabungan haji sangat memperhatikan strategi, mengingat persaingan yang sangat ketat antar lembaga keuangan yang ada di Kabupaten Jepara. Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 harus dapat mengantisipasi ancaman yang timbul serta melakukan perbaikan terhadap kelemahan perusahaan dan memanfaatkan peluang serta kekuatan yang ada. Selain itu, Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 harus dapat melakukan strategi pemasaran yang lebih baik dan kreatif dalam menerapkan strategi pemasaran supaya bisa memasarkan produk atau jasanya sehingga dapat menarik minat masyarakat dan dapat memperoleh respon positif masyarakat.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Maas Sabirin, menunjukkan bahwa Bank Mega Syariah KCP Lombok Timur dalam melakukan strategi pemasaran pada produk tabungan haji dengan menggunakan empat strategi yaitu strategi produk, strategi harga, strategi distribusi, dan strategi promosi, dan kendala yang dialami adalah kendala internal meliputi permasalahan SDI, teknis dan permasalahan legal dan kendala pasar, dan kendala adanya pandemi covid 19<sup>11</sup>. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Habibulloh menunjukkan bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Rogojampi dalam melakukan strategi pemasaran pada produk tabungan haji adalah dengan cara *cross selling*, *door to door* yaitu memanfaatkan waktu pada saat di akhir pelayanan, dengan bertatap muka langsung dan menjelaskannya<sup>12</sup>. Dan pada penelitian yang dilakukan oleh Nur Azizah, dkk, menunjukkan bahwa strategi BRI Syariah kantor cabang pembantu Bojonegoro dalam menentukan marketnya berdasarkan pekerjaan mikro dan konsumen, sedangkan dalam *marketing mix* dengan cara menciptakan harga, distribusi dan promosi, dan mengadakan kajian-kajian di masjid atau mushallah, menggali profil nasabah dan menerapkan strategi pelayanan.<sup>13</sup>

Berdasarkan dari uraian diatas, penulis terdorong untuk membahas lebih dalam tentang strategi pemasaran produk tabungan

---

<sup>11</sup> Maas Sabirin, "Strategi Pemasaran Produk Tabungann Haji Bank Mega Syariah Di Wilayah Kerja Kantor Kementrian Agama Kabupaten Lombok Timur", *Nusantara Hasana Journal*, 2.3 (2022), 1–14.

<sup>12</sup> Habibulloh, "Strategi Pemasaran Pada Produk Tabungan Haji Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Rogojampi", *Ribhuna : Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1.1 (2022), 1–13..

<sup>13</sup> Hidayati Niwatin Nurul, dkk, "Efektivitas Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Di BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro", *MIYAH: Jurnal Studi Islam*, 16.1 (2020), 135–61.

haji di Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 untuk meningkatkan jumlah nasabah, karena dari ketiga penelitian terdahulu diatas memiliki cara masing-masing dalam memasarkan produknya, selain itu semakin ketatnya persaingan antar lembaga keuangan sehingga setiap lembaga keuangan dituntut agar dapat melakukan strategi pemasaran yang lebih inovatif, kreatif, dan baik, sehingga penulis tertarik untuk mengangkat judul **“Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Dengan Akad Mudharabah Muthlaqah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1”**.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan diatas maka fokus dari penelitian ini yaitu strategi pemasaran Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 pada produk tabungan haji dengan akad mudharabah muthlaqah dalam meningkatkan jumlah nasabah.

## **C. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan haji dengan akad *mudharabah mutlaqah* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1?
2. Apa saja kendala-kendala yang dihadapi Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 dalam memasarkan produk tabungan haji dengan akad *mudharabah mutlaqah* dalam meningkatkan jumlah nasabah?
3. Bagaimana solusi dalam mengatasi kendala penerapan strategi pemasaran Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 untuk meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan haji dengan akad *mudharabah mutlaqah*?

## **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan uraian permasalahan tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran produk tabungan haji dengan akad mudharabah mutlaqah dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1.
2. Penelitian ini untuk mengkaji kendala-kendala yang dihadapi Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 dalam memasarkan produk tabungan haji dengan akad mudharabah muthlaqah dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1.
3. Penelitian ini untuk mengkaji solusi yang digunakan untuk menghadapi kendala-kendala yang dialami Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 dalam memasarkan produk tabungan haji

dengan akad mudharabah muthlaqah dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1.

## **E. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis untuk berbagai pihak yang bersangkutan dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoritis**

#### **a. Bagi peneliti**

Penelitian ini dapat digunakan dan bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan peneliti dalam memahami strategi pemasaran dan kendala-kendala memasarkan produk tabungan haji dengan akad mudharabah muthlaqah dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1.

#### **b. Bagi Akademis**

Dari hasil penelitian ini semoga dapat menjadi sumber inspirasi dan sebagai sarana referensi bagi mahasiswa IAIN Kudus khususnya Prodi Perbankan Syariah dalam melakukan penelitian-penelitian selanjutnya.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Bank Syariah Indonesia**

Diharapkan dengan adanya penelitian ini, dapat membantu, memberikan andil, dan masukan yang baik untuk pengembangan strategi pemasaran produk tabungan haji dengan akad mudharabah muthlaqah dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1.

#### **b. Bagi Pembaca**

Diharapkan dengan adanya penelitian ini, dapat membantu pembaca dalam memperoleh informasi dan pengetahuan mengenai produk tabungan haji, sehingga masyarakat dapat lebih memahami bagaimana dan apa yang diperlukan dalam menggunakan produk tabungan haji di Bank Syariah Indonesia.

## **F. Sistematika Penulisan**

Untuk mendapatkan gambaran dan mempermudah mengenai pembahasan masalah yang sistematis dalam skripsi ini, maka penulis menyajikan dalam beberapa bagian. Dalam penulisan skripsi memuat lima bab utama yang saling berhubungan satu dengan lainnya, yaitu sebagai berikut:

1. Bagian awal. Bagian ini berisikan cover judul, persetujuan pembimbing skripsi, halaman pengesahan munaqosah, halaman pernyataan keaslian skripsi, abstrak, halaman motto, halaman persembahan, pedoman transliterasi Arab-latin, kata pengantar, daftar isi, halaman tabel, halaman gambar dan daftar singkatan.
2. Bagian isi. Pada bagian ini terdiri dari lima BAB, yaitu BAB I sampai BAB V saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, sebagaimana berikut ini:

**BAB I : Pendahuluan**

Pada bagian ini, terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II : Kajian Pustaka**

Pada bagian ini, terdiri dari kajian teori, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan pertanyaan penelitian.

**BAB III : Metode Penelitian**

Pada bagian ini, terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan teknik analisis data.

**BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Pada bagian ini, terdiri dari gambaran obyek penelitian, deskripsi penelitian, dan analisis data penelitian.

**BAB V : Penutup**

Pada bagian ini, terdiri dari simpulan dan saran

3. Bagian akhir meliputi daftar pustaka dan lampiran-lampiran.