

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan adalah lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara antara masyarakat yang memiliki banyak uang dan masyarakat yang tidak memiliki banyak uang. Bank mengelola dana yang dititipkan oleh masyarakat, yang kemudian akan disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dana.

Dalam UU No. 21 tahun 2008 pasal 1 ayat 2 menyatakan, Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan dan bentuk lainnya yang dapat meningkatkan taraf hidup rakyat.¹ Undang-undang ini merupakan sebuah bentuk perhatian dari pemerintah terhadap bank yang menerapkan sistem bagi hasil. Oleh karena itu, Bank syariah harus mempertegas kembali prinsipnya agar persepsi dari masyarakat yang memandang perbankan syariah sama dengan bank konvensional dapat dihilangkan. Selain itu, bank harus menciptakan inovasi baru sehingga memunculkan produk baru sebagai variasi dari produk yang

¹ Ojk, https://www.ojk.go.id/waspada_investasi/id/regulasi/Documents/UU_No_21_Tahun_2008_Perbankan_Syariah.pdf, diakses pada desember 2023

sudah ada sehingga akhirnya dapat menciptakan segmentasi pasar baru di antara pasar yang telah ada.²

Perkembangan lembaga keuangan pada saat ini sudah mengalami banyak perubahan, yang mana setiap lembaga keuangan dihadapkan dengan masalah yang berkaitan dengan pemasaran. Maka dari itu, dapat dirumuskan sebuah rencana strategi pemasaran yang kompetitif dan efektif. Sehingga diperlukan suatu strategi pemasaran sebagai bukti sebuah usaha untuk meningkatkan anggota yaitu dengan mengukur kemampuan perusahaan dalam memasarkan produk dan layanan terhadap pelanggan, sebagai cara untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap perkembangan lembaga.³

Strategi pemasaran di berbagai lembaga maupun perusahaan memiliki peran yang begitu penting dan hal utama yang harus diperhatikan, untuk mencapai keberhasilan usaha. Sehingga pemasaran menjadi memiliki peran yang besar dalam merealisasikan suatu usaha. Strategi pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terjuju kepada kegiatan yang akan dilakukan perusahaan dalam memaksimalkan setiap kesempatan atau peluang pada sasaran yang diinginkan.⁴

Setiap lembaga harus merencanakan sebuah sistem strategi pemasaran yang digunakan untuk menarik minat pelanggan. Hal itu juga diterapkan pada industri perbankan, salah satunya perbankan syariah. pada

² Muhammad Nadzif, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Ibt Muamalat Haji Dan Umrah Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Semarang*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2016) hlm 1

³ Muhammad Nadzif, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Ibt Muamalat Haji Dan Umrah*, hlm 2

⁴ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 168

lembaga perbankan KB Bank Syariah terus melaksanakan kegiatan pemasaran secara tertata dan terpadu. KB Bank Syariah merupakan salah satu Bank Syariah yang menawarkan jasa dan berbagai produknya berlandaskan hukum islam. Salah satunya yaitu produk Tabungan Siaga Haji Muda yang merupakan suatu produk tabungan yang digunakan untuk mencukupi dana atau biaya haji yang dikelola dengan baik sesuai dengan syariah islam. Dengan adanya produk tabungan Haji muda ini bank membantu memudahkan para nasabah untuk menjalankan Ibadah Haji.

Ibadah haji merupakan rukun islam kelima yang harus dipenuhi oleh umat islam yang mampu, baik dari segi finansial maupun fisik. Ibadah haji adalah ibadah yang wajib dilakukan sekali seumur hidup, karena merupakan ritual tahunan yang dilakukan oleh umat islam sedunia dengan berkunjung dan melakukan beberapa kegiatan di Arab Saudi pada suatu waktu yang dikenal sebagai musim haji.⁵

Berdasarkan fakta lapangan Indonesia menjadi negara penyumbang jamaah haji terbanyak di tahun 2023. Berdasarkan data kementerian Agama, pada awalnya indonesia hanya mendapatkan jatah kuota haji sebanyak 221.000 jamaah yang terdiri dari 203.320 di kuota haji reguler dan sebanyak 17.680 di kuota haji khusus. Namun pemerintah Indonesia mencoba berkomunikasi dengan pemerintah Arab Saudi yang membuat kuota jamaah haji Indonesia bertambah sebanyak 8.000 jamaah sehingga total jamaah

⁵ Said Abadi, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Ib Hijrah Haji Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Di Masa Pandemi Covid-19*. (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021)

yang berangkat menunaikan ibadah haji pada tahun 2023 sebanyak 229.000 orang.⁶ Sedangkan untuk jamaah haji Indonesia pada tahun 2024 mendapatkan kuota sebanyak 241.000 jamaah dengan rincian kuota untuk jamaah haji reguler sebanyak 221.720 dan haji khusus sebanyak 19.280 orang.⁷

Demi kelancaran pelaksanaan pemberangkatan jamaah haji dari Indonesia dan pelaksanaan ibadah haji di Arab Saudi, pemerintah telah membuat kebijakan dan aturan terkait petunjuk operasional pelaksanaan pengurusan jamaah haji di daerah-daerah dalam Undang-Undang No.13 Tahun 2008 menjelaskan secara tegas mengenai manajemen pelayanan dan administrasi pelaksanaan ibadah haji di tanah air. Sebagaimana yang tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2008 mengenai penyelenggaraan haji Bab 1 pasal 1 yang menyatakan bahwa jamaah haji adalah warga negara Indonesia yang beragama Islam dan telah mendaftarkan diri untuk menunaikan ibadah haji sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan.⁸

Bagi seluruh umat muslim di Indonesia bahkan dunia pergi ke tanah suci untuk menunaikan ibadah haji merupakan suatu hal yang sangat didambakan. Tidak heran jika banyak orang yang mau mengeluarkan banyak uang demi bisa menunaikan ibadah haji. Biaya yang diperlukan

⁶ Muhammad Faizin, <https://www.nu.or.id/internasional/5-negara-dengan-kuota-haji-terbanyak-tahun-2023-jugnt>, Diakses Pada Oktober 2023

⁷ Dpr Ri, <https://www.dpr.go.id/berita/detail/id/47778>, Diakses November 2023

⁸ Dpr ri, https://www.dpr.go.id/dokjdi/document/uu/UU_2008_13.pdf, Diakses Pada Oktober 2023

untuk menjalankan ibadah haji tidaklah sedikit, sehingga tidak semua orang bisa dapat pergi ke tanah suci untuk menunaikan rukun Islam yang ke-5 ini. Walaupun demikian antusias umat muslim untuk menunaikan ibadah haji masih banyak. Sehingga banyak perusahaan yang melihat ini sebagai peluang bisnis yang menguntungkan. Salah satunya adalah dari sektor perbankan syariah. Yang mana banyak perbankan syariah yang mengeluarkan produk haji serta ada juga yang menjadikan produk haji sebagai produk yang diunggulkan untuk bersaing dengan para kompetitor lainnya.⁹

Umat muslim yang kurang mampu, atau memiliki dana yang sangat terbatas dan memiliki banyak kebutuhan yang harus dipenuhi mereka harus jatuh bangun mengumpulkan uang agar bisa pergi ke tanah suci untuk menunaikan ibadah haji. Seperti yang kita ketahui bahwa komisi VIII DPR RI secara resmi telah menetapkan untuk biaya perjalanan ibadah haji atau biaya yang dibayar langsung oleh jamaah haji tahun 2024 yaitu dengan rata-rata perjamaah sebesar RP 56.046.172 sedangkan untuk biaya penyelenggaraan ibadah haji sebesar RP 93.410.286,07.¹⁰

Untuk membantu masyarakat dalam merealisasikan keinginannya yaitu menunaikan ibadah haji, perbankan syariah membuat sebuah inovasi baru yaitu produk tabungan haji. Yang mana produk ini merupakan simpanan yang hanya dapat digunakan untuk menunaikan ibadah haji. Oleh

⁹ Ahmad Zorda Akmal, *Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Pada Bank Bri Syariah Kc Fatmawati Jakarta Selatan*, (Skripsi: Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi 2021), Hlm 2-3

¹⁰ Dpr ri, <https://www.dpr.go.id/berita/detail/id/47778>, Dikases Pada November 2023

karena itu, adanya KB Bank Syariah bisa menjadi solusi bagi masyarakat khususnya para orangtua dan anak-anak muda yang mempunyai keinginan untuk menunaikan ibadah haji sangat bisa direalisasikan karena KB Bank Syariah memiliki sebuah produk yaitu Tabungan Siaga Haji muda. Yang mana produk ini bisa didapatkan dari anak umur 0 tahun sampai dengan umur 17 tahun.¹¹

Fenomena daftar tunggu (*waiting list*) haji di Indonesia yang terjadi saat ini mulai dari 11 sampai dengan 47 tahun, menyadarkan umat muslim yang kemudian merencanakan ibadah haji sejak dini yaitu dengan cara membuka rekening tabungan haji muda.¹² Hal ini kemudian menjadi peluang bagi KB Bank Syariah membuat produk Tabungan Siaga Haji muda dengan strategi *marketing Canvassing* untuk menarik minat para nasabah.

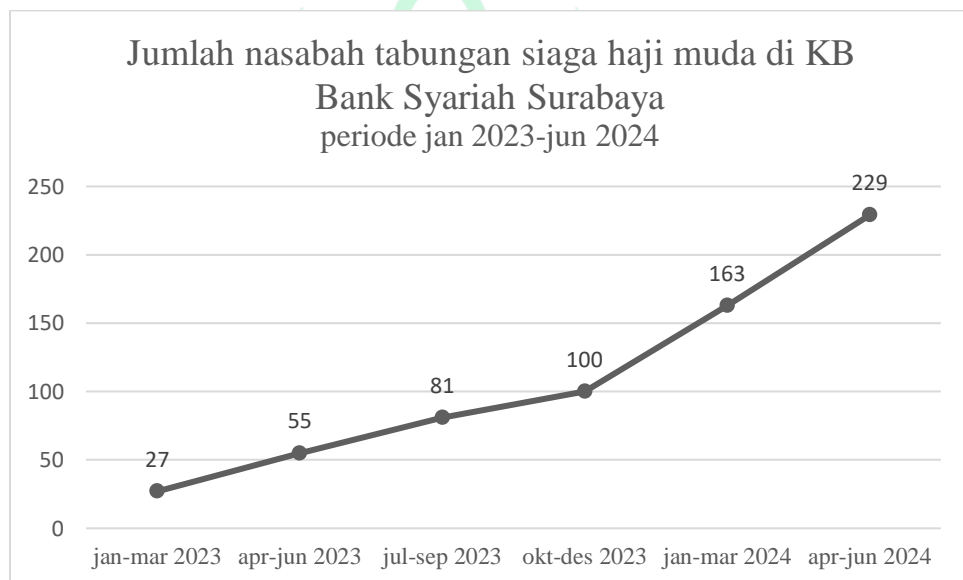
KB Bank Syariah Surabaya memberikan layanan produk tabungan haji yang bertujuan untuk memfasilitasi kebutuhan masyarakat yang memiliki keinginan untuk menunaikan kewajiban ibadah haji. Produk tabungan haji yang ditawarkan di KB Bank Syariah terbagi dua jenis yaitu, Tabungan Siaga Haji dan Tabungan Siaga Haji Muda. Untuk Tabungan Siaga Haji Muda ini sendiri merupakan inovasi produk baru yang ada di KB Bank Syariah. Dimana peluncuran produk ini bersamaan dengan peluncuran

¹¹ Feronika, Wawancara, Bank KB Bukopin Syariah Surabaya, 20 November 2023

¹² Rahma harbani, <https://www.detik.com/hikmah/haji-dan-umrah/d-6822757/masa-tunggu-haji-reguler-di-indonesia-berapa-tahun#:~:text=Masa%20tunggu%20haji%20reguler%20di%20Indonesia%20dari%20tiap%20provinsi%20maupun,wilayah%20tempat%20calon%20haji%20mendaftar.> Diakses november 2023

produk tabungan haji muda yang ada di Bank Syariah Indonesia yaitu pada tahun 2022, peneliti memilih tempat penelitian di KB Bank Syariah dikarenakan pada tahun yang sama mereka merilis produk yang sama tetapi jumlah nasabah tabungan haji muda di KB Bank Syariah Surabaya tidak kalah dari nasabah tabungan haji muda di Bank Syariah Indonesia, ini menunjukkan bahwa bank swasta mampu bersaing dengan bank milik negara dan bank-bank lainnya yang mempunyai produk tabungan haji muda. Hal ini bisa dibuktikan dengan adanya jumlah nasabah tabungan haji muda di KB Bank Syariah yang selalu meningkat.

Gambar 1.1 Laporan Jumlah Nasabah



Sumber :Laporan Data Jumlah nasabah tabungan Siaga Haji muda di KB Bank Syariah Surabaya

Grafik tersebut merupakan laporan tri wulan jumlah nasabah tabungan siaga haji muda. Dilihat dari grafik diatas jumlah nasabah Tabungan Siaga Haji Muda di KB Bank Syariah Surabaya, mengalami

peningkatan. Sampel data ini diambil dari 1 Januari 2023 sampai dengan Juni 2024, yang mana jumlah nasabah keseluruhan yang membuka rekening Tabungan IB Siaga Haji Muda di KB Bank Syariah Surabaya sebanyak 229 nasabah.¹³

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pihak KB Bank Syariah Surabaya jumlah nasabah yang membuka rekening tabungan Siaga Haji Muda terbilang cukup banyak, namun belum cukup untuk memenuhi target yang diinginkan.¹⁴ Dari sejumlah nasabah yang membuka Tabungan Siaga Haji Muda, KB Bank Syariah Surabaya memiliki strategi untuk pelaksanaan *marketing* produk Tabungan Siaga Haji Muda ini, yaitu strategi *marketing canvassing* dimana pihak KB Bank Syariah Surabaya mendatangi langsung para calon nasabahnya.

Maka dari itu, strategi *marketing* harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah sehingga setiap peluang di beberapa pasar sasaran bisa dimanfaatkan. Oleh karena itu, strategi *marketing* adalah alat yang paling ampuh untuk menarik minat para nasabah. Salah satu tujuan *marketing* adalah untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan melalui berbagai layanan yang diinginkan pelanggan.

Penelitian ini memiliki kemiripan dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh Tsaltsa Nurhasanah Sumarto, yang berjudul *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Muda Indonesia Di Bank Syariah*

¹³ Feronika, Wawancara (Via Whatsapp), Bank KB Bukopin Syariah Surabaya, 22 Desember 2023

¹⁴ Feronika, Wawancara, Bank KB Bukopin Syariah Surabaya, 20 November 2023

Indonesia (BSI) KCP Kotamobagu dari hasil penelitiannya bahwa dari strategi segmentasi pasar, *targeting*, *positioning*, dan *marketing mix*/ bauran pemasaran 4P, menjelaskan bahwa tidak semua strategi yang diterapkan berpengaruh dalam penjualan produk tabungan haji muda Indonesia, hanya strategi promosi dengan teknik *telemarketing*, *cross selling* dan kerjasama dengan kementerian agama dalam melakukan sosialisasi ke masyarakat dan ke sekolah-sekolah yang berbasis Islam yang dapat menggait nasabah.

Hasil penelitian lain juga berbeda dengan peneliti. Penelitian yang dilakukan oleh Arini Fitroh pada tahun 2021/2022 yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Mikro Berbasis Akad Murabahah Menggunakan Metode *Canvassing* Dan Referensi *Marketing*”¹⁵ Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pemasaran produk pembiayaan mikro menggunakan metode *canvassing* cukup efektif sedangkan menggunakan metode referensi cenderung lebih sulit di dapatkan. Ini dikarenakan tidak semua nasabah mau mereferensikan nasabah baru dalam kenyataannya. Sedangkan metode yang biasa digunakan marketing tidak hanya itu saja namun ada juga metode *personal selling* yaitu pendekatan nasabah dengan cara personal. Namun pelaksanaannya metode *canvassing* waktunya cenderung lama, tetapi untuk *suistanble canvassing* bisa dikatakan efektif. Sedangkan metode referensi mendapatkannya lama dari nasabah *eksisting*, namun *presentase closing* sangat tinggi.

¹⁵ Arini Fitroh, *Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Mikro Berbasis Akad Murabahah Menggunakan Metode Canvassing Dan Referensi Marketing*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2022/2023).

Berdasarkan latar belakang diatas, Maka hal tersebut menjadi dasar peneliti untuk melakukan penelitian terkait Penerapan Strategi *Marketing Canvassing* Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Tabungan Siaga Haji Muda. Dengan objek penelitian Bank Syariah, yaitu KB Bank Syariah Surabaya. Peneliti ingin mengetahui bagaimana Penerapan Strategi *Marketing Canvassing* Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Tabungan IB Siaga Haji Muda Di KB Bank Syariah Surabaya.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah, maka rumusan masalah adalah :

1. Bagaimana Penerapan Strategi *Marketing Canvassing* Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Tabungan Siaga Haji Muda Di KB Bank Syariah Surabaya?
2. Apa saja hambatan yang dialami dalam menerapkan strategi *marketing canvassing* dalam upaya menarik minat nasabah tabungan siaga haji muda di KB Bank Syariah Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui

1. Penerapan Strategi *Marketing Canvassing* Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Tabungan Siaga Haji Muda Di KB Bank Syariah Surabaya.
2. Hambatan yang dialami dalam menerapkan strategi *marketing canvassing* dalam upaya menarik minat nasabah tabungan siaga haji muda di KB Bank Syariah Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademisi

penelitian ini diharapkan dapat menjadi manfaat dalam memahami Penerapan Strategi *Marketing Canvassing* Di KB Bank Syariah Surabaya bagi para pembaca dan dapat menjadi rujukan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Bagi Praktisi

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan yang bermanfaat bagi praktisi terkait Penerapan Strategi *Marketing Canvassing* di perusahaan. Sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan dan minat masyarakat luas, khususnya umat muslim di Indonesia.

