

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit, pembiayaan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Dalam Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 di terangkan bahwa yang di maksud dengan perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Uni Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya sesuai dengan syariah.<sup>1</sup>

Lembaga keuangan bank di Indonesia terbagi menjadi dua jenis yaitu, bank yang bersifat konvensional dan bank yang bersifat syariah. Bank yang bersifat konvensional adalah bank yang kegiatan operasionalnya menggunakan sistem bunga, sedangkan bank yang bersifat syariah adalah bank yang kegiatan operasional dan produknya di kembangkan berlandaskan al-Qur'an dan Hadis. Dengan kata lain, bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang

---

<sup>1</sup>Zainuddin Ali, *Hukum Ekonomi Syariah*, ( Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 127

pengoperasiannya di sesuaikan dengan prinsip syariah islam.<sup>2</sup> Perbankan syariah memberikan layanan bebas bunga kepada para nasabahnya. Pembayaran dan penarikan bunga dilarang dalam semua bentuk transaksi apa pun. Islam melarang kaum muslim menarik atau membayar bunga (riba). Pelarangan inilah yang memberikan sistem perbankan islam dengan sistem perbankan konvensional. Secara teknis, riba adalah tambahan pada jumlah pokok pinjaman dan jumlah pinjamannya. Sebagaimana Allah SWT berfirman:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ  
تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

“Wahai orang-orang yang beriman. Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”<sup>3</sup>

Bank Muamalat Indonesia adalah bank umum pertama di Indonesia yang menerapkan prinsip syariah islam dalam menjalankan operasionalnya. Didirikan pada 1 November 1991 yang di prakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia. Mulai beroperasi pada 1 Mei 1992, yang di dukung oleh cendikiawan muslim dan pengusaha serta masyarakat luas. Pada tahun 1994 telah menjadi bank devisa dengan memiliki

<sup>2</sup>Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), 1

<sup>3</sup>Mushaf Al-Fattah, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Jakarta: Wali, 2003), 43

produk pendanaan yang menggunakan prinsip wadiah (titipan) dan mudharabah (bagi-hasil). Sedangkan penanaman dananya menggunakan prinsip jual beli, bagi-hasil dan sewa.<sup>4</sup>

Untuk mengenalkan produk-produk yang ada di bank kepada masyarakat luas diperlukan strategi pemasaran yang baik. Pemasaran berhubungan dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat. Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya.

Strategi pemasaran adalah suatu rencana yang menyeluruh atau sasaran yang menunjukkan suatu keinginan yang dicapai oleh suatu bisnis yang dalam kegiatannya menjual produk sehingga pemasaran proses penjualan yang dimulai dari perancangan produk sampai dengan setelah produk tersebut terjual.<sup>5</sup> Adapun strategi pemasaran di Bank Muamalat KCP Rungkut Surabaya:<sup>6</sup>

1. Menganalisa pasar agar produk tabungan iB Hijrah Rencana yang dijual dapat sesuai dengan segmentasi pasar yang dituju.
2. Memberikan fasilitas dan pelayanan yang terbaik untuk nasabah.

---

<sup>4</sup>Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 25

<sup>5</sup>Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT.Grafindo Persada, 2007), 168

<sup>6</sup>Hasil wawancara dengan Cynthia Renata Sari, selaku Sub Branch Manager, pada tanggal 4 Maret 2019

3. Melakukan pemasaran secara langsung dengan melakukan *personal selling* dan *sales call*, misalnya menawarkan produk tabungan tersebut ke sekolah, wali murid, masjid, komunitas ibu-ibu pengajian, perusahaan dan lain sebagainya.
4. Pemasaran tidak langsung, yakni melalui media baik cetak maupun elektronik seperti facebook, twitter, instagram dan youtube.

Setiap bank harus memiliki strategi pemasaran yang tepat untuk memasarkan produk-produknya. Salah satunya adalah Bank Muamalat KCP Rungkut Surabaya yang memiliki berbagai produk tabungan dengan keunggulan dari masing-masing produk tersebut sesuai dengan kebutuhan nasabahnya. Produk-produk yang ada pada Bank Muamalat KCP Rungkut Surabaya, diantaranya:<sup>7</sup>

1. Tabungan iB Hijrah Muamalat
2. Tabungan iB Hijrah Valas
3. Tabungan iB Hijrah Rencana
4. Tabungan iB Hijrah Haji dan Umroh
5. Tabungan iB Hijrah Prima

Dari beberapa produk tabungan yang ada pada Bank Muamalat KCP Rungkut Surabaya penulis akan mendalami produk Tabungan iB Hijrah Rencana. iB Hijrah Rencana adalah tabungan syariah dengan perencanaan di masa yang akan datang dengan sistem setoran bulanan yang bermanfaat untuk melanjutkan pendidikan, pernikahan, beribadah haji/berwisata, membayar

---

<sup>7</sup>Ibid

uang muka rumah, membeli kendaraan, berkorban saat Idul Adha, mempersiapkan pensiun/hari tua.

Tabungan ini menggunakan akad *Mudharabah Mutlaqah* yang merupakan bentuk kerja sama antara *shahibul maal* dan *mudharib* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah bisnis.<sup>8</sup> Adapun keunggulan tabungan iB Hijrah Rencana, yakni:<sup>9</sup>

1. Fleksibel. Dapat ditarik dan dimanfaatkan saldonya untuk bertransaksi setiap saat dibutuhkan
2. Aman. Tabungan iB Hijrah Muamalat Rencana telah di desain secara sistem dan prosedur sehingga keamanan dana nasabah memiliki tingkat jaminan keamanan yang lebih tinggi
3. Nyaman. Fasilitas *electronic banking* yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja yakni layanan ATM, internet banking, mobile banking, phone banking dan kartu debit
4. Kemudahan. Syarat saldo pembukaan rekening yang relatif rendah dan biaya administrasi terjangkau

Adapun jumlah nasabah tabungan iB Hijrah Rencana di Bank Muamalat KCP Rungkut Surabaya Periode 3 (Tiga) Tahun Terakhir.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup>Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 97

<sup>9</sup>Hasil wawancara dengan Cynthia Renata Sari, selaku Sub Branch Manager, pada tanggal 4 Maret 2019

<sup>10</sup>Ibid

Tabel 1.1  
Jumlah Nasabah Tabungan iB Hijrah Rencana

No	Jenis Tabungan	Jumlah Rekening/Nasabah			Jumlah
		2016	2017	2018	
1.	iB Hijrah Rencana	85	107	135	327

Sumber Data: Bank Muamalat KCP Rungkut Surabaya (2019)

Dari data tabel diatas dapat di jelaskan bahwa jumlah nasabah untuk produk tabungan iB Hijrah Rencana pada tahun 2016 dan 2017 masih sangat rendah, sedangkan pada tahun 2018 jumlah nasabah sudah mulai meningkat yakni sebanyak 135 nasabah dengan perhitungan dari RM (*relationship manager*) maupun CS (*customer service*). Bank Muamalat KCP Rungkut Surabaya menguapayakan agar di tahun yang akan datang mencapai target untuk meningkatkan jumlah nasabah di masa yang akan datang.<sup>11</sup>

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada Bank Muamalat Indonesia dalam bentuk penulisan proposal skripsi dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Hijrah Rencana Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Rungkut Surabaya”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Untuk mempermudah pemahaman terhadap permasalahan yang ada serta mempermudah pembahasan agar lebih terarah dan mendalam sesuai dengan saran maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi produk tabungan iB Hijrah Rencana pada Bank Muamalat KCP Rungkut Surabaya?

---

<sup>11</sup>Ibid

2. Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan iB Hijrah Rencana untuk meningkatkan jumlah nasabah pada Bank Muamalat KCP Rungkut Surabaya?

### **C. Tujuan Penelitian**

Pada dasarnya segala aktivitas yang termasuk dalam penelitian ini tidak terlepas dari tujuan yang ingin dicapai. Sesuai dengan permasalahannya yang diteliti atau penulis merumuskan, maka penulisan proposal skripsi ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui implementasi produk tabungan iB Hijrah Rencana pada Bank Muamalat KCP Rungkut Surabaya.
2. Untuk menganalisa strategi pemasaran produk tabungan iB Hijrah Rencana untuk meningkatkan jumlah nasabah pada Bank Muamalat KCP Rungkut Surabaya.

### **D. Manfaat Penelitian**

Berikut merupakan manfaat dari penelitian:

1. Bahwa hasil penelitian dapat dijadikan rujukan bagi upaya pengembangan ilmu dan memberikan kontribusi berupa buku bacaan perpustakaan di lingkungan Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Bahwa seluruh tahapan penelitian serta hasil; penelitian yang diperoleh dapat memperluas wawasan dan sekaligus memperoleh pengetahuan mengenai ilmu perbankan syariah yang diperoleh selama mengikuti kegiatan perkuliahan serta memberikan penjelasan mengenai analisis

strategi pemasaran produk tabungan iB Hijrah Rencana Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Rungkut Surabaya.

3. Dapat dijadikan sebagai pedoman para akademis, praktisi, tokoh-tokoh di dalam menjalankan strategi pemasaran produk tabungan iB Hijrah Rencana untuk meningkatkan jumlah nasabah.

#### **E. Penelitian Terdahulu**

Terkait dengan Proposal Skripsi yang akan di teliti oleh penyusun, ada beberapa telaah pustaka dari penelitian-penelitian sebelumnya yang telah dibuat sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan maupun pembeda bagi penelitian ini:

1. Jurnal yang ditulis oleh saudara Muhammad Wanto Fakultas Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung tahun 2014, dalam jurnalnya yang berjudul ***“Implementasi Akad Produk Tabungan Rencana di PT. Bank Syariah Mega Indonesia Gallery Cianjur”*** dari jurnal tersebut diperoleh kesimpulan mengenai strategi pemasaran, mekanisme tabungan rencana serta implementasi tabungan rencana menurut perspektif muamalah.<sup>12</sup>
2. Jurnal yang ditulis oleh saudara R. Ajeng Entarsmen dan Desy putri Pertiwi Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti Jakarta tahun 2016, dalam jurnalnya yang berjudul ***“Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan***

---

<sup>12</sup>Jurnal Muhammad Wanto, “Implementasi Akad Produk Tabungan Rencana di PT Bank Syariah Mega Indonesia Gallery Cianjur”, *Jurnal Muqtasid*, Vol. 5, No. 1 (Tahun 2014)



*Produk Tabungan iB Hasanah di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X*”, dari jurnal tersebut diperoleh kesimpulan mengenai strategi pemasaran pada produk penjualan tabungan iB hasanah di BNI Syariah, sebagai salah satu penerapan disiplin dan pengembangan karier ke depan untuk memenuhi target strategi pemasaran pada produk pendanaan.<sup>13</sup>

3. Skripsi yang ditulis oleh saudara Febriana Eka Wulandari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto tahun 2017, *“Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bumi Artha Sampang, Cilacap”*. Inti dari skripsi ini menentukan strategi pemasaran produk tabungan sudah sesuai dengan apa yang dituangkan dalam strategi pemasaran serta BPRS telah menerapkan produk tabungan yang telah ditentukan dari Fatwa DSN No. 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang tabungan yang berdasarkan prinsip mudhrabah dan wadi’ah.<sup>14</sup>
4. Skripsi yang ditulis oleh saudara Ashihat Sholihah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan tahun 2018, *“Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Produk Simpanan Idul Fitri Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Study Kasus BMT Assyafi’iyah Cabang Mesuji”*. Inti dari skripsi ini membahas pelaksanaan strategi

---

<sup>13</sup>Jurnal R. Ajeng Entaresmen dan Desy Putri Pertiwi, “Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan iB Hasanah di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X”, *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, Vol. 9, No. 1 (Tahun 2016)

<sup>14</sup>Skripsi Febriana Eka Wulandari, “Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bumi Artha Sampang, Cilacap”, (Skripsi-IAIN Purwokerto, Purwokerto, 2017)

pemasaran produk simpanan idul fitri dalam perspektif islam serta meningkatkan jumlah nasabah pada BMT Assyafi'iyah cabang mesuji.<sup>15</sup>

5. Skripsi yang ditulis oleh saudara Yulia Nur Rahmawati Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto tahun 2018, ***“Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Muamalat di PT.Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Purwokerto”***. Inti dari skripsi ini membahas bahwa BMI cabang purwokerto menentukan strategi pemasaran produk tabungan sudah sesuai dengan apa yang dituangkan dalam strategi permasaran BMI dengan menggunakan metode 7P.<sup>16</sup>

Tabel 1.2  
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti Terdahulu	Judul Penelitian Terdahulu	Penelitian Terdahulu	Penelitian Sekarang
1.	Muhammad Wanto	<i>Implementas Akad Produk Tabungan Rencana di PT. Bank Syariah Mega Indonesia Gallery Cianjur</i>	Membahas mengenai strategi pemasaran di Bank Syariah Mega dengan pembahasan strategi pemasaran, penerapan akad pada produk tabungan rencana	Peneliti membahas strategi pemasaran dengan unsur marketing mix 7P dan penerapan produk iB Hijrah Rencana di Bank Muamalat KCP Rungkut Surabaya

<sup>15</sup>Skripsi Ashihatus Sholihah, “Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Produk Simpanan Idul Fitri Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Study Kasus BMT Assyafi'iyah cabang Mesuji)”, (Skripsi--UIN Raden Intan, Lampung, 2018)

<sup>16</sup>Skripsi Yulia Nur Rahmawati, “Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Muamalat di PT.Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Purwokerto”, (Skripsi--IAIN Purwokerto, Purwokerto, 2018)

2.	R. Ajeng Entaresemen dan Desy Putri	<i>Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan iB Hasanah di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X</i>	Membahas mengenai sebagai salahsatu penerapan disiplin dan pengembangan karier ke depan untuk memenuhi target sttategi pemasaran produk pendanaan	Peneliti sekarang akan berfokus pada marketing mix yang terdapat pada bank muamalat
3.	Febriana Eka Wulandari	<i>Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bumi Artha Sampang, Cilacap</i>	Membahas tentang penerapan strategi BPRS dengan produk tabungan yang telah ditentukan pada fatwaN0.02/DSN-MUI/IV/2000 yang berdasarkan prinsip mudharabah dan wadiah	Sedangkan peneliti sekarang membahas penerapan strategi pemasaran pada produk tabungan iB Hijrah Rencana dengan akad mudharabah mutlaqqah
4.	Ashihatus Sholihah	<i>Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Produk Simpanan Idul Fitri Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Study Kasus BMT Aassyafi'yah Cabang Mesuji</i>	Peneliti ini membahas mengenai penerapan marketing mix 4P yang terdapat dalam strategi pemasaran tabungan idul fitri	Peneliti sekarang cenderung terhadap penerapan marketing mix 7P yang telah di terapkan pada bank muamalat pada tabungan iB Hijrah Rencana, guna meningkatkan jumlah nasabah

5.	Yulia Nur Rahmawati	<i>Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Muamalat di PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Purwokerto</i>	Penelitian ini berfokus langsung pada penerapan marketing mix 7P yang telah di terapkan dalam strategi pemasaran	Sedangkan peneliti sekarang berfokus pada penerapan marketing mix yang menjadi acuan dalam penjualan produk tabungan bank muamalat
----	---------------------	--	--	--

## F. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan penyusunan proposal skripsi ini maka digunakan sistematika penulisan. Penulis menggunakan acuan pedoman penulisan Karya Ilmiah standar Universitas Muhammadiyah Surabaya. Sistematika penulisan bertujuan untuk memudahkan pemahaman mengenai penelitian ini. Maka dari itu, peneliti membagi proposal skripsi ini ke dalam lima BAB. Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut:

**Bab pertama**, merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, dan sistematika pembahasan.

**Bab kedua**, merupakan pembahasan tentang landasan teori yang terdiri dari beberapa sub. Pertama pembahasan tentang strategi pemasaran, sub bab ini berisikan definisi strategi pemasaran, macam-macam strategi pemasaran, marketing mix (bauran pemasaran) dan produk tabungan iB Hijrah Rencana.

**Bab ketiga**, merupakan metode penelitian, pada metode penelitian akan dijelaskan bagaimana langkah dalam meneliti suatu objek yang akan

diteliti. Metode penelitian ini berisiskan jenis dan pendekatan penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, keabsahan data, maupun teknik analisis data pada Bank Muamalat KCP Rungkut Surabaya.

**Bab keempat**, merupakan uraian dari hasil penelitian, yang berisi paparan data dan analisa data. Dalam paparan data berisi tentang profil Bank Muamalat, visi, misi dan tujuan Bank Muamalat, struktur organisasi, produk yang tersedia di Bank Muamalat, implementasi produk tabungan iB Hijrah Rencana dan strategi pemasaran produk tabungan iB Hijrah Rencana pada Bank Muamalat KCP Rungkut Surabaya.

**Bab kelima**, merupakan bab penutup yang berisikan kesimpulan yang menjadi sumber jawaban atas pokok permasalahan yang penulis ajukan dan juga saran yang akan bermanfaat dan berguna bagi penulis khususnya dari pihak Bank Muamalat Indonesia, Dosen Pembimbing, Orang Tua, dan pihak-pihak lainnya.

