

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Konteks Penelitian

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia semakin pesat. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya jumlah lembaga keuangan syariah yang tersebar diberbagai daerah. Layanan perbankan adalah barang dan jasa yang disediakan bank untuk melengkapi kebutuhan nasabahnya. Bank menyediakan produk dan jasa dengan tujuan melayani nasabah dan pihak lain yang membutuhkan jasanya. Bank menghasilkan pendapatan dengan menyediakan layanan perbankan. Pendapatan yang diperoleh bank dari pendapatan yang dihasilkannya dari produk dan layanannya dikenal sebagai pendapatan komisi.<sup>1</sup>

Bank Islam berkembang menjadi lembaga bisnis keuangan dengan beroperasi pada prinsip-prinsip inti ekonomi Islam. Bank yang bekerja selaras dengan peraturan peraturan syariah. Bank merupakan lembaga yang dipercaya sepenuhnya oleh masyarakat untuk mengalokasikan modal dan dana secara aman.<sup>2</sup> Bank memainkan peran dominan dalam mempromosikan kegiatan ekonomi negara. Hampir seluruh industri yang terkait dengan berbagai kinerja ekonomi memerlukan jasa bank setiap saat.

Berbicara mengenai dunia perbankan, diantara strategi promosi yang ada, bank menjadikan pemasaran melalui bentuk *personal selling* sebagai langkah terpenting untuk meningkatkan jumlah nasabah, bank perlu kreatif

---

<sup>1</sup> Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), 193.

<sup>2</sup> M. Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah; dari Teori dan Praktek* (Jakarta: Gema Insani, 2001), 153.

dan memperhatikan cara menjual produknya sehingga dapat menarik minat masyarakat. Strategi jemput bola merupakan sebuah presentasi atau penyajian yang digunakan oleh penyedia jasa atau penjual produk untuk melakukan kegiatan pemasaran dengan menghubungi atau mengunjungi secara langsung calon pelanggan atau pelanggan penabung untuk mencapai tujuan yang telah disepakati sebelumnya. Sistem seperti ini diterapkan dan dilakukan hampir kesemua perusahaan dalam meningkatkan penjualannya. Strategi ini cukup efektif karena pelaku usaha dapat mendekatkan usahanya dengan pelanggan dan memudahkan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya. Metode yang digunakan berupa layanan pengiriman, penawaran menggunakan teknologi komunikasi dan langsung ke tempat kejadian.<sup>3</sup>

Layanan *Personal Selling* merupakan salah satu fasilitas yang disediakan oleh Bank Muamalat KCP Madiun untuk membantu nasabah menyimpan uang. Layanan *Personal Selling* merupakan salah satu layanan langsung yang diberikan kepada calon nasabah ini dihubungi secara persuasif dan senantiasa menjaga hubungan dengan nasabah secara baik sehingga meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun itu sendiri. Bank Muamalat KCP Madiun selalu mengusahakan segala kemampuan dan strateginya sampai pada akhirnya calon nasabah bersedia menjadi nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun. Ketika kepercayaan masyarakat sudah terjalin dengan baik, maka akan lebih mudah bagi Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun untuk memasarkan produknya

---

<sup>3</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2005), 1.

kepada masyarakat. Dengan adanya strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan jumlah anggota (nasabah) pada Bank Muamalat KCP Madiun.<sup>4</sup>

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah Produk Penghimpun Dana di Bank Muamalat KCP Madiun Tahun 2023**

No	Produk	Jumlah Nasabah
1	Tabungan iB Hijrah Haji	232
2	Tabungan iB Hijrah	631
3	Tabungan iB Hijrah Rencana	15
4	TabunganKu	97
5	Tabungan iB Hijrah Prima	28

Sumber : *Data sekunder diolah oleh peneliti pada tanggal 31 Mei 2024*

Dari tabel di atas alasan penulis memilih produk tabungan iB Hijrah Haji karena produk tersebut belum banyak peminatnya dibandingkan dengan produk tabungan iB Hijrah. Tabungan iB Hijrah Haji ini merupakan salah satu produk yang menjadi keunggulan dari Bank Muamalat KCP Madiun. Ada banyak tawaran pada produk tabungan iB Hijrah Haji yang diberikan oleh Bank Muamalat KCP Madiun. Bank Muamalat KCP Madiun memberi keringanan bagi masyarakat luas yang ingin membuka rekening tabungan haji yaitu memberikan alternatif diantaranya apabila calon nasabah ingin menabung terlebih dahulu maka dari pihak bank mengarahkan untuk membuka rekening tabungan haji dengan setoran awal menyesuaikan dari kondisi calon nasabah tersebut namun apabila calon nasabah langsung menyetorkan uang senilai Rp25.000.000,00 maka nasabah akan langsung

---

<sup>4</sup> Prian Apriyudi, "Strategi Jemput Bola dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji pada Bank Muamalat KCU Kediri," (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri, 2023), 3.

mendaftar dan mendapatkan porsi keberangkatan (RTJH langsung ke pemerintah). Selain itu, produk ini tidak dikenakan biaya karena *Autodebit* langsung online dengan SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) dengan Kementerian agama.<sup>5</sup>

**Tabel 1.2**  
**Daftar Bank Syariah di Kota Madiun yang Memiliki Produk Tabungan Haji**

No	Bank	Program
1	Bank BSI	BSI Tabungan Haji Indonesia
2	Bank Muamalat	Tabungan iB Hijrah Haji
3	Bank Jatim Syariah	Tabungan Haji Amanah
4	Bank BTN Syariah	Tabungan BTN Haji & Umroh iB

Sumber : *Data sekunder diolah oleh peneliti pada tanggal 31 Mei 2024*<sup>6</sup>

Berdasarkan tabel di atas, di Kota Madiun terdapat 4 Bank Syariah yang menyelenggarakan program Tabungan Haji terbaik. Tabungan Haji dapat digunakan untuk orang tua, dewasa, bahkan anak-anak yang berusia minimal 12 tahun dengan setoran pertama sebesar Rp100.000. Bank Muamalat Indonesia berkolaborasi dengan Bank Al-Rajhi sehingga muncul berbagai bahasa di mesin ATM seperti bahasa Indonesia, bahasa Inggris, bahasa Arab, dan bahasa lainnya. Bank Muamalat dalam mengatur keuangan dan menabung untuk naik haji para nasabahnya sudah dipercaya sejak tahun 1999.

<sup>5</sup> Bank Muamalat, "Tabungan iB Hijrah Haji," *Situs resmi bankmuamalat.co.id*, <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/tabungan/tabungan-ib-hijrah-haji> (Diakses pada tanggal 6 Juni 2024).

<sup>6</sup> Kemenag Madiun, "Informasi Haji," *Situs resmi madiun.kemenag.go.id*, <https://madiun.kemenag.go.id/tentang/informasi-haji/> (Diakses pada tanggal 5 Juni 2024).

Persaingan semakin ketat dan perusahaan harus memiliki cara sendiri untuk menghadapi persaingan tersebut. Sebagai model bank syariah murni pertama, Bank Muamalat Indonesia menghadapi persaingan yang ketat dari bank konvensional dan bank syariah lainnya. Tentunya untuk dapat bertahan, berkembang dan unggul dalam persaingan, Bank Muamalat Indonesia harus menempuh strategi yang berbeda. Strategi ini bertindak sebagai aliran informasi tentang produk yang ditawarkan kepada pelanggan, menciptakan minat pada produk yang mereka tawarkan dan menumbuhkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan

**Tabel 1.3**  
**Jumlah Nasabah Tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun Tahun 2020-2023**

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2020	158
2	2021	171
3	2022	195
4	2023	232

Sumber : *Data sekunder diolah oleh peneliti pada tanggal 31 Mei 2024*<sup>7</sup>

Pada tabel 1.2 dapat disimpulkan bahwa Bank Muamalat KCP Madiun mengalami peningkatan disetiap tahunnya terutama pada tahun 2020-2023. Peningkatan ini dikarenakan strategi yang digunakan oleh Bank Muamalat KCP Madiun yaitu metode *Personal Selling*. Pada saat pandemi covid-19 tahun 2020-2021 masih dilakukan akan tetapi adanya *physical distancing* sesuai dengan ketentuan pemerintah dan masyarakat mengurangi

---

<sup>7</sup> Fahira Setia Arinda, Staff Customer Service Bank Muamalat KCP Madiun, wawancara oleh penulis pada tanggal 31 Mei 2024.

aktivitas dan lebih banyak diam di rumah, maka dalam melakukan promosi juga menggunakan media *online* yaitu menggunakan instagram, whatsapp, facebook dan juga website. Dengan layanan *Personal Selling* ini juga memudahkan pihak *Marketing Funding* Bank Muamalat KCP Madiun dalam mengenalkan produk tabungan iB Hijrah Haji, karena lebih efisien waktu, biaya, dan tenaga. Calon nasabah juga banyak yang tertarik dengan adanya strategi *personal selling* ini karena dapat mengetahui kelebihan dari produk yang ditawarkan secara terperinci, sebab pada saat pelaksanaan jemput bola nasabah dapat menanyakan secara langsung kepada pihak yang melayani.

Bank Muamalat KCP Madiun selama ini telah melakukan promosi dengan strategi *Personal Selling* di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Mustaqim Basyari Kota Madiun. Kemudian promosi melalui agen travel dengan memposting penawaran melalui *website* agen travel tersebut. Selain itu juga promosi di Pondok Pesantren yang ada di sekitar Kota Madiun seperti, Ponpes Al-Fattah Temboro, Yayasan Bina Insani Muslim Madiun, Madiun Qur'an Center, dan lain-lain. Orang yang menjadi target di Ponpes tersebut adalah para kyai, ustadz, dan ustadzahnya. Tim bisnis juga melakukan promosi di kelompok pengajian keagamaan yang ada di Madiun. Adapun kelompok pengajiannya antara lain seperti jamaah Muslimat NU, kelompok Aisyah, kelompok Al-Hidayah, dan lain-lain, yang menjadi sasaran adalah ustadz dan para jamaahnya.<sup>8</sup>

Berdasarkan paparan yang telah dijelaskan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait dengan strategi pemasaran

---

<sup>8</sup> Nurdiani Galuh Permatasari, Wawancara, 31 Juli 2024

*Personal Selling* pada produk tabungan iB Hijrah Haji yang telah diterapkan oleh Bank Muamalat KCP Madiun. Peneliti menggunakan tolak ukur beberapa indikator dalam *personal selling*, yakni *prospecting*, prapendekatan, pendekatan, presentasi produk, dan menangani keberatan. Oleh sebab itu, peneliti mengambil judul “Penerapan Strategi *Personal Selling* pada Produk Tabungan iB Hijrah Haji untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi pada Nasabah Tabungan Haji Bank Muamalat KCP Madiun).”

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka yang menjadi fokus penelitian ini yaitu:

- a. Bagaimana strategi *personal selling* pada produk tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Madiun?
- b. Bagaimana penerapan strategi *personal selling* pada produk tabungan iB Hijrah Haji untuk meningkatkan jumlah nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun?

## **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Untuk mengetahui bagaimana strategi *personal selling* pada produk tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Madiun.
- b. Untuk mengetahui penerapan strategi *personal selling* pada produk tabungan iB Hijrah Haji untuk meningkatkan jumlah nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun.

## **D. Kegunaan Penelitian**

### a. Kegunaan Teoritis

- 1) Dapat dimanfaatkan oleh lembaga akademik baik dosen maupun mahasiswa sebagai informasi dan referensi pembelajaran dalam bidang keuangan (khususnya perbankan syariah)
- 2) Memberikan kontribusi keilmuan sehingga dapat dijadikan referensi bagi para penulis di masa yang akan datang

### b. Kegunaan Praktis

#### 1) Bagi Penulis

- a) Menambah wawasan tentang bank syariah di Indonesia
- b) Mempraktikkan teori tentang perbankan syariah yang telah dipelajari
- c) Menambah pengalaman dan sarana latihan dalam memecahkan masalah-masalah yang ada di masyarakat sebelum terjun ke dalam dunia kerja yang sebenarnya

#### 2) Bagi Lembaga Pendidikan (IAIN Kediri)

Sebagai sarana untuk menjembatani hubungan antara bank syariah khususnya Bank Muamalat KCP Madiun dengan penyelenggara jurusan untuk kerja sama lebih lanjut.

#### 3) Bagi Bank Muamalat KCP Madiun

- a) Memberikan masukan melalui saran dan kritik yang bermanfaat
- b) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat dalam menentukan langkah selanjutnya ke arah yang lebih baik, khususnya sebagai bahan evaluasi atas kinerja bank

syariah selama ini dalam menghadapi kompetisi dalam dunia perbankan nasional

4) Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai sarana pijakan untuk melaksanakan penelitian lebih lanjut dengan memperluas penelitian dari sisi yang berbeda.

5) Bagi Masyarakat

Memberi informasi bagi nasabah mengenai tabungan haji.

### **E. Penelitian Terdahulu**

- a. Strategi Jemput Bola dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji pada Bank Muamalat KCU Kediri oleh Prian Apriyudi (2023), mahasiswa IAIN Kediri.

Penelitian ini fokus pada bagaimana strategi jemput bola pada tabungan haji Bank Muamalat KCU Kediri dan bagaimana strategi jemput bola dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji Bank Muamalat KCU Kediri. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan diskriptif. Dalam pengumpulan data, penelitian menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah strategi jemput bola yang dilakukan oleh Bank Muamalat KCU Kediri pada produk simpanan umum tabungan haji yakni relationship bisnis terjun langsung untuk mendatangi para nasabah dan calon nasabah dengan memberikann pelayanan yang baik dan memuaskan serta melakukan pelayanan tepat waktu sesuai dengan janji yang di buat setiap harinya.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada permasalahan yang diteliti. Permasalahan yang diteliti adalah strategi jemput bola pada bank syariah. Sedangkan perbedaan penelitian terletak pada subjek penelitian. Subjek penelitian pada penelitian ini adalah kalangan muda, sedangkan subjek penelitian yang digunakan oleh penelitian sebelumnya adalah semua nasabah bank Muamalat KCU Kediri.

- b. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Nasabah pada Produk Tabungan Haji di Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri oleh Ainaya Afatikha (2021), mahasiswi UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

Penelitian ini fokus pada strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk Tabungan Ib Hijrah Haji di Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan asosiatif. Metode dari pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dokumentasi serta mempelajari berbagai dokumen yang terkait dengan topik yang diteliti. Hasil dari penelitian ini adalah pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan Bank Muamalat KCU Kediri adalah dengan promosi, periklanan dan membuat konten. Bank Muamalat juga menerapkan jemput bola yaitu mendatangi nasabah dengan waktu yang telah ditentukan. Dengan melakukan hal tersebut banyak masyarakat yang akhirnya mengetahui tentang Bank Syariah dan akad yang digunakan dalam setiap transaksinya.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada produk yang dipilih untuk diteliti yaitu produk tabungan haji. Sedangkan perbedaan penelitian terletak pada permasalahan yang diteliti. Permasalahan yang diteliti pada penelitian ini adalah mengenai strategi jemput bola produk tabungan haji, sedangkan permasalahan yang diteliti pada penelitian sebelumnya adalah mengenai strategi pemasaran produk tabungan haji.

- c. Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Hijrah Haji pada Bank Muamalat KCP Ponorogo di Masa Pandemi Covid-19 oleh Halimah Rakhmayani (2021), mahasiswi IAIN Ponorogo.

Penelitian ini fokus pada model pemasaran produk tabungan iB Hijrah Haji pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo di masa pandemi covid-19. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu cara kerja penelitian yang menekankan pada aspek mendalam data demi mendapatkan kualitas dari hasil penelitian. Sedangkan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan model pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk tabungan iB Hijrah Haji pada masa pandemi covid-19 bauran pemasaran/marketing. Pada bauran pemasaran (marketing mix) yang terdiri dari 4P yaitu strategi Product, Price, Place, Promotion. Strategi pemasaran yang diterapkan bank Muamalat yaitu dengan media online, brosur, mengikuti event sekolah, bekerja samadengan pihak eksternal program ujah porsi haji,

menawarkan kepada nasabah secara personal yang dilakukan oleh SDM Muamalat.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada produk yang dipilih untuk diteliti yaitu produk tabungan haji. Selain itu persamaannya juga terletak pada objek penelitian yaitu di Bank Muamalat Indonesia. Sedangkan perbedaan penelitian terletak pada permasalahan yang diteliti. Permasalahan yang diteliti pada penelitian ini adalah mengenai strategi jemput bola produk tabungan iB Hijrah Haji, sedangkan permasalahan yang diteliti pada penelitian sebelumnya adalah strategi pemasaran produk tabungan iB Hijrah Haji.

- d. Efektivitas Strategi Pemasaran Jemput Bola dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi pada Produk Tabungan Pelajar Qolam di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lantabur Tebuireng Jombang) oleh Khusnul Khotimah (2023), mahasiswi IAIN Kediri.

Penelitian ini fokus pada strategi pemasaran jemput bola pada produk tabungan pelajar (Qolam), serta efektivitas strategi jemput bola pada produk tabungan pelajar (Qolam) dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Lantabur Tebuireng Jombang. Jenis penelitian yang digunakan yaitu studi kasus, dengan pendekatan penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah strategi pemasaran pada produk tabungan pelajar (Qolam) dilakukan dengan mempromosikan secara langsung kepada calon nasabah, dan melakukan layanan jemput bola jika sudah menjadi nasabah di BPRS Lantabur Tebuireng Jombang.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada variabel yang digunakan yaitu strategi jemput bola. Sedangkan perbedaan penelitian terletak pada objek yang diteliti. Objek yang diteliti pada penelitian ini adalah Bank Muamalat KCP Madiun. Sedangkan objek yang diteliti pada penelitian sebelumnya adalah BPRS Lantabur Jombang.

- e. Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji pada Bank BRI Syariah KC Fatmawati Jakarta Selatan oleh Ahmad Zorda Akmal (2021), mahasiswi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Penelitian ini fokus pada strategi pemasaran pada produk Tabungan Haji BRI Syariah KC Fatmawati dan hambatan apa yang dialami. Jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif dan metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara dan observasi dalam pengumpulan data. Hasil dari penelitian ini adalah pemasaran yang diterapkan oleh Bank BRI Syariah KC Fatmawati Jakarta Selatan dalam memasarkan produk Tabungan Haji mereka berjalan dengan baik, hal ini disebabkan adanya penerapan beberapa strategi yang dilakukan, yang mana strategi tersebut berupa *strategi canvassing, door to door, strategi internet marketing, strategi event marketing* dan pemanfaatan SDM secara maksimal.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada produk bank syariah yang diteliti, yaitu produk tabungan haji. Sedangkan perbedaan penelitian terletak pada objek yang digunakan untuk penelitian. Objek yang diteliti pada penelitian ini adalah Bank

Muamalat KCP Madiun, sedangkan objek yang diteliti pada penelitian sebelumnya adalah Bank BRI Syariah KC Fatmawati Jakarta Selatan.