

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Sebagian besar masyarakat di Indonesia beragama Islam dan tentunya setiap umat muslim memiliki keinginan untuk menunaikan ibadah haji. Sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji, Bab 1 Pasal 1 menyebutkan bahwa Haji merupakan rukun Islam yang kelima, wajib bagi setiap muslim yang mampu menunaikannya. Biaya haji yang meningkat setiap tahun dapat menghadirkan tantangan bagi banyak calon jamaah haji. Usulan Kementerian Agama terkait biaya haji menjadi sorotan banyak pihak belakangan ini. Biaya Perjalanan Ibadah Haji (Bipih) diproyeksikan meningkat menjadi Rp 69 juta pada 2023 dibandingkan tahun 2022 yang hanya Rp 39 juta.<sup>1</sup>

Maka dari itu, selain dana yang cukup diperlukan literasi dan perencanaan keuangan sudah matang untuk memenuhi salah satu rukun Islam tersebut. Untuk itu, beberapa perbankan di Indonesia yang kemudian membuat produk berupa Tabungan Haji yang bertujuan untuk memudahkan umat Islam Indonesia dalam menabung serta melakukan perencanaan keuangan dengan matang untuk keberangkatan haji. Dalam hal ini maka strategi pemasaran menjadi hal penting untuk memasarkan produk.

---

<sup>1</sup> Kementerian Agama RI. (2023). *Kemenag Usul Rerata Bipih Rp69 Juta per Jamaah Haji, Ini Alasannya*. <https://Haji.Kemenag.Go.Id/v4/Kemenag-Usul-Rerata-Bipih-Rp69-Juta-Jamaah-Haji-Ini-Alasannya>. Diakses pada tanggal 18 Maret 2023 pukul 19:08 WIB

Karena adanya persaingan antar bank maka PT. Bank BJB Syariah Kantor Cabang Pembantu Ciamis yang memiliki produk tabungan haji dituntut untuk melakukan proses pemasaran yang dapat menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank. Pemasaran yang di jalankan harus menerapkan suatu strategi yang tepat dalam rangka menarik masyarakat untuk menjadi nasabah dan mempertahankan nasabah yang sudah ada. Perbankan merupakan perusahaan yang menawarkan produk dan jasa. Maka penerapan pemasaran yang diterapkan haruslah yang tepat yaitu penerapan *Marketing Mix* pada produk tabungan haji.

Hasil penelitian menemukan bahwa strategi pemasaran pada PT. Bank BJB Syariah Kantor Cabang Pembantu Ciamis menerapkan bauran pemasaran menggunakan 7P yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), *Physical evidence* (Bukti fisik), dan *Process* (Proses) yang berpengaruh terhadap perkembangan produk tabungan haji karena dari satu kesatuan strategi 7P tersebut memiliki kesinambungan dalam meningkatkan perkembangan produk tabungan haji.

Atas dasar penuturan di atas penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai Penerapan *Marketing Mix* pada PT. Bank BJB Syariah Kantor Cabang Pembantu Ciamis sehingga produk yang ditawarkan bisa lebih diminati nasabah. Dari latar belakang di atas, penulis tertarik untuk membahas mengenai **“PENERAPAN *MARKETING MIX* PADA PRODUK TABUNGAN HAJI IB MASLAHAH DI PT. BANK BJB SYARIAH KANTOR CABANG PEMBANTU CIAMIS”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang, untuk mempermudah menyelesaikan permasalahan yang menjadi dasar dalam penelitian ini, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan *Marketing Mix* pada produk Tabungan Haji iB Masalah di PT. Bank BJB Syariah Kantor Cabang Pembantu Ciamis
2. Apa kendala-kendala yang dihadapi dalam penerapan *Marketing Mix* pada produk Tabungan Haji iB Masalah di PT. Bank BJB Syariah Kantor Cabang Pembantu Ciamis
3. Bagaimana solusi atas kendala pada penerapan *Marketing Mix* pada produk Tabungan Haji iB Masalah di PT. Bank BJB Syariah Kantor Cabang Pembantu Ciamis

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Penerapan *Marketing Mix* pada produk Tabungan Haji iB Masalah di PT. Bank BJB Syariah Kantor Cabang Pembantu Ciamis
2. Kendala-kendala yang dihadapi dalam penerapan *Marketing Mix* pada produk Tabungan Haji iB Masalah di PT. Bank BJB Syariah Kantor Cabang Pembantu Ciamis
3. Solusi atas kendala pada penerapan *Marketing Mix* pada produk Tabungan Haji iB Masalah di PT. Bank BJB Syariah Kantor Cabang Pembantu Ciamis

#### 1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan kebijakan jurusan dalam penentuan pelaksanaan program magang Jurusan Perbankan dan Keuangan, maka waktu dan tempat pelaksanaan magang adalah sebagai berikut: Adapun kegunaan berdasarkan hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut :

##### 1. Kegunaan Teoritis/Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat dan dapat menambah ilmu pengetahuan mengenai tabungan haji khususnya mengenai penerapan *Marketing Mix* pada produk Tabungan Haji iB Masalah di PT. Bank BJB Syariah Kantor Cabang Pembantu Ciamis.

##### 2. Kegunaan Praktis

###### 1) Bagi Penulis

Untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Jurusan D3 Perbankan dan Keuangan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi Tasikmalaya dan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan pengalaman khususnya pada bidang keuangan. Serta agar dapat belajar untuk mengaplikasikan teori yang didapat selama di bangku perkuliahan.

###### 2) Bagi Lembaga Pendidikan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan informasi, referensi, dan tambahan sumber pustaka bagi Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi, khususnya Jurusan D-3 Perbankan dan Keuangan.

### 3) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh perusahaan sebagai bahan informasi dan untuk meningkatkan keuntungan (*profit*).

### 4) Bagi Masyarakat

Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan sebagai bahan referensi serta dapat menambah wawasan bagi yang membacanya.

## 1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam rangka penyusunan tugas akhir ini penulis melakukan penelitian pada PT. Bank BJB Syariah Kantor Cabang Pembantu Ciamis yang bertempat di Jalan Letnan Samudji No.45 Kelurahan Ciamis, Kecamatan Ciamis, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat. Adapun waktu yang dibutuhkan untuk penyusunan tugas akhir yaitu dimulai dari tanggal 19 Desember 2022 sampai dengan 27 Januari 2023.

Tabel 1.1 Matriks Waktu Pembuatan Tugas Akhir

No	Jenis Kegiatan	Target Waktu Penelitian																			
		Desember				Januari				Februari				Maret				April			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Praktek Kerja																				
2	Pengumpulan Data																				
3	Pengolahan Data																				
4	Bimbingan																				
5	Sidang Tugas Akhir																				

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2023