

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Tabungan haji adalah produk keuangan yang dirancang khusus untuk membantu umat Islam dalam merencanakan dan mengumpulkan dana yang diperlukan untuk menunaikan ibadah haji. Produk ini memungkinkan nasabah untuk menabung secara bertahap, sehingga biaya haji yang besar dapat diakumulasi secara lebih terencana dan tidak memberatkan. Selain itu, tabungan haji seringkali menawarkan berbagai keuntungan tambahan seperti asuransi jiwa dan kecelakaan, kemudahan dalam proses administrasi, serta bebas biaya administrasi.¹ (Julaeha, S., & Gultom, M. S. 2024).

Berdasarkan Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia (LPSKI) yang diterbitkan OJK (2023) menyatakan bahwa Sektor perbankan syariah di Indonesia terus mengalami pertumbuhan, dimana tahun 2023 aset industri keuangan perbankan syariah (diluar kapitalisasi saham syariah) telah mencapai Rp2.582,25 triliun atau tumbuh positif sebesar 9,04% (yoy). Ketahanan dan kinerja positif institusi jasa keuangan (IJK) syariah juga diakui dan diapresiasi secara global. Peringkat Indonesia dalam Islamic Finance Development Indicator (IFDI) 2023 dapat terus dipertahankan pada peringkat ke-3.²

¹ Khair, M. S., Ruslan, I., & Yulia, Y. (2023). Efektivitas strategi pemasaran produk tabungan haji indonesia (Bank Syariah Indonesia) kcp nianga pongoh. *Qusqazah*, 2(1), hal 27-39.

² Otoritas Jasa Keuangan (2023). Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2023

Lembaga-lembaga keuangan syariah di Indonesia berusaha keras untuk menyediakan produk dan layanan yang sesuai dengan standar syariah Islam. Salah satu contohnya adalah instrumen tabungan haji. Produk ini berfungsi sebagai instrumen tabungan sekaligus investasi yang aman dan menguntungkan. Sistem kehati-hatian yang tinggi dalam kegiatan investasi dan usahanya memberikan rasa aman dan menguntungkan bagi nasabah.³

Data dari Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (Siskohat) menunjukkan peningkatan substansial dalam jumlah nasabah yang menggunakan layanan tabungan haji yang disediakan oleh lembaga keuangan syariah dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat memiliki tingkat kepercayaan dan ketertarikan yang tinggi terhadap 3 faktor, termasuk transparansi, keamanan, dan kemudahan akses yang ditawarkan oleh bank syariah dalam pengelolaan dana haji.⁴

Tabel 1.1 Data Nasabah Haji

Bulan	Tahun	Nasabah Haji
Sept - Agustus	2019 - 2020	542.617
Sept - Agustus	2020 - 2021	302.456
Sept - Agustus	2021 - 2022	292.197
Sept - Agustus	2022 - 2023	316.998
Sept - Agustus	2023 - 2024	364.191

Sumber: *Siskohat Kementerian Agama Republik Indonesia*

<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/laporan-perkembangan-keuangan-syariah-indonesia/Pages/Laporan-Perkembangan-Kuangan-Syariah-Indonesia-2023.aspx>

³ Kurnialis, S., Uliya, Z., Aulasiska, M., & Nizam, M. S. (2022). Perkembangan Perbankan Syariah Di Negara Muslim. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(2), hal 109-119.

⁴ <https://haji.kemenag.go.id/sidb/admin/index.php?page=profil&nav=4> diakses pada Senin, 23 september 2024 pukul 23.02 WIB

Tabungan Haji Muda Indonesia adalah produk tabungan haji yang ditawarkan secara aktif oleh Bank Syariah Indonesia (BSI), salah satu bank syariah yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Produk ini dirancang khusus untuk membantu generasi muda menyiapkan uang untuk menunaikan ibadah haji semasa muda. Dengan adanya skema diskon haji bagi generasi muda berusia 17 tahun ke bawah, BSI berharap dapat mempersingkat waktu tunggu keberangkatan haji dan memastikan pelanggan menyelesaikan ibadah haji dalam kondisi kesehatan terbaik.⁵ Selain manfaat finansial, tabungan haji juga memberikan manfaat spiritual dan sosial bagi nasabah. Menabung untuk ibadah haji merupakan salah satu bentuk persiapan spiritual yang menguatkan niat dan kesungguhan dalam menjalankan salah satu kewajiban agama. Dalam konteks sosial, program tabungan haji juga dapat mempererat hubungan antara bank syariah dan nasabah, serta mendorong masyarakat untuk lebih aktif dalam kegiatan keagamaan dan sosial.

Produk tabungan haji di perbankan syariah di Indonesia tidak hanya membantu masyarakat dalam merencanakan dan mempersiapkan keberangkatan haji, namun juga menjadi salah satu instrumen yang mendorong kemajuan keuangan dan ekonomi syariah di Indonesia. Berdasarkan minat masyarakat yang terus meningkat terhadap produk ini, maka lembaga-lembaga keuangan syariah

⁵ Yeni, I., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2023). Strategi Pemasaran Tabungan Haji Di Bank Syariah Indonesia. *Holistic Journal of Management Research*, 8(1), hal 57-68.

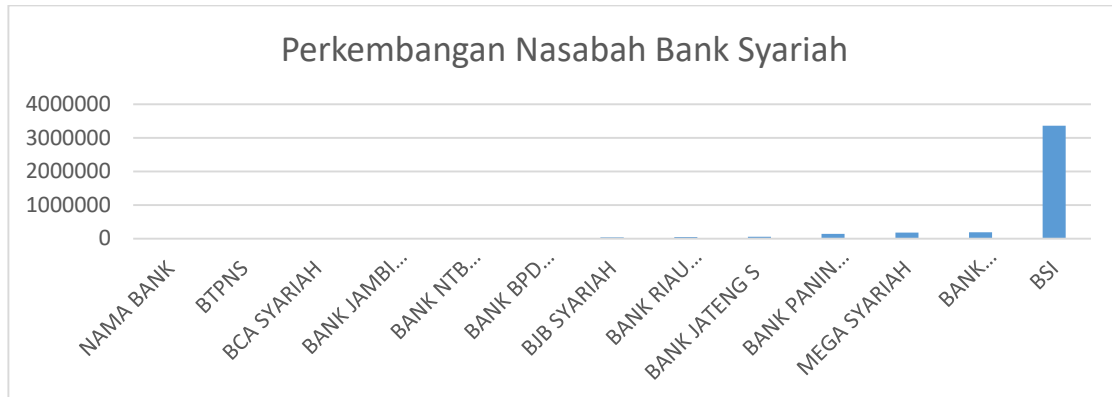
akan terus meningkatkan kualitas layanannya dan berinovasi untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.⁶

Tabungan haji bermanfaat bagi konsumen dalam rangka administrasi pendaftaran haji. Tabungan ini dirancang untuk memudahkan nasabah dalam mengatur perjalanan ibadah haji dan melakukan pendaftaran secara online ke Kementerian Agama melalui Siskohat. Dalam rangka menyediakan berbagai layanan yang sesuai dengan syariah dalam hal akad dan operasionalnya, bank syariah yang merupakan lembaga keuangan berusaha menghimpun dana masyarakat dari individu yang ingin naik haji.⁷ Tabungan haji di lembaga syariah merupakan sebuah layanan yang dirancang untuk memfasilitasi ibadah haji. Tabungan haji ini memungkinkan individu untuk menabung dan mempersiapkan keberangkatan haji mereka. Penyelenggaraan tabungan, investasi, dan pelayanan haji berpedoman pada prinsip-prinsip syariah dalam tabungan haji.⁸

⁶ <https://haji.kemenag.go.id/sidb/admin/> diakses pada tanggal 23 september 2024 pukul 23.16 WIB

⁷ Daulay, A. N. (2017). Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Perkembangan Produk Tabungan Haji Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Human Falah*, 4(1), hal 105-136.

⁸ Nizar, M. (2022). Awareness: Dana Haji Berkeadilan dan Berkelanjutan. *Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), hal 160-179.



Gambar 1.1 Perkembangan Nasabah Bank Syariah

Sumber: <https://haji.kemenag.go.id/sidb/admin/>

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa telah terjadi peningkatan yang signifikan pada jumlah yang menggunakan layanan perbankan syariah. Terjadi peningkatan jumlah konsumen perbankan syariah pada tahun 2024, yang menunjukkan minat masyarakat yang semakin tinggi terhadap layanan keuangan berbasis prinsip syariah⁹ Produk perbankan syariah menjadi semakin populer seiring dengan meningkatnya permintaan masyarakat akan layanan perbankan syariah. Kepedulian masyarakat terhadap agama, khususnya agama Islam, menjadi salah satu faktor yang memotivasi individu untuk beralih ke lembaga syariah.¹⁰

Berdasarkan kinerja Bank Syariah Indonesia di April 2024 menunjukkan bahwa jumlah nasabah tabungan haji di BSI telah mencapai 5,1juta. BSI menargetkan jumlah nasabah tabungan haji hingga mencapai 5,9 juta rekening di tahun 2024, dan target ini hampir memenuhi ekspektasi BSI. Bertepatan dengan

⁹ <https://www.kemenag.go.id/tag/2023> diakses pada Senin, 24 september 2024 pukul 23.25 Wib

¹⁰ Sutan Remy Sjahdeini, S. H. (2018). Perbankan Syariah: Produk-produk dan aspek-aspek hukumnya. Kencana. Hal 2-6

periode pelaksanaan ibadah haji, Direktur Sales and Distribution BSI Anton Sukarna turut mengimbau para jamaah untuk melakukan transaksi secara cashless, seperti menggunakan kartu BSI Debit Mabruur/Debit Haji, sehingga lebih aman dan mudah dalam bertransaksi selama ibadah haji. BSI menawarkan berbagai program menarik melalui penggunaan BSI Debit Mabruur/Debit Haji mulai dari gratis biaya tarik tunai di ATM berlogo Visa di Arab Saudi tiga kali per bulan hingga memberikan 0,1 persen untuk donasi dari setiap transaksi nasabah di merchant *food and beverages*.¹¹

Persiapan finansial sangat penting ketika menunaikan ibadah haji. Pasalnya, untuk pergi ke tempat suci memerlukan biaya yang tidak sedikit, termasuk biaya transportasi dan akomodasi. Oleh karena itu, sangat penting untuk memulai proses perencanaan dan pendanaan sejak usia muda, dan memulai proses pengumpulan dana untuk naik haji. Penting untuk memahami manajemen keuangan, yang mencakup perumusan anggaran dan menghindari pengeluaran yang tidak penting. Pengelolaan keuangan yang efektif dapat membantu Anda untuk mengumpulkan dana dengan lebih efisien, sehingga dapat memfasilitasi aspirasi Anda untuk menunaikan ibadah haji. Selain perencanaan keuangan, Anda juga harus mempertimbangkan persiapan mental dan fisik. Ibadah haji meliputi perjalanan jauh dan aktivitas di tempat ramai, sehingga diperlukan kebugaran jasmani yang baik. Selain itu, sangat penting untuk mempersiapkan mental untuk

¹¹ <https://money.kompas.com/read/2024/06/03/212509326/hingga-april-2024-jumlah-nasabah-tabungan-haji-bsi-tembus-51-juta> Diakses 31 Oktober 2024

menghadapi tantangan dan rintangan yang berpotensi muncul selama ibadah haji.¹²

Jemaah haji adalah segmen penting dari komunitas religius Indonesia, negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia. Ibadah haji merupakan keinginan ribuan umat Muslim di Indonesia setiap tahunnya. Namun, kuota haji yang terbatas mengakibatkan waktu tunggu yang cukup lama bagi calon jemaah haji. Oleh karena itu, persiapan yang matang, termasuk dalam aspek finansial, Haji adalah tujuan bagi setiap muslim di seluruh dunia dan merupakan salah satu rukun Islam yang kelima¹³, Namun, tingginya biaya haji dan terbatasnya kuota haji yang ditetapkan oleh pemerintah sering kali menjadi kendala bagi sebagian besar umat Islam untuk mewujudkan impian tersebut. Dalam konteks ini, produk tabungan haji dari bank-bank syariah di Indonesia menjadi alternatif yang menarik bagi masyarakat.¹⁴

Ibadah haji menghadapi kesulitan yang cukup besar karena kekurangan dana. Meskipun banyak orang yang ingin menunaikan ibadah haji, namun dana yang tidak mencukupi menjadi penghalang bagi mereka. Selain itu, pembatasan ketat telah diberlakukan pada jumlah jamaah haji, dan orang-orang yang terdaftar untuk haji tahun ini akan dilarang meninggalkan negara ini sampai mereka

¹² Nisa, R. K. (2020). Urgensi Sosialisasi Pendaftaran Ibadah Haji Usia Muda Sebagai Upaya Pemerintah Menghadapi Waiting List Haji Di Indonesia. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah*, 5(1), hal 75-86.

¹³ Nisa, R. K. (2020). Urgensi Sosialisasi Pendaftaran Ibadah Haji Usia Muda Sebagai Upaya Pemerintah Menghadapi Waiting List Haji Di Indonesia. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah*, 5(1), hal 75-86.

¹⁴ Widiyanti, W. (2022). Mekanisme Produk Tabungan Tasbeeh Haji IB Pada Bank Sumsel Babel Syariah Capem UIN RF Palembang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 2(1), hal 197-206.

mencapai usia 15 tahun atau lebih. Karena sulitnya mengumpulkan dana, Anda bisa mempertimbangkan untuk mendaftar haji dalam beberapa tahun ke depan.¹⁵

Dewan Syariah Nasional memberikan kesempatan kepada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) untuk memenuhi kebutuhan masyarakat melalui berbagai produk, termasuk Tabungan Haji yang dirancang untuk mempersiapkan perjalanan ibadah haji. Menanggapi hal tersebut di atas, Bank Syariah Indonesia secara konsisten menawarkan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat. Bank Syariah Indonesia menyediakan pilihan tabungan yang unik bagi masyarakat, yaitu Tabungan Haji Indonesia dan Tabungan Haji Muda. Hal ini dilakukan untuk menjawab kebutuhan masyarakat yang ingin menunaikan ibadah haji. Prosesi ibadah haji di Indonesia memiliki sejarah yang panjang. Pada tahun 2024, total kuota haji Indonesia mencapai 241.000 jemaah, yang terdiri dari 213.320 jemaah haji reguler dan 27.680 jemaah haji khusus, ditambah 20.000 kuota tambahan, di mana 10.000 di antaranya dialokasikan untuk haji plus atau furoda.

Pemerintah Arab Saudi telah menetapkan kuota haji tahunan sebanyak 241.000 jemaah dari Indonesia. Masa tunggu haji di Indonesia tergantung pada provinsi dan tahun keberangkatan karena antrian dan kuota ini. Saat ini, rata-rata daftar tunggu haji di Indonesia berkisar antara 10 hingga 39 tahun. Kalimantan Selatan memiliki daftar tunggu terpanjang pada tahun 2024, dengan rata-rata waktu

¹⁵ Sinaga, A., Alam, A. P., Arkan, F., & Hasibuan, S. W. (2020). Analisis Pembiayaan Dana Talangan Haji untuk Biaya Perjalan Ibadah Haji. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, vol 1(1), hal 228-244.

tunggu 39 tahun. Sulawesi Utara memiliki daftar tunggu paling ringan, dengan rata-rata waktu tunggu 17 tahun. Daftar tunggu haji dipengaruhi oleh tiga faktor: kuota yang ditetapkan oleh pemerintah Arab Saudi, jumlah peminat, dan usia peminat.¹⁶

Situasi di Indonesia cukup memprihatinkan karena panjangnya antrian jemaah haji. Sejumlah besar umat Muslim lanjut usia tidak dapat bertahan dalam penundaan yang lama dan meninggal dunia sebelum menyelesaikan ibadah haji. Muhajir Effendi, Menteri Koordinator Pembangunan Manusia dan Kebudayaan, mengatakan kematian jemaah haji selama ibadah haji akan terus meningkat karena waktu tunggu yang lama membuat banyak jemaah menjadi tua dan menimbulkan risiko kesehatan yang lebih besar¹⁷. Program Haji Indonesia (PHI) didirikan oleh Kementerian Agama Republik Indonesia pada tahun 2018 sebagai tanggapan atas isu perpanjangan masa tunggu haji. Tujuan dari inisiatif ini adalah untuk memfasilitasi ibadah haji bagi penduduk yang lebih muda pada usia yang lebih dini. Meskipun angka terbaru untuk tahun 2024 belum dapat diakses, inisiatif seperti PHI memiliki kapasitas untuk mengurangi masa tunggu bagi calon jemaah haji di Indonesia yang ingin menunaikan ibadah haji.

Tujuan mendasar dari program yang dikenal sebagai PHI adalah untuk memberikan kesempatan kepada masyarakat Indonesia, terutama generasi muda,

¹⁶ <https://kemenag.go.id/kolom/haji-cukup-sekali-menuju-kebijakan-haji-yang-adil-dan-merata-ZRYks> diakses pada Senin, 23 September 2024 pukul 23.35 Wib

¹⁷ Syahrudin, S. (2022). Pembatasan Usia Pemberangkatan Jemaah Haji Maksimal 65 Tahun Dampaknya Bagi Umat Islam di Kota Bima. *Unram Journal of Community Service*, 3(1), hal 30-34.

untuk menunaikan ibadah haji di usia yang lebih muda. Program ini bertujuan untuk mengurangi masa tunggu haji dan memungkinkan lebih banyak orang untuk berpartisipasi dalam ibadah haji.¹⁸

Program Tabungan Haji Muda Indonesia (THMI) merupakan inisiatif yang dikembangkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI). Inisiatif ini secara khusus dirancang untuk memfasilitasi pendaftaran, persiapan keuangan, dan jaminan dana haji bagi generasi muda yang ingin menunaikan ibadah haji. Prosedur pendaftaran haji difasilitasi oleh THMI BSI, yang juga menangani dokumen dan persyaratan yang diperlukan oleh calon jamaah haji usia muda. Tabungan Haji Muda Indonesia (THMI) di Bank Syariah Indonesia (BSI) menawarkan berbagai pilihan produk tabungan haji dengan fitur dan manfaat menarik yang dirancang untuk membantu calon jamaah haji muda mencapai target dana mereka dengan aman dan nyaman.

Pemasaran produk ini berfokus pada edukasi dan peningkatan kesadaran calon jamaah tentang keamanan simpanan mereka, karena dana di THMI BSI dilindungi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). Keamanan ini menjadi salah satu keunggulan utama dalam strategi pemasaran, yang diperkuat dengan promosi melalui media digital dan pendekatan personal, menjadikan Tabungan Haji Muda Indonesia BSI pilihan yang aman dan terpercaya bagi generasi muda yang ingin merencanakan ibadah haji. Pemasaran merupakan komponen penting dari keberhasilan suatu produk atau jasa di pasar,

¹⁸ <https://kemenag.go.id/> diakses pada Senin, 23 September 2024 pukul 23.45 Wib

dinamika pasar telah mengalami perubahan yang signifikan karena globalisasi dan digitalisasi yang cepat. Bisnis bersaing tidak hanya pada kualitas produk mereka tetapi juga pada strategi promosi mereka yang ditujukan kepada konsumen. Pemasaran tidak lagi hanya berfungsi untuk memperkenalkan produk, tetapi juga untuk menciptakan hubungan jangka panjang dengan konsumen, yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas dan nilai pelanggan.¹⁹

Perubahan perilaku konsumen, meningkatnya persaingan, dan perkembangan teknologi telah mendorong perusahaan untuk terus berinovasi dalam strategi pemasaran mereka. Pemasaran digital, misalnya, telah menjadi bagian integral dari strategi pemasaran modern, mengingat penetrasi internet yang semakin tinggi dan penggunaan media sosial yang masif. Hal ini menciptakan tantangan baru bagi perusahaan untuk memanfaatkan saluran-saluran digital secara efektif agar dapat mencapai target pasar yang tepat.

Kegiatan pemasaran secara konsisten diterapkan di semua bisnis, terlepas dari apakah bisnis tersebut berorientasi pada keuntungan atau tidak.²⁰ Pemasaran sangat penting untuk memenuhi permintaan dan preferensi konsumen akan suatu produk atau jasa. Seiring dengan semakin banyaknya individu yang menyadari relevansi pemasaran, maka kepentingannya pun terus meningkat. Selain itu,

¹⁹ Asep Deni, M. M., Yuliana, S. E., Purnamasari, L. M., Ak, M., Ismed Batubara, S. H., Fatmawati, E. R.,... & Sugiharti, S. E. (2024). Manajemen pemasaran internasional. CV Rey Media Grafika. hal 43-52

²⁰ Alidha, M., Sari, A. P., Sopiattunnisa, R., Azzahra, A., & Nurhalizah, L. (2024). Analisis Dampak Digitalisasi Layanan Perbankan terhadap Loyalitas Nasabah di Era Revolusi Industri 4.0. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, vol 2 no (3). Hal 203-216

pemasaran dilakukan untuk bersaing dengan kompetitor yang terkadang melakukan ekspansi. konsep pemasaran yang berfokus pada kepuasan pelanggan dan penciptaan nilai tambah semakin mendapatkan perhatian. Di tengah persaingan yang ketat, perusahaan perlu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan secara mendalam untuk menawarkan produk dan layanan yang tidak hanya memenuhi harapan, tetapi juga melebihi ekspektasi. Akibatnya, disiplin riset pemasaran berkembang, dengan penekanan yang lebih tinggi pada pengembangan strategi pemasaran yang menghasilkan hasil setinggi mungkin.²¹

Pemasaran memainkan fungsi yang sama pentingnya di sektor keuangan Islam. Strategi pemasaran yang berbeda diperlukan untuk produk syariah, seperti tabungan haji. Hal ini disebabkan oleh atribut khusus dari produk syariah, yang diharuskan untuk mematuhi prinsip-prinsip syariah, serta meningkatnya skeptisisme dari segmen pasar muslim mengenai produk keuangan. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan dalam industri ini untuk menetapkan pemasaran yang secara efektif mempromosikan manfaat produk sekaligus mendidik klien tentang konsep yang digambarkan dalam Syariah.²²

Ranah pemasaran sering kali terkait dengan promosi yang menarik, tetapi tidak selalu ada kepastian bahwa produk yang ditawarkan memenuhi semua janji

²¹ Ilmi, M., & Zulkarnain, C. A. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Pt Garuda Indonesia (Persero) Tbk. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi (JIMEA)*, 1(1), hal 66-73

²² Zunaidi, A., & Trisnasari, V. (2021). Peran Srategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Amanah iB Ditinjau Dari Marketing Mix 4P:(Studi Kasus Pada BPRS Kota Mojokerto Cabang Jombang). *MUAMALATUNA*, 13 no(2), hal 23-43.

yang diberikan. Dalam dunia perdagangan, manajemen pemasaran Islam harus menunjukkan bahwa ia beroperasi tanpa penipuan. Hal ini menjadi bukti bahwa manajemen pemasaran Islam harus diteladani. Karena faktanya, pemasaran Islam adalah bentuk pemasaran yang paling maju, khususnya pemasaran spiritual, yang secara ketat mematuhi standar etika, nilai, dan norma.²³ Perbedaan antara pemasaran produk bank dan bentuk pemasaran lainnya hanya terletak pada karakteristik layanan yang ditawarkan, karena bank menyediakan layanan dan bukan komoditas berwujud. Namun demikian, nasabah mungkin menemukan penawaran yang halus atau abstrak. Dengan adanya perbedaan ini, maka sangat penting untuk menerapkan pendekatan pemasaran yang tepat, terutama untuk produk simpanan.²⁴

Satu-satunya faktor yang membedakan pemasaran produk bank dengan bentuk pemasaran lainnya adalah karakteristik yang melekat pada produk itu sendiri, yaitu bahwa komoditas yang ditransaksikan oleh bank adalah jasa bukan barang fisik. Oleh karena itu, produk yang dijual sebagian tidak berwujud atau tidak terlihat secara fisik, namun tetap dapat dirasakan oleh pembeli. Penerapan rencana pemasaran yang tepat, khususnya untuk produk simpanan, sangat penting karena perbedaan mendasar ini.²²

²³ Khair, M. S., Ruslan, I., & Yulia, Y. (2023). Efektivitas Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Indonesia di Bsi (Bank Syariah Indonesia) Kcp Nanga Pingoh. *Qusqazah*, 2 no(1), hal 27-39.

²⁴ Muhaeni, S. N., Apsari, P. I., Yusron, M., & Setiyowati, A. (2022). Analisis penerapan strategi pemasaran produk tabungan easy wadiah. *Musyarakah: Journal of Sharia Economic (MJSE)*, vol 2 no(1), hal 29-42.

Pemasaran merupakan inti dari aktivitas bisnis yang memainkan peran strategis dalam menghubungkan produk atau layanan dengan konsumen. Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, pemasaran tidak hanya berfungsi untuk menarik perhatian konsumen, tetapi juga membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang yang berkelanjutan. Perusahaan-perusahaan modern harus memahami bahwa pemasaran bukan lagi sekadar aktivitas operasional, tetapi merupakan elemen kunci yang menentukan keberhasilan atau kegagalan suatu produk di pasar.

Dari uraian latar belakang masalah, maka penulis tertarik untuk melakukan lebih lanjut dalam bentuk penelitian yang berjudul “**Analisis Pemasaran Produk Tabungan Haji Muda Indonesia pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Bogor Kota Wisata**” guna memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana bank dapat meningkatkan pemasaran, menarik minat nasabah muda, dan memaksimalkan potensi pertumbuhan produk tabungan haji yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pembahasan latar belakang sebelumnya, dikatakan identifikasi pada masalah penelitian ini adalah :

1. Minimnya Pengetahuan Masyarakat yang ditandai dengan banyak calon nasabah yang tidak memahami manfaat dan fitur dari produk tabungan haji muda.
2. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pemasaran dari segi tabungan haji muda yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Bogor Kota Wisata.

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada wilayah operasional Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Bogor Kota Wisata. Fokus penelitian adalah pada Analisis Pemasaran yang diterapkan di cabang tersebut yang hanya berfokus pada produk Tabungan Haji Muda yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Pemasaran yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Bogor Kota Wisata dalam mempromosikan produk Tabungan Haji Muda?
2. Bagaimana Analisis Pemasaran produk tabungan haji muda pada bank syariah yang diterapkan Bank Syariah Indonesia KCP Bogor Kota Wisata?

1.5 Tujuan Masalah

Adapun tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk Menganalisis pemasaran yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Bogor Kota Wisata dalam mempromosikan produk Tabungan Haji Muda.
2. Untuk Mengidentifikasi kendala dan tantangan yang dihadapi oleh BSI dalam memasarkan produk Tabungan Haji Muda serta cara-cara yang dilakukan untuk mengatasinya.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya merencanakan haji sejak usia muda dan memberikan informasi yang lebih jelas tentang manfaat Tabungan Haji Muda yang ditawarkan oleh BSI.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kemajuan ilmu pemasaran syariah, khususnya dalam ranah perbankan syariah dan produk tabungan haji.

1.7 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan narasi deskriptif di mana penulis menggambarkan bagian tesis dan hubungannya dengan bagian-bagian tersebut, dimulai dengan bab pendahuluan dan diakhiri dengan bab penutup.

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan terdiri dari sistematika pembahasan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, fokus penelitian, dan latar belakang.

BAB II LANDASAN TEORI

Menjelaskan tentang pemasaran tabungan haji usia muda, hambatan dan tantangan yang dihadapi oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Bogor Kota Wisata dalam memasarkan produk tabungan haji.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Menjelaskan tentang metode penelitian, wawancara, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, dan tahap-tahap penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan atau pertanyaan dalam penelitian ini, sehingga dapat memperoleh hasil yang dapat dipercaya dan akurat.

BAB IV HASIL DARI PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Temuan hasil analisis dan pembahasan yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini, khususnya data-data mengenai pemasaran produk tabungan haji dengan menggunakan teori-teori pemasaran yang

relevan, serta hasil penelitian dari pembahasan yang menguraikan tentang gambaran umum objek penelitian yaitu Bank Syariah Indonesia.

BAB V PENUTUP

Sebagai penutup, penulis memberikan kesimpulan dan rekomendasi.