

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank syariah adalah suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan prinsip syariah, sedangkan prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam yang dalam kegiatan perbankan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa dibidang syariah.

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 kredit dan bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Dari pasal tersebut dapat disimpulkan bahwa sistem hukum perbankan di Indonesia bank sebagai *intermediary* bagi masyarakat yang surplus dana dan masyarakat yang kekurangan dana.

Perkembangan lembaga keuangan saat ini telah mengalami banyak perubahan. Setiap lembaga keuangan dihadapkan dengan masalah mengenai pemasaran, maka dari itu dapat merumuskan rencana usaha pemasaran yang efektif, perusahaan perlu mendapatkan sejauh mungkin segala sesuatu mengenai pesaingnya. Perusahaan harus terus menerus membandingkan produk, harga, saluran dan promosi miliknya dengan milik pesaingnya. Dengan cara ini perusahaan akan dapat menemukan kekurangan atau keunggulan kompetitif yang ada, dan dapat melakukan kampanye yang kuat terhadap pesaing dan juga perlu dapat menyiapkan pertahanan yang kuat

terhadap aksi pesaing.¹ Oleh karena itu, diperlukan suatu usaha pemasaran untuk meningkatkan jumlah anggota yaitu dengan mengukur kemampuan perusahaan dalam memasarkan produk dan layanan pada pelanggan, sebagai cara untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap perkembangan lembaga.

Haji merupakan kewajiban yang mesti dipenuhi oleh umat Islam yang mampu, baik dari segi *financial*, maupun fisik. Haji merupakan ibadah yang memerlukan pengorbanan keduanya. Dia termasuk rukun Islam yang kelima, yang wajib ditunaikan oleh setiap umat muslim yang mampu menjalankannya. Karena haji kewajiban yang mesti dipenuhi oleh manusia yang beriman dalam rangka memenuhi panggilan Allah SWT.

Ibadah haji adalah rukun Islam kelima setelah syahadat, shalat, zakat dan puasa yang wajib dilaksanakan oleh setiap orang Islam yang memenuhi syarat, baik secara *financial*, fisik, maupun mental dan merupakan ibadah yang hanya wajib dilakukan sekali seumur hidup. Ibadah haji adalah bentuk ritual tahunan yang dilaksanakan kaum muslim sedunia dengan berkunjung dan melaksanakan beberapa kegiatan di beberapa tempat di Arab Saudi pada suatu waktu yang dikenal sebagai musim haji. Hal ini berbeda dengan ibadah umrah yang bisa dilaksanakan sewaktu-waktu.

Untuk menunjang pelaksanaan pemberangkatan dari tanah air dan pelaksanaan ibadah haji dan umrah di Arab Saudi, pemerintah bahkan telah membuat berbagai macam kebijakan dan aturan petunjuk operasional pelaksanaan pengurusan jamaah di daerah-daerah. Undang-undang No.

¹ Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung : CV. Yrama Widya), h. 241

13/2008 bahkan mengatur secara tegas manajemen pelayanan dan administrasi pelaksanaan ibadah haji di tanah air. Meskipun bukan merupakan ibadah yang sederhana, sebagaimana kita sudah biasa mendengar gabungan dua kata yaitu “ ibadah haji ”. Bahkan secara otomatis, pikiran kita menerawang menuju ke kota makkah. Ibadah haji juga dapat diartikan sebagai aktivitas berkunjung ke rumah Allah SWT (*Baitullah*) untuk melakukan thawaf, sa’i, wukuf di arafah, dan amalan yang lainnya dalam waktu dan tempat tertentu. Sanggup mengadakan perjalanan berarti menyangkut kesanggupan fisik, materi, maupun rohani. Ketiganya merupakan syarat yang harus dipenuhi oleh seorang muslim yang hendak melaksanakan ibadah haji. Bila syarat tersebut belum terpenuhi, maka gugurlah kewajiban untuk menunaikannya.

Indonesia merupakan negara berpenduduk muslim terbesar di dunia yang hampir 85% tersebar dari sabang sampai merauke, oleh karena itu merupakan salah satu modal utama kenapa banyak bank-bank konvensional membuka unit usaha syariah ataupun membuka bank syariah yang terlepas dari induk usahanya. Selain itu bank-bank syariah berlomba-lomba membuat berbagai macam produk tabungan di antaranya produk tabungan haji dan umrah karena semakin meningkatnya kesadaran masyarakat melaksanakan ibadah haji dan umrah. Karena banyaknya bank yang melihat peluang itu kemudian berlomba-lomba membuat produk tabungan yang sama sehingga persaingan semakin ketat maka diperlukan usaha pemasaran yang khusus untuk menarik minat nasabah.

Promosi dapat menarik nasabah dengan cara bank memasarkan produknya. Kegiatan pemasaran dilakukan bank menjadi sarana untuk memperkenalkan produk yang dimiliki kepada nasabah sehingga nasabah mengenal lebih jauh produk-produk yang ditawarkan oleh bank. Keberhasilan suatu bank dalam mencapai tujuan itu sangat ditentukan oleh keberhasilan usaha pemasaran dari produk yang dihasilkannya. Keberhasilan ini ditentukan oleh ketepatan produk yang dihasilkannya dalam memberikan kepuasan dari sasaran nasabah yang ditentukannya.²

Pemasaran tidak hanya mengenai bagaimana memasarkan produk agar laku terjual. Hal itu hanyalah sebagian kecil dari kegiatan pemasaran. Pemasaran meliputi perumusan jenis produk, seberapa besar tinggi harga yang seharusnya ditetapkan terhadap produk tersebut, bagaimana cara promosi untuk mengkomunikasikan produk tersebut kepada nasabah, serta bagaimana mengatasi kondisi persaingan yang dihadapi perusahaan dan sebagainya.³

Pesatnya perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia membuat persaingannya semakin ketat. Berbagai macam produk syariah ditawarkan masing-masing lembaga keuangan syariah dengan berbagai keunggulan, baik dari segi penghimpunan dana maupun penyaluran dana kepada masyarakat.

² Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2007), h. 1

³ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: BPF, 2001), h. 183

Table 1.1

Perkembangan Nasabah Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah

No.	Tahun	Jumlah
1	2012	12
2	2013	20
3	2014	38
4	2015	41
5	2016	65
	Jumlah	176

Sumber : Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padang

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa perkembangan nasabah tabungan iB muamalat haji dan umrah mengalami peningkatan. Karena Bank Muamalat Indonesia Cabang Padang melakukan persentase dan mempromosikan produk tabungan iB muamalat haji dan umrah kemasyarakat, nasabah yang akan membuka rekening juga akan di beri souvenir oleh Bank Muamalat Indonesia Cabang Padang.

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padang merupakan lembaga keuangan pertama berbasis syariah yang hadir di Kota Cabang Padang dengan surat izin BI No. 5/2003/BPS yang dikeluarkan pada tanggal 01 Mei tahun 2003, yang memiliki fungsi sama dengan lembaga lainnya yaitu menghimpun dana dari masyarakat yang berupa tabungan dan deposito yang selanjutnya dana tersebut disalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan. Adapun kredit tersebut disalurkan melalui pembiayaan baik berupa barang maupun uang.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung masyarakat pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Padang yaitu faktor pelayanan dan

prasarana, faktor pelayanan karyawan, faktor produk syariah, dan faktor promosi.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk membahas mengenai strategi pemasaran, maka terpilih judul **“Usaha Pemasaran Produk Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padang”**.

B. Rumusan Masalah dan Batasan Masalah

1. Rumusan Masalah

Bertitik tolak dari latar belakang masalah yang dipaparkan di atas, dan untuk mengarahkan tugas akhir pada sasaran yang diinginkan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

Bagaimana usaha pemasaran produk tabungan iB muamalat haji dan umrah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padang ?

2. Batasan Masalah

Berhubungan dengan keterbatasan waktu dan tenaga maka penulis membatasi permasalahan pada satu produk saja yaitu produk tabungan iB muamalat haji dan umrah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padang dan usaha pemasaran pada produk tabungan iB muamalat haji dan umrah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padang.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui usaha pemasaran produk tabungan iB muamalat haji dan umrah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padang.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penulisan tugas akhir ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar Ahli Madya (A.Md) program Diploma III Manajemen Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Imam Bonjol Padang.

2. Bagi Akademik

Berguna sebagai informasi dan masukan untuk penelitian yang akan datang yang membahas topik permasalahan yang sama seta menambah wawasan tentang teori pemasaran.

3. Bagi Instansi

Sebagai bahan evaluasi kinerja lembaga keuangan syariah pada umumnya, dan diharapkan dapat memberi motivasi terhadap PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padang agar selalu berkembang.

E. Penjelasan Judul

Untuk menghilangkan keraguan dan kesalahpahaman terhadap judul pada tugas akhir ini, maka diperlukan penjelasan judul sebagai berikut:

- Usaha : Upaya atau kegiatan dengan menggerakkan tenaga dan pikiran usaha tertentu.⁴
- Pemasaran : Usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabahnya terhadap produk dan jasa.⁵
- Produk : Sesuatu, baik berupa barang maupun jasa yang ditawarkan ke konsumen agar diperhatikan, dan dibeli oleh konsumen.⁶
- Tabungan : Simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan *cek/bilyet giro*, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.⁷
- Haji : Berkunjung ke Baitullah (Ka'bah) untuk melakukan beberapa amalan antara lain: wukuf, thawaf, sa'i dan amalan lainnya pada masa tertentu, demi memenuhi panggilan Allah SWT dan mengharapkan ridha-Nya.⁸
- Umrah : Berkunjung ke Baitullah, untuk melakukan thawaf, sa'i dan bercukur demi mengharapkan ridha Allah SWT.⁹
- BMI : Salah satu lembaga keuangan yang bergerak dalam bidang penghimpunan dana dalam bentuk tabungan dan deposito kemudian menyalurkan dana tersebut dalam bentuk pembiayaan berdasarkan prinsip syariah.¹⁰

⁴ Windi Novita, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Kashiko Publisher)

⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2008), Cet-3, h. 53

⁶ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2006), h. 174

⁷ Panduan Sketma Transaksi Berdasarkan Akad-Akad Syariah Bank Muamalat Indonesia.

⁸ Departemen Agama RI, *Bimbingan Minasik Haji*, (Jakarta: Direktorat Jederal penyelenggaraan haji dan umrah, 2006), h. 7

⁹ *Ibid.*

¹⁰ Portal Bank Muamalat Indonesia

Maksud dari judul secara keseluruhan adalah usaha pemasaran produk tabungan iB muamalat haji dan umrah di PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Padang adalah suatu usaha pemasaran yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah yang ingin berkunjung ke baitullah (ka'bah) pada masa tertentu demi memenuhi panggilan Allah SWT dan mengharapkan ridho-Nya.

F. Metode Penelitian

1. Sumber Data

a. Data Primer

Merupakan data yang berasal dari sumber asli. Data primer tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file. Data ini harus dicari melalui nara sumber atau dalam istilah teknisnya sering disebut dengan responden, yaitu orang-orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang dapat kita jadikan sarana untuk mendapatkan informasi atau data. Data primer dari penelitian ini adalah data yang diambil dari PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padang.

b. Data Sekunder

Merupakan data yang sudah tersedia sehingga kita hanya mencari dan mengumpulkan. Untuk mendapatkan data sekunder peneliti mempelajari, mencatat dan mengutip dari buku-buku yang ada di perpustakaan yang berhubungan dengan penelitian, dengan membaca literatur, makalah maupun surat kabar dan mencari informasi dari pihak lain yang ada hubungan dengan masalah yang dibahas.

2. Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab dengan karyawan dan *marketing funding* tabungan iB muamalat haji dan umrah di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padang.

b. Dokumentasi

Pengambilan data secara dokumentasi dilakukan melalui arsip-arsip, catatan-catatan, pendapat-pendapat serta brosur-brosur yang berhubungan dengan penelitian ini di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padang.

3. Teknik Analisa Data

Jenis teknik analisa data yang digunakan adalah deskriptif, yakni menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir ini terdiri dari beberapa bab. Pada masing-masing bab terdapat sub-sub bab yang saling berhubungan.

Bab I : Mengemukakan tentang latar belakang, rumusan masalah dan batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penjelasan judul, metode penelitian dan sistematika penulisan.

- Bab II : Pengertian pemasaran, tujuan pemasaran, konsep-konsep pemasaran, bauran pemasaran, segmentasi pemasaran, pengertian tabungan, jenis-jenis tabungan, tujuan dan manfaat tabungan, pengertian haji, hukum, syarat dan rukun haji, pengertian umrah, syarat dan rukun umrah.
- Bab III : Menguraikan tentang gambaran umum BMI yang meliputi sejarah berdirinya PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padang, visi dan misi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padang, fungsi dan tujuan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padang, struktur organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padang, tugas dan wewenang, produk-produk yang terdapat pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padang.
- Bab IV : Inti penulisan tugas akhir yang berisikan pemasaran produk tabungan iB muamalat haji dan umrah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padang, dan usaha pemasaran produk tabungan iB muamalat haji dan umrah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padang,
- Bab V : Kesimpulan dan Saran.