

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perbankan sebagai salah satu lembaga keuangan yang mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan suatu negara, apabila negara yang berkembang seperti Indonesia. Peran strategis bank tersebut terutama disebabkan oleh fungsi utama bank sebagai lembaga keuangan yang dapat menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat secara efektif dan efisien. Dengan berperan sebagai perantara antara pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana, sehingga dana tersebut diharapkan dapat memberikan kemanfaatan yang besar bagi masyarakat, serta diberi kebebasan memilih antara bank syariah atau bank konvensional. Bagi mereka yang mempunyai kekhawatiran adanya bunga bank (*ribai*) maka bank syariah bisa menjadi alternatif yang lebih inovatif sebagai sarana peminjaman modal ataupun menginvestasikan dana. (Sudarso, 2005, hlm. 82)

Bank syariah dalam menjalankan bisnisnya harus dengan asas *ridha iyyah* (suka sama suka) ialah bahwa transaksi ekonomi bentuk apapun yang dilakukan perbankan dengan pihak lain terutama nasabah didasarkan atas prinsip suka sama suka – rela sama rela yang bersifat hakiki. Asas *ridha iyyah* yang berdasarkan pada Al-Qur'an surah An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”*

Dalam artian ini bisa ditafsirkan bahwasanya bank syariah dalam melaksanakan tugasnya tidak boleh menyeleweng dari ajaran islam (batil) namun harus selalu tolong menolong demi menciptakan suatu kesejahteraan.(Agama RI, 2012, hlm. 84)

Lembaga keuangan sudah merupakan mitra dalam rangka memenuhi semua kebutuhan keuangan masyarakat. Begitu pentingnya dunia perbankan ini sehingga ada anggapan bahwa bank merupakan nyawa untuk menggerakkan roda perekonomian suatu negara. Anggapan ini tentu tidak salah, karena fungsi bank sebagai lembaga keuangan.(kasmir, 2016, hlm. 1)

Kegiatan perekonomian di Indonesia saat ini khususnya pada sektor perbankan telah berkembang sangat pesat, hal itu dibuktikan dengan adanya persaingan yang begitu ketat. Oleh karena itu dibutuhkan kegiatan pemasaran untuk menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu yang semakin meningkat. Para pesaing akan semakin gencar melakukan usaha pemasaran dalam rangka memasarkan produknya. Karena dari aktivitas pemasaran tersebut diharapkan bank bisa memperoleh keuntungan.

Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Hanya saja sebagian pelaku

pemasaran tidak atau belum mengerti ilmu pemasaran, tetapi sebenarnya mereka telah melakukan usaha-usaha pemasaran. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk dan jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Dalam melakukan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut hati konsumen terutama untuk produk yang baru diluncurkan. Sedangkan dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis. (Kasmir, 2005a, hlm. 59–60)

Menurut Jack Trout merumuskan bahwa inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia semakin kompetitif, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai suatu kata yang sederhana di kepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar pasar dengan menjadi yang terbaik. (Hasan, 2007, hlm. 29)

Pemasaran berhubungan dan berkaitan dengan suatu proses mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat. Kotler memberikan definisi bahwa strategi pemasaran sebagai suatu seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Secara umum pemasaran dapat diartikan sebagai suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari

pelanggan dalam rangka memberikan kepuasan yang optimal kepada pelanggan.(Rianto, 2012, hlm. 6)

Adapun pokok kualitas yaitu kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan produk, baik keistimewaan langsung maupun keistimewaan atraktif (berdaya tarik) yang memenuhi keinginan pelanggan dan dengan demikian memberikan kepuasan atas penggunaan produk itu. Kualitas terdiri dari segala sesuatu yang bebas dari kekurangan dan kerusakan.(Gaspresz, 2003, hlm. 5)

Kualitas produk menurut Garvin dalam Evi Asmayadi adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen atau nasabah. Kualitas produk sebagai salah satu pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Persaingan yang semakin ketat yang ada sekarang ini perusahaan diuntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan yang mampu mempunyai nilai yang lebih, sehingga berbeda dari produk pesaingnya.(Sof'an & Supriyadi, 2016, hlm. 259)

Ibadah haji merupakan rukun islam yang kelima, diwajibkan bagi umat islam yang mampu untuk mengadakan perjalanan ke Baitullah. Negara Indonesia yang mayoritasnya beragama islam membawa pengaruh besar terhadap banyaknya jumlah jamaah haji yang siap diberangkatkan ke Baitullah. Setiap tahunnya jumlah jamaah haji yang mendaftar selalu melebihi kuota pemberangkatan, banyaknya kaum muslim yang ingin memenuhi kewajibannya mengunjungi Baitullah membuat lembaga keuangan syariah tertarik untuk

menyediakan beragam produk dan layanan jasa mengenai pemberangkatan ibadah Haji.(Abdi, 2018)

Produk Pembiayaan Ibadah Haji (PPIH) diterapkan dalam salah satu kegiatan bisnis dari Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS) dengan maksud membantu memudahkan bagi para nasabah untuk menjalankan ibadah Haji. Tabungan Haji pada PT. BRI Syariah KC Banjarmasin merupakan sebuah produk simpanan yang menggunakan akad *Muḍarabah Mu ṭ laqah* (akad bagi hasil) yang sesuai dengan dengan prinsip syariah. Produk ini memiliki fungsi khusus sebagai tabungan bagi calon haji untuk memenuhi kebutuhan dan pembayaran biaya perjalanan haji. Jika nasabah ingin mengambil porsi nantinya, maka saldo minimal yang ada d rekening adalah Rp 25.100.000,-. Atau tergantung dengan besar biaya pengambilan porsi kedepannya.(BRI Syariah, 2018)

Pembiayaan pengurusan ibadah Haji dilaksanakan guna memenuhi pangsa pasar yang sedang berkembang. Selain itu Ibadah Haji mengandung lebih sedikit resiko dan memberikan keuntungan yang lebih baik jika dibandingkan dengan produk-produk pembiayaan yang lain. Hal ini dikarenakan keuntungan yang diperoleh pihak Bank Rakyat Indonesia Syariah berasal dari *Fee Base Income* (upah) atas sewa yang diberikan kepada nasabahnya. Namun demikian, tentunya produk PPIH masih terdapat beberapa yang mewarnainya baik dari prosedur/alur hingga penerapannya, terutama mengenai alur atau sistematika Pembiayaan Pengurusan Ibadah Haji yang mana terkadang masih ada beberapa nasabah yang masih kebingungan dengan sistematika PPIH tersebut.

Dari berbagai bank syariah yang ada, salah satunya adalah PT. BRI Syariah KC Banjarmasin yang masih harus lebih gencar lagi dalam memasarkan produknya terutama pada tabungan Haji. Oleh karena itu perlu adanya strategi yang lebih menarik agar nasabah mempercayakan layanan ibadah hajinya di Bank BRI Syariah KC Banjarmasin. Dalam hal ini PT. BRI Syariah KC Banjarmasin lebih mengutamakan kualitas produknya yaitu sudah memiliki asuransi syariahnya serta nasabah tidak dikenakan biaya administrasi, sehingga dari berbagai produk yang tersedia di PT. BRI Syariah KC Banjarmasin produk Tabungan Haji menjadi salah satu produk unggulan yang banyak diminati oleh mayoritas penduduk Banjarmasin. Melihat dengan banyaknya penduduk Banjarmasin yang mayoritasnya beragama Muslim, maka tidak heran produk Tabungan Haji ini banyak peminatnya.

Tabungan Haji pada PT. BRI Syariah KC Banjarmasin merupakan salah satu produk unggulan, yang cukup menjadi tumpuan anak perusahaan Bank BRI ini. Untuk mempromosikan Tabungan Haji, PT. BRI Syariah KC Banjarmasin termasuk salah satu bank syariah yang sangat aktif. Dengan demikian, PT. BRI Syariah KC Banjarmasin selalu melakukan sosialisasi, *open table* rutin di berbagai lokasi strategis dan lain sebagainya. PT. BRI Syariah KC Banjarmasin juga terus bekerjasama dengan travel Haji dan Umrah terpercaya untuk mengeluarkan produk yang bisa diterima masyarakat

Dana Haji ini mempunyai nilai FAEDAH yang besar untuk menggerakkan perekonomian Islam, bila pengelolaannya (keuangan) dialihkan ke perbankan syariah, bisa makin mempercepat pertumbuhan (perbankan syariah). Posisi

pencapaian di tahun 2018 sudah sebesar 80 persen di bandingkan pada tahun 2017 hanya mencapai 60 persen.

Tabungan Haji BRI Syariah selain berfaedah untuk tabungan pergi Haji juga bisa sebagai tabungan umrah. BRI Syariah memudahkan nasabah memilih kebutuhan masing-masing, jika memang sudah mencapai nilai untuk mendapatkan porsi Haji, nasabah akan didaftarkan ke Kemenag RI dan mendapat nomor porsi Haji.

Pihak PT. BRI Syariah KC Banjarmasin optimis melalui usaha dan kinerja untuk Tabungan Haji tersebut mampu mendorong pertumbuhan penghimpunan dana pihak ketiga BRI Syariah. Dengan demikian sebagai bank syariah ritel modern terkemuka di Indonesia, PT. BRI Syariah KC. Banjarmasin semakin menciptakan kenyamanan loyalty bagi masyarakat luas dan berkembang di kancah perbankan syariah di Indonesia serta layanan lainnya dapat tumbuh dengan baik.

Di tahun 2018, PT. BRI Syariah KC Banjarmasin menargetkan perolehan laba dapat tumbuh 100–125% dibanding perolehan laba tahun 2017 dengan target pertumbuhan asset 16–18%, penyaluran pembiayaan 18–20% serta penghimpunan DPK 7–8%.

Untuk mencapai target tersebut PT. BRI Syariah KC Banjarmasin akan fokus dalam penyaluran pembiayaan di segmen retail khususnya konsumen, serta kerjasama dengan induk PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.

PT. BRI Syariah KC Banjarmasin terus merespon keinginan nasabahnya akan layanan digital yang serba cepat, PT. BRI Syariah KC Banjarmasin juga

terus mengembangkan teknologi informasi untuk penguatan digital banking demi memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada nasabah. Hal itu dilakukan dengan peningkatan produk yang sudah ada melalui layanan integrasi dari internet banking BRIS dan mobile banking andalan BRISyariah yang diberi nama BRIS Online.

Namun, PT. BRI Syariah KC Banjarmasin masih belum mampu bersaing dengan Bank Syariah lain contohnya seperti Bank Mandiri Syariah.

Berdasarkan yang penulis dapat pada website (Quiserto, 2018) Bank Mandiri Syariah lebih unggul dibandingkan Bank BRI Syariah, padahal Bank BRI Syariah dalam kualitas produknya lebih unggul dibandingkan Bank Mandiri Syariah.

Dengan demikian, berdasarkan uraian tersebut penyusun tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai bagaimana PT. BRI Syariah KC Banjarmasin dalam mempraktekkan strategi pemasaran produk Tabungan Haji. Maka melalui laporan Tugas Akhir ini penyusun mengambil judul: **“Strategi Pemasaran dengan Meningkatkan Kualitas Produk Tabungan Haji di PT. BRI Syariah KC Banjarmasin”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang diatas maka terdapat masalah pokok yang akan dibahas dalam skripsi ini yaitu:



1. Bagaimana strategi pemasaran dalam upaya peningkatan kualitas produk Tabungan Haji pada PT. BRI Syariah KC Banjarmasin ?
2. Apa saja kendala-kendala yang dihadapi oleh PT. BRI Syariah KC Banjarmasin dalam memasarkan produk untuk memperoleh nasabahnya?

### **C. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui bagaimana strategi pemasaran dalam upaya peningkatan kualitas produk Tabungan Haji pada PT. BRI Syariah KC Banjarmasin.
2. Mengetahui apa saja kendala-kendala yang dihadapi oleh PT. BRI Syariah KC Banjarmasin dalam memasarkan produk untuk memperoleh nasabah.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah dalam pengembangan ilmu manajemen sebagai tambahan pengetahuan dalam bidang pemasaran produk dan operasional bank syariah khususnya mengenai pengembangan kualitas produk.

## 2. Secara praktis

### a. Bagi PT. BRI Syariah KC Banjarmasin

Penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi pengembangan kualitas produk pada PT. BRI Syariah KC Banjarmasin dalam meningkatkan kualitas produknya agar mampu bersaing secara profesional dengan perbankan lain.

### b. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat dan peneliti lainnya sebagai rujukan dalam menambah wawasan tentang Lembaga Keuangan Islam dan prinsip syariah Islam melalui produk Bank Syariah.

## **E. Definisi Operasional**

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman terhadap judul diatas, maka perlu adanya batasan istilah agar lebih terarahnya penelitian ini.

### 1. Strategi

Strategi adalah rencana cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.(Pendidikan & Kebudayaan, 1990, hlm. 859)

Jadi strategi yang dimaksud disini adalah cara atau metode yang digunakan bank dalam melaksanakan kegiatan bank.

### 2. Pemasaran

Pemasaran adalah perihal menyebarluaskan ke tengah-tengah masyarakat.(Pendidikan & Kebudayaan, 1990, hlm. 785) Jadi pemasaran yang penulis maksud disini adalah rancangan untuk mencapai tujuan suatu perusahaan dengan melakukan pengembangan keunggulan bersaing lewat pasar yang dimasuki dan program yang digunakan untuk melayani pasar sarannya.

### 3. Meningkatkan Kualitas Produk

Meningkatan adalah menaikkan (derajat, taraf, dsb); mempertinggi; memperhebat (produksi dsb).(Pendidikan & Kebudayaan, 1990, hlm. 546) Kualitas atau mutu adalah tingkat baik buruknya atau taraf atau derajat sesuatu.(Pendidikan & Kebudayaan, 1990, hlm. 467) Produk adalah barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi itu.(Pendidikan & Kebudayaan, 1990, hlm. 701)

Jadi peningkatan yang penulis maksud disini adalah tindakan dari proses dan aktivitas manajemen yang diambil BRI Syariah Cabang Banjarmasin guna meningkatkan produk dalam menghadapi

persaingan untuk pelanggan melalui peningkatan efektivitas (ketepatangunaan, menunjang tujuan) dan efisiensi (ketepatan, penghematan produk jasa dan layanan bank syariahnya. Adapun maksud dari kualitas disini yaitu kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan produk, baik keistimewaan langsung maupun keistimewaan atraktif (berdaya tarik) yang memenuhi keinginan pelanggan dan dengan demikian memberikan kepuasan atas penggunaan produk itu. Kualitas Produk terdiri dari segala sesuatu yang bebas dari kekurangan dan kerusakan.

#### **F. Penelitian Terdahulu**

Berdasarkan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah pada penelitian ini, maka terdapat beberapa penelitian yang perlu diminati untuk mendukung materi dalam skripsi ini berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu. Adapun penelitian yang dimaksud yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Indra Al-Syarif jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin yang berjudul “Strategi Bank BRI Syariah Cabang Banjarmasin dalam Memperoleh Nasabah Produk Tabungan Haji”. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang bersifat kualitatif adapun perbedaan penelitian Muhammad Indra Al-Syarif mengkaji strategi untuk memperoleh nasabah untuk menabung atau menyetorkan

uangnya sebagai ongkos naik haji sedangkan penulis lebih kepada strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan kualitas di Bank BRI Syariah KC Banjarmasin serta lebih kepada peningkatan kualitas produknya dalam menghadapi persaingan dengan bank-bank lainnya.

2. Nazaruddin Arif, NIM. 1001160249, mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin, Jurusan Perbankan Syariah, maju tahun 2015, berjudul: Minat Nasabah Bank Kalsel Syariah Banjarmasin Terhadap Produk Tabungan Haji. Penelitian ini mengkaji sejauh mana minat masyarakat di Kota Banjarmasin untuk menyetorkan dana tabungan hajinya melalui Bank Kalsel Syariah cabang Banjarmasin. Sebab selama ini masyarakat lebih banyak dan familiar menabung di bank BUMN, yaitu BNI Syariah, Bank Syariah Mandiri (BSM) dan BRISyariah, atau pada bank syariah swasta, seperti Bank Muamalat, Danamon Syariah, Bank Panin Syariah atau Permata Syariah. Hasilnya memang minat masyarakat masih kurang, karena lebih banyak yang menabung di BNI Syariah, Bank Syariah Mandiri, BRISyariah dan Bank Muamalat. Sedangkan penulis lebih kepada strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan kualitas di Bank BRI Syariah KC Banjarmasin serta lebih kepada peningkatan kualitas produknya dalam menghadapi persaingan dengan bank-bank lainnya.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Untuk lebih terarahnya pembahasan dalam penulisan tesis ini, maka disini perlu digunakan sistematika yang dibagi menjadi lima bab, masing-masing bab terdiri dalam beberapa sub bab, yang sistematika tersebut sebagai berikut:

Bab I adalah Pendahuluan, merupakan penjelasan mengenai latar belakang masalah yang kemudian ditarik secara eksplisit dalam rumusan masalah sebagai acuan dari keseluruhan penelitian ini akan ditegaskan dengan tujuan penelitian secara final agar lebih agar lebih jelas dan terarah serta manfaat dari penelitian itu sendiri baik secara teoritis maupun praktis. Sistematika penulisan yang merujuk pada panduan skripsi dan beberapa buku yang mengulas tentang metode riset lainnya.

Bab II adalah Landasan Teori dimana pada bab ini dijabarkan masalah-masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan juga sumber informasi dari referensi media lain.

Bab III adalah Metode Penelitian, dalam bab ini akan di fokuskan pada pembahsan teknis metode penelitian. Penelusuran objek dan subjek penelitian secara singkat pada bagian yang akan dikaji termasuk dalam pembahasan pada bagian-bagian ini.

Bab IV adalah Penyajian dan Analisis Data, bab ini berisi tentang hasil penelitian di Bank BRI Syariah KC Banjarmasin selanjutnya membahas mengenai analisis dan hasil analisis serta pembahasannya yang disesuaikan dengan metode

penelitian pada bab tiga, sehingga akan membarikan perbandingan hasil penelitian dengan kriteria yang ada dan pembuktian dari analisis serta jawaban-jawaban dari pertanyaan yang telah disebutkan dalam perumusan masalah.

Bab V adalah Penutup, dalam bab ini peneliti memberikan simpulan terhadap permasalahan yang telah dibahas dalam uraian sebelumnya. Selanjutnya akan dikemukakan beberapa saran yang dirasa perlu.