

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Bank diartikan sebagai lembaga keuangan intermediasi yang umumnya didirikan dengan kewenangan untuk menerima simpanan uang, giro, tabungan dan deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkan. Disamping itu, bank juga dikenal sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang, atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak, uang kuliah, dan pembayaran lainnya (kasmir, 2014, hlm. 24). Kata bank berasal dari bahasa Italia “*banca*” yang berarti tempat penukaran uang.

Apabila mendengar kata Bank maka yang pertama diingat adalah tentang uang, bank menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 adalah “*badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak*” (UU Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan.pdf, t.t.)

Sejarah mencatat asal mula dikenal kegiatan perbankan adalah pada zaman kerajaan tempo dulu di daratan Eropa. Kemudian usaha perbankan berkembang ke Asia Barat diperkenalkan oleh para pedagang. Perkembangan di Asia, Afrika, dan Amerika dibawa oleh Bangsa Eropa pada saat melakukan penjajahan ke negara jajahannya baik di Asia, Afrika maupun Amerika (kasmir, 2014, hlm. 27)

Seperti diketahui bahwa bangsa Indonesia mengenal dunia perbankan dari bekas peninggalan penjajahan Belanda, *Nederlandsche Handel Maatschappij (NHM)* adalah bank pertama yang didirikan di Indonesia. Pada zaman kemerdekaan bank-bank tersebut dinasionalisasikan menjadi bank umum milik negara. Dengan perkembangan negara yang semakin maju maka perbankan juga

mengalami kemajuan baik bank milik pemerintah maupun bank swasta nasional. Adapun bank di Indonesia sekarang terbagi menjadi dua, yaitu bank konvensional dan syariah (kasmir, 2014, hlm. 30) .

Secara bahasa syariah bermakna jalan yang lurus, secara definisi, syariah merupakan peraturan yang mengatur *hablum minallah* dan *hablum minan naas*. Syariah terambil dari kata “*syara’a al-syai’a*” yang berarti “menerangkan atau menjelaskan sesuatu”. Atau juga terambil dari kata “*syir’ah* dan *syari’ah*” yang bermakna suatu tempat untuk mengambil air secara langsung (kartajaya & Sula, 2016, hlm. 25). Sehingga merujuk pada asal kata, syariah merupakan pengertian yang amat luas. Syariah bias juga diartikan peraturan yang menjelaskan seluruh aturan kehidupan mulai aspek ritual (ibadah), muamalat hingga keluarga. Syariah juga mengalami perkembangan sesuai dengan peradaban manusia (Asnan Fanani & Asnawi, 2017, hlm. 5).

Bank syariah berperan penting bagi masyarakat dikarenakan bank syariah beroperasi berdasarkan sistem bagi hasil yang memberikan rasa aman, dan rasa tenang jika tidak ada riba saat bertransaksi dengan tujuan meningkatkan pertumbuhan sektor investasi melalui pendanaan dan pembiayaan.

Allah berfirman dalam Q.S Al-Baqarah ayat 275:

۞ الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ  
ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ  
۞ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ  
هُم فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kerasukan setan karna gila. Yang demikian itu, karna mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka kekal didalamnya (Departemen Agama RI, 2009, hlm. 47)

Dan Q.S An-Nisa ayat 161

وَأَخَذِهِمُ الرِّبَا وَقَدْ هُمُوا عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ ۗ وَأَعْتَدْنَا  
لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا

Artinya: “Dan karena mereka menjalankan riba, padahal sungguh mereka telah dilarang darinya, dan karena mereka memakan harta orang dengan cara tidak sah (batil). Dan kami sediakan untuk orang-orang kafir diantara mereka azab yang pedih (Departemen Agama RI, 2009, hlm. 103).

Dalam hadis Nabi *shallallahu ‘alaihi wa sallam* juga memerintahkan seorang muslim menjauhi riba, karena riba termasuk salah satu dari tujuh dosa besar.

Nabi *sallahu ‘alaihi wa sallam* bersabda:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : «اجْتَنِبُوا السَّبْعَ  
الْمُوبِقَاتِ! قِيلَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ، وَمَاهُنَّ؟ قَالَ: «الشِّرْكُ بِاللَّهِ وَالسِّحْرُ وَقَتْلُ النَّفْسِ الَّتِي حَرَّمَ  
اللَّهُ إِلَّا بِالْحَقِّ وَأَكْلُ مَالِ الْيَتِيمِ وَأَكْلُ الرِّبَا وَالتَّوَلَّى يَوْمَ الرَّحْفِ وَقَذْفُ الْمُحْصَنَاتِ  
الْعَافِيَاتِ الْمُؤْمِنَاتِ» (رواه البخاري ومسلم)

Artinya : “Dari Abu Hurairah *radhiyallahu ‘anhu*, dari Nabi *shallallahu ‘alaihi wa sallam* bersabda, “Jauhilah oleh kalian tujuh perkara yang membinasakan!” para sahabat bertanya, “wahai Rasulullah, apa sajakah tujuh perkara tersebut?” Beliau menjawab, “Syirik kepada Allah, sihir, membunuh jiwa yang diharamkan oleh Allah kecuali dengan jalan yang dibenarkan (oleh syariat), memakan riba, memakan harta anak yatim, melarikan diri dari medan pertempuran, dan menuduh zina wanita beriman yang menjaga kehormatannya [HR. Al-Bukhari dan Muslim]”.

عن أبي سعيد الخدري - رضي الله عنه - مرفوعاً: «لا تبيعوا الذهب بالذهب إلا مثلاً بمثل  
ولا تُشَفُّوا بعضها على بعض، ولا تبيعوا الورق بالورق إلا مثلاً بمثل، ولا تُشَفُّوا بعضها على  
بعض، ولا تبيعوا منها غائباً بناجز

Artinya: Dari Abu Sa’id al-Khudri -*radhiyallahu ‘anhu*- secara *marfū*’, “Janganlah kalian menjual emas ditukar dengan emas, kecuali serupa dengan serupa, dan janganlah melebihi salah satunya dari lainnya! Janganlah menjual perak ditukar dengan perak, kecuali serupa dengan serupa, dan janganlah melebihi salah satunya dari lainnya! Serta

janganlah menjual sesuatu yang tidak ada (gaib) dengan sesuatu yang ada ditempat! " Dalam redaksi lain, "Melainkan secara langsung (kontan)." Dan dalam redaksi lain, "Kecuali berat sama berat, serupa dengan serupa, sama dengan sama (Fuad Abdul Baqi, 2008, hlm. 14)."

Dalam memberikan pelayanan, lembaga keuangan syariah sudah semakin lengkap dalam memenuhi kebutuhan pasar. Hal ini berdasarkan pada Undang-Undang Nomor 7/46/PBI/2005 tentang akad penghimpun dan menyalurkan dana bagi bank yang melaksanakan kegiatan usaha sesuai dengan[ prinsip syariah .

Bank syariah pertama di Indonesia merupakan hasil kerja tim perbankan Majelis Ulama Indonesia (MUI), yaitu dengan dibentuknya PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang akte pendiriannya ditandatangani pada 1 November 1991 dan baru beroperasi pada tahun 1992.

Indonesia menjadi penyumbang jamaah haji terbanyak, karena Indonesia merupakan negara muslim terbesar yang ada di dunia yang terdiri dari Sabang ke Merauke. Sebagai seorang muslim pasti memiliki keinginan melaksanakan ibadah haji untuk penyempurna ibadahnya, menunaikan ibadah haji merupakan salah satu rukun islam. Oleh karena itu kenapa banyak bank-bank konvensional membuka unit-unit syariah atau membuka bank syariah yang terlepas dari induk usahanya.

Di Indonesia untuk mendaftar haji ada yang namanya daftar tunggu (*waiting list*) yang saat ini mencapai 15 tahun lebih, dengan lamanya menunggu untuk keberangkatan haji banyak dari umat muslim yang kemudian merencanakan mendaftarkan ibadah haji secepat mungkin dengan cara membuka rekening tabungan haji.

Jamaah haji pada tahun 2019 melalui embarkasi Banjarmasin berjumlah 6.056 orang, dengan rincian 4.136 JCH asal Kalimantan Selatan dan 1.920 JCH asal Kalimantan tengah. Keberangkatan dibagi dalam 19 kloter (M.media Indonesia Online," t.t).

Tahun 2022 pemerintah Arab Saudi melalui e-haj mengumumkan bahwa jamaah haji reguler mendapat 92.825 kuota. Sementara untuk haji khusus, Saudi

juga menambahkan jumlah kuotanya, sebesar 7.226 jemaah. Kuota petugas tahun ini berjumlah kuota haji Indonesia adalah 100.051 orang.

Bank-bank syariah semakin berinovasi dalam membuat berbagai macam produk tabungan diantaranya haji dan umroh. Karena banyaknya bank yang melihat peluang keuntungan yang besar dari umat Muslim, kemudian membuat produk tabungan yang sama sehingga semakin ketatnya persaingan antara bank-bank syariah yang ada maka di perlukan strategi pemasaran.

PT. Bank Muamalat Indonesia yang dikelola secara profesional dan murni syariah menerima setoran biaya penyelenggaraan Ibadah haji (BPS-BPIH), yang terdapat di SISKOHAT Kementerian Agama Republik Indonesia dan sepenuhnya diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) serta Dewan Pengawas Syariah (DPS).

Tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia tbk merupakan tabungan yang dilakukan dengan menggunakan akad titipan (*wadiah yad dhomanah*) yaitu akad yang dimana penerima titipan dapat memanfaatkan barang titipan tersebut dengan izin pemiliknya dan menjamin dapat mengembalikan titipan secara utuh saat pemilik menghendakinya. Tabungan iB Haji menawarkan solusi lengkap perjalanan ibadah haji dan berkomitmen memfasilitasi untuk berhijrah dan selalu menjadi lebih baik

Strategi yang dimiliki PT. Bank Muamalat Indonesia tbk Cabang Banjarmasin dengan menempatkan Mobile branch pada Kementerian Agama Kota Banjarmasin, dengan itu dapat mempermudah calon nasabah haji untuk mendaftarkan diri tanpa harus pergi ke bank.

Karna itu, penulis memilih untuk mengkaji dan meneliti lebih dalam tabungan haji di PT. Bank Muamalat Indonesia tbk Cabang Banjarmasin yang merupakan bank syariah pertama yang ada di Indonesia. Diharapkan dengan adanya penelitian ini bermanfaat bagi penulis dan untuk orang banyak. Penulis tertarik dalam membuat sebuah tulisan karya ilmiah skripsi sebagai tugas akhir yang berjudul **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Nasabah Haji (Studi Kasus di PT. Bank Muamalat Indonesia tbk Cabang Banjarmasin)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka penulis merumuskan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi yang digunakan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Banjarmasin dalam meningkatkan nasabah haji ?
2. Apa saja kendala-kendala yang dihadapi dalam meningkatkan nasabah haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Banjarmasin ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Untuk menjawab rumusan masalah tersebut, ditetapkan tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi apa yang digunakan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Banjarmasin dalam meningkatkan nasabah haji.
2. Untuk mengetahui kendala-kendala apa saja yang dihadapi dalam meningkatkan nasabah haji dan cara mengatasinya.

## **D. Signifikansi Penulisan**

Dari hasil penelitian ini diharapkan berguna sebagai:

1. Bagi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Banjarmasin, diharapkan dapat digunakan oleh pihak bank sebagai masukan, untuk mengevaluasi dan menganalisis strategi pemasaran dalam produk yang dimiliki.
2. Bagi UIN Antasari Banjarmasin, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam ilmu pengetahuan khususnya dibidang bank syariah dan sebagai perbandingan untuk penelitian selanjutnya.
3. Bagi peneliti, semoga dengan melakukan penelitian ini penulis dapat mempertajam wawasan keilmuan dan menambah ilmu pengetahuan baru

mengenai perkembangan dan pertumbuhan PT. Bank Muamalat Indonesia tbk Cabang Banjarmasin.

### **E. Definisi Operasional**

Untuk menghindari terjadinya kesalahan dan kekeliruan dalam memahami maksud dari penelitian ini, maka penulis akan memberikan batasan istilah dan penegasan judul penelitian dalam definisi operasional sebagai berikut:

1. Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya (Rangkuti, 2017, hlm. 3). Strategi yang dimaksud penulis ialah cara pihak PT. Bank Muamalat Indonesia tbk Cabang Banjarmasin dalam memasarkan produk-produk khususnya Haji.
2. Pemasaran adalah proses, cara, perbuatan memasarkan suatu barang dagangan (Departemen Pendidikan Nasional Pusat Bahasa, 2005, hlm. 834). Pemasaran yang dimaksud penulis ialah bagaimana cara PT. Bank Muamalat Indonesia tbk Cabang Banjarmasin dalam memasarkan Produk Haji.
3. Meningkatkan berarti menaikkan, memperhebat (“Arti Kata Meningkatkan-- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online,” t.t). Menambah yang dimaksud dalam tulisan ini bagaimana cara pihak bank untuk menambah nasabah hajinya.

Nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan) (“Arti kata Nasabah--- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online,” t.t). Sedangkan nasabah haji adalah orang yang ingin berangkat ke tanah suci mekkah dengan menggunakan produk yang dikeluarkan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia tbk Cabang Banjarmasin.

### **F. Penelitian Terdahulu**

Dalam penelitian ini kajian pustaka sangat diperlukan untuk menghindari penelitian yang sama. Oleh karena itu ada beberapa penelitian yang sudah

dilakukan oleh peneliti terdahulu terkait dengan yang penulis teliti, diantaranya sebagai berikut:

1. Strategi BRI Syariah Cabang Banjarmasin Dalam Memperoleh Nasabah Haji. Muhammad Al Indra Al-Syarif. Nim 1201168760, merupakan penelitian lapangan dengan tujuan mengetahui kendala dalam penerapan strategi yang dilakukan BRISyariah cabang Banjarmasin dalam memperoleh nasabah haji. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penulis pada produk yang akan di teliti dan perbedaannya pada tempat yang akan diteliti.
2. Strategi Pemasaran Syariah Produk Tabungan Haji BNI iB Hasanah Pada BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Siratul Rahmi. Nim 1401160365, merupakan penelitian lapangan (*field rederch*) yang bersifat deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara dan kemudian hasil tersebut dapat dianalisis yang menghasilkan kesimpulan. BNI Syariah Kantor cabang Banjarmasin menggunakan analisis bauran pemasaran 4p strategi produk dengan melakukan peluasan produk dua akad yaitu akad *wadi'ah* dan *mudharabah*, menggunakan *branding* Hasanah dan produk tabungan BNI Syariah terbuka untuk semua kalangan tetapi yang sudah memiliki KTP. Dari penelitian saudara Siratul Rahmi memiliki kesamaan pada teori yang akan di teliti tetapi berbeda pada tempat penelitian. Semoga dengan adanya penelitian ini dapat menambah wawasan dan literature tentang strategi manajemen dengan teori Bauran Pemasaran.
3. Strategi pemasaran tabunganku iB pada Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Yeni Sartika. Nim 1101160253, Jurusan Perbankan Syariah. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa tabunganKu iB pada Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Banjarmasin menggunakan akad wadiah dan strategi pemasaran yang digunakan bank adalah dengan bekerjasama dengan sekolah dan lembaga pendidikan yang ada di Banjarmasin. Target utama untuk siswa dan mahasiswa untuk menggunakan TabunganKu iB memiliki setoran awal yang rendah. Dari

pemaparan di atas jelas penelitian dari saudari Yeni Sartika memiliki perbedaan dalam segi pengambilan produk yang digunakan.

4. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji di Bri Syariah KCP Kudus. Nur Fuan Zean. Nim 132503157. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan kejelasan mengenai bagaimana analisis tabungan haji di BRISyariah kudas selama ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Tabungan pada BRISyariah merupakan tabungan berdasarkan prinsip *wadiah yad dhomanah* yaitu akad titipan yang diberikan satu pihak kepada pihak lain. Penulisan ini memiliki kesamaan pada produk yang di teliti maka dengan samanya produk akan menjadi perbandingan bagi setiap bank dalam pesaingan meningkatkan nasabah.
5. Strategi Pemasaran Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah di PT. Bank Muamalat Capem Serdang Medan. Dahniel Ahyar Siregar. Nim 54154126. Penelitian ini meneliti strategi pemasaran produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umroh di BMI Kcp Serdang karena tertarik dengan metode pemasaran Bank Muamalat Indonesia. Dari hasil penelitian diketahui BMI Kcp Serdang dalam memasarkan produk Tabungan Haji dan Umroh dengan merumuskan pasar yang dituju yaitu masyarakat muslim Medan dan sekitarnya dari berbagai usia dan kalangan profesi. Serta mengembangkan marketing mix atau bauran pemasaran. Maka penelitian ini memiliki kesamaan dalam produk dan teori yang diteliti hanya saja memiliki berbeda pada kantor cabang yang diteliti.

Walaupun memiliki kesamaan tujuan dalam pengambilan teori strategi pemasaran, penulis berharap tulisan ini dapat dijadikan sebagai acuan atau pembandingan untuk orang-orang yang melakukan penelitian selanjutnya.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi materi dan hal

yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah

Bab I pendahuluan merupakan bab yang akan menguraikan mengenai latar belakang masalah yang menguraikan alasan memilih judul dan gambaran dari permasalahan yang diteliti. Permasalahan yang sudah tergambar, dirumuskan dalam rumusan masalah, setelah itu disusun tujuan penelitian yang merupakan hasil yang diinginkan. Signifikasai penelitian merupakan kegunaan hasil penelitian. Definisi operasional untuk membatasi istilah-istilah dalam judul penelitian yang bermakna umum atau luas. Adapun sistematika penulisan yaitu susunan skripsi secara keseluruhan dari bab 1 samapi dengan bab5.

Bab II merupakan bab yang berisi landasan teori yang berisikan kerangka konseptual yang dimanfaatkan peneliti sebagai pemandu penelitian dilapangan. Pada bab ini akan dijabarkan masalah-masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literature yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Teori yang digunakan penulis dalam penulisan bab II merupakan strategi, pemasaran dan produk haji.

Bab III metode penelitian yang menghubungkan antara teoritis dengan penelitian lapangan, maka dibutuhkan metode penelitian yang berisi jenis, pendekatan dan lokasi penelitian, populasi dan sampel data dan sumber, teknik pengumpulan data, skala pengukuran dan teknik pengolahan data, kemudian setelah itu data dianalisis dengan teknik analisis data tertentu, dan untuk mengetahui alur penelitian dari awal samapi akhir, maka dibuatlah sistematika tahapan penelitian.

Bab IV hasil penelitian, yaitu laporan hasil penelitian yang berisi tentang profil perusahaan serta penyajian data dan laporan penelitian tentang **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Nasabah Haji (Studi Kasus di PT. Bank Muamalat Indonesia tbk Cabang Banjarmasin).”**

Bab V penutup dalam bab ini penulis memberikan kesimpulan terhadap masalah yang telah dibahas dalam uraian sebelumnya, selanjutnya akan dikemukakan beberapa saran yang dianggap perlu oleh penulis.