

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan nyawa untuk menggerakkan roda perekonomian suatu negara. Anggapan ini tentunya tidak salah, karena fungsi bank sebagai lembaga keuangan sangatlah vital, misalnya dalam hal penciptaan uang, mengedarkan uang, menyediakan uang untuk menunjang kegiatan usaha, tempat mengamankan uang, tempat melakukan investasi dan jasa lainnya.

Secara sederhana bank di artikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. Sedangkan pengertian lembaga keuangan adalah setiap perusahaan yang bergerak di bidang keuangan di mana kegiatannya apakah hanya menghimpun dana atau menyalurkan dana atau kedua-duanya.¹

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan “Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkannya taraf hidup rakyat banyak”.²

¹ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hlm.2-3.

² Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan.

Kemudian untuk meningkatkan peran dan pelayanan jasa perbankan syariah kepada usaha menengah, kecil dan makro secara optimal, diperlukan pemberdayaan bank syariah yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.³

Istilah syariah mempunyai akar yang kuat di dalam Al-Qur'an (QS. Al-Jatsiyah [45]:18)

يَعْلَمُونَ لَا يَنْزِلُ إِلَيْهِمْ أَهْوَاءُ تَتَّبِعُونَ لَا وَتَبِعَهَا فَا مَرِ لَأَ مِنْ يِعَةِ شَرِّ عَلَى كَ جَعَلْنَا ثُمَّ

Artinya: “ Kemudian Kami jadikan kamu berada di atas suatu syariat (peraturan) dari urusan (agama itu), maka ikutilah syariat itu dan janganlah kamu ikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui”.⁴

Pada ayat di atas dapat dijelaskan bahwa, setiap usaha, kegiatan, maupun segala urusan yang dilakukan harus sesuai dengan syariat Islam yang sudah menjadi suatu pedoman bagi umat Islam itu sendiri.

Bank yang berdasarkan prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dengan pihak lain untuk menyimpan dana atau pembiayaan usaha atau kegiatan perbankan lainnya.

Dengan perkembangan bank syariah di Indonesia, maka bermunculan bank-bank konvensional yang membuka unit-unit usaha syariah, yang salah satunya adalah BNI Syariah Cabang Banjarmasin, pada tahun 2010 menjadi Bank Umum Syariah

³ Burhanuddin Susanto, *Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: UII Press, 2008), hlm.182.

⁴ Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahnya* (Jakarta: PT Intermedia, 1992), hlm. 500.

(BUS) yang berlokasi di Jalan Ahmad Yani KM 4,5 No. 385 Banjarmasin Timur, Kalimantan Selatan sampai sekarang.

Bank BNI Syariah merupakan salah satu bank yang menerapkan prinsip syariah di Indonesia. Dalam kegiatannya Bank BNI Syariah menawarkan serta memfasilitasi berbagai produk yang dibutuhkan masyarakat. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Istilah produk mencakup barang fisik, jasa dan berbagai sarana lain yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.⁵

Kondisi persaingan untuk merebut konsumen semakin ketat dan diperlukan strategi yang baik untuk menyiasati hal tersebut dan salah satu strategi yang dapat dijalankan adalah strategi promosi.

Upaya memperkenalkan produk kepada konsumen merupakan awal dari kegiatan promosi. Promosi tidak hanya sebatas memperkenalkan produk kepada konsumen saja, akan tetapi harus dilanjutkan dengan upaya untuk mempengaruhi agar konsumen tersebut menjadi senang dan kemudian membeli produknya.⁶

Seiring berjalannya waktu dengan kebutuhan masyarakat Indonesia yang sangat bermacam-macam, bank syariah semakin melebarkan sayap dengan mengeluarkan produk-produk baru yang dibutuhkan masyarakat. Seperti produk

⁵ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 35-36.

⁶ Masinah, “Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Perumahan di Kota Citra Graha” (Skripsi, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri, Banjarmasin, 2014), hlm.4-5.

Tabungan Haji dan Umrah BNI Syariah yang dikelola secara syariah sebagai sarana pembayaran haji untuk mendapatkan porsi berangkat menunaikan ibadah haji dan perencanaan umrah dalam mata uang Rupiah dan USD.

Tabungan Haji dan Umrah ini atau yang biasa dikenal dengan nama tabungan iB Baitullah Hasanah adalah tabungan dengan akad Mudharabah (bagi hasil) atau Wadiah (titipan) salah satu produk penghimpun dana Bank BNI Syariah yang diperuntukkan sebagai sarana untuk mendapat kepastian porsi berangkat menunaikan ibadah haji, baik haji reguler maupun haji khusus. Di samping itu, tabungan iB Baitullah Hasanah juga dapat dipergunakan untuk merencanakan ibadah umrah sesuai keinginan penabung dengan sistem setoran bebas atau bulanan dalam mata uang Rupiah dan Dollar Amerika (USD).⁷

Masyarakat yang berkeinginan menunaikan ibadah haji hanya dengan mengandalkan uang yang ditabung setiap bulannya pada bank syariah yang mengeluarkan produk tabungan haji. Oleh sebab itulah BNI Syariah mengeluarkan produk yang akan memudahkan keberangkatan ibadah haji tersebut, dengan mendaftar porsi haji terlebih dahulu.

Manajemen pemasaran adalah segala aktivitas perusahaan yang kompleks dalam suatu proses sosial dan manajemen. Dalam proses ini individu-individu atau kelompok-kelompok dalam mendapatkan apa yang dibutuhkan melalui penciptaan,

⁷BNI Syariah (ONLINE) <http://www.kangerik.id/tabungan-haji-bni-syariah-dengan-ib-baitullah-hasanah/>, diakses tgl 04 Februari 2017.

penawaran, dan pertukaran produk-produk atau volume dengan pihak lainnya. Perhatian utama adalah pasar dengan menciptakan pertukaran yang saling memuaskan dengan mereka yang terlibat dalam pasar.⁸ Strategi dalam pemasaran adalah suatu hal yang sangat penting dan diperlukan dalam bisnis begitu juga syariah, sepanjang strategi tersebut tidak menghalalkan segala cara, tidak melakukan cara-cara yang batil, tidak melakukan penipuan, kebohongan dan tidak mendzalimi pihak-pihak lain.

Dalam setiap produk yang dikeluarkan bank khususnya Bank BNI Syariah pasti selalu merencanakan adanya pemasaran. Produk ini baru diluncurkan pada tahun 2010 dan sampai saat ini nasabah mencapai 8691 account. Pentingnya memperkenalkan produk yang di jual akan sangat berpengaruh dalam meningkatkan penjualan. Karena produk ini baru jadi masih banyak masyarakat kurang tahu dan paham terhadap produk ini , jadi perlu Pemasaran dilakukan oleh Bank BNI Syariah dalam bank ini dan ada divisi khusus dalam memasarkan produk-produknya.

Berdasarkan realita yang sudah ada penulis merasa tertarik untuk mengetahui apa dan bagaimana strategi Bank BNI Syariah Cabang Banjarmasin dalam memasarkan produk tersebut. Untuk itu diperlukan penelitian yang mendalam untuk mendokumentasi persoalan di atas dan akan dituangkan dalam karya ilmiah yang

⁸ Amin Widjaya Tunggal, *Audit Pemasaran: Marketing Audit* (Jakarta: Rineka Cipta, 1999), hlm. 1.

berjudul “Strategi Pemasaran iB Baitullah Hasanah pada BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi pemasaran iB Baitullah Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dalam memasarkan produk iB Baitullah Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran iB Baitullah Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dalam memasarkan produk iB Baitullah Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

D. Kegunaan Penelitian

Peneliti mengharapkan agar hasil penelitian ini dapat berguna dalam hal sebagai berikut:

1. Bahan Kajian ilmiah di bidang perbankan syariah salah satunya di bidang strategi pemasaran pada iB Baitullah Hasanah di BNI Syariah.
2. Bahan informasi bagi yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut pada permasalahan yang sama tetapi dengan sudut yang berbeda.
3. Bahan kajian ilmiah untuk memperkaya khazanah pengembangan dan penalaran pengetahuan di bidang perbankan syariah bagi perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin.

E. Definisi Operasional

Agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap beberapa istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka penulis berusaha membuat definisi operasional sebagai berikut:

1. Strategi: Rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai tujuan.⁹
Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan strategi adalah segala rencana dalam pemasaran yang digunakan pada iB Baitullah Hasanah di BNI Syariah untuk mencapai sasaran.
2. Pemasaran: Adalah proses, cara pembuatan dan memasarkan suatu barang dagangan atau perihal menyebarluaskan ketengah-tengah masyarakat.¹⁰

⁹ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001), hlm.1092.

¹⁰ *Ibid*, hlm. 834.

3. Strategi Pemasaran: adalah suatu bentuk kegiatan dalam usaha/bisnis yang berhubungan dengan cara-cara menawarkan dan menjual barang atau jasa¹¹
4. iB Baitullah Hasanah adalah nama produk yang dikeluarkan Bank BNI Syariah adalah salah satu produk penghimpun dana Bank BNI Syariah yang diperuntukkan sebagai sarana untuk mendapat kepastian porsi berangkat menunaikan ibadah haji atau umrah, baik haji reguler maupun haji khusus.

F. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini penulis telah mengkaji beberapa skripsi yang ada kaitannya dengan masalah yang akan penulis teliti diantaranya skripsi yang ada kaitannya dengan judul yang penulis teliti antara lain:

Pertama: oleh Yeni Sartika, NIM. 1101160253, berjudul: *Strategi Pemasaran TabunganKu iB pada Bank kalsel Syariah Kantor Cabang Banjarmasin*. Persamaan skripsi ini dengan skripsi penulis adalah sama-sama objek penelitiannya mengenai bank syariah. Perbedaannya adalah dalam penelitian ini mengenai dana TabunganKu iB sedangkan penulis adalah penelitian mengenai dana tabungan haji atau umrah.

Kedua: oleh Noor Rahman F, NIM.1001160270, berjudul: *Pelayanan Pembiayaan Haji dan Umrah Pada Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah Kantor*

¹¹ A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 1999), hlm. 136.

Cabang Banjarmasin. Persamaan skripsi ini dengan skripsi penulis adalah sama-sama objek penelitiannya mengenai bank syariah dan sama-sama BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Perbedaannya adalah dalam praktiknya yang dilaksanakan berbeda, kalau skripsi ini mengenai aspek pelayanan dengan menerapkan dana talangan haji, dan penulis mengenai aspek pelayanan dengan menerapkan tabungan haji dan umrah.

G. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini peneliti membagi dalam lima bab dengan susunan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, pada bab ini menguraikan latar belakang, masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, kajian pustaka dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori, pada bab ini berisi penjelasan mengenai masalah-masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literature yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Bab III Metode Penelitian, pada bab ini akan membahas hubungan antara hal yang bersifat teoritis dan penelitian yang dilakukan dilapangan, maka dibuatlah metode penelitian yang berisi jenis, sifat dan lokasi penelitian, teknik pengolahan data dan analisi data serta tahapan penelitian.

Bab IV Penyajian dan Analisi Data, merupakan hasil penelitian yang berisi analisis terhadap beberapa permasalahan yang dibahas pada bab III.

Bab V Penutup, pada bab ini penulis membuat simpulan atas hasil penelitian dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian.