

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai agama rahmatan *lil a>lami>n*, pada dasarnya Islam membuka peluang kepada siapapun untuk mengembangkan usaha di bidang perekonomian, lebih-lebih menyangkut hajat umat Islam. Islam menginginkan penganutnya maju dan berkembang, tidak hidup didalam kemiskinan, dan saling tolong-menolong dalam memenuhi kehidupan satu dengan yang lainnya, karena itulah diperlukan bisnis. Hal ini sebagaimana dimaksudkan firman Allah Swt. dalam surah al-Maidah/5: 2.

...وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ

"...dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran ...¹

Kenyataan dalam hidup sehari-hari, kebutuhan yang diperlukan tidak cukup hanya keperluan rohani saja, manusia juga membutuhkan keperluan jasmani, seperti makan, minum, pakaian, tempat tinggal dan sebagainya. Untuk memenuhi kebutuhannya tersebut, dia harus berhubungan secara ekonomi dengan sesamanya dan alam sekitarnya atau berbisnis. Sebagaimana dimaksudkan firman Allah Swt dalam surah al-Mulk/67:15.

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ
النُّشُورُ .

¹Departemen Agama RI, *Al-Qur`an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Qur'an, 1995), hlm. 110.

“ Dialah yang telah menjadikan bumi itu mudah bagi kamu maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah kamu) dibangkitkan.²

Berbicara persoalan bisnis dalam kegiatan ekonomi, Islam menganggapnya sebagai hal yang penting untuk diperhatikan. Hal ini karena dalam perspektif Islam, sistem perekonomian mengandung aturan-aturan *syara'* yang dapat mengatur kehidupan perekonomian masyarakat secara keseluruhan.

Kenyataannya dalam melakukan kegiatan bisnis terhadap barang dan jasa ternyata tidak semua orang melakukan transaksi bisnisnya dengan baik, karena berbagai macam cara dan trik yang digunakan dalam pemasaran, dan lainnya digunakan untuk meraih keuntungan bisnis.

Tidak sedikit pula orang yang berbisnis yang memilih menggunakan jalan pintas untuk mencari keuntungan dengan melanggar aturan bisnis dan berlaku tidak jujur. Ada juga yang menggunakan program promosi produk berlebihan yang tidak mencerminkan keadaan sesungguhnya sehingga menipu konsumennya.

Kerasnya persaingan dunia bisnis mau tidak mau memaksa seorang pemasar untuk bersikap kreatif dan inovatif dalam menawarkan produk yang benar-benar baru dan berbeda. Selain itu, industri dari hari kehari kian bertambah, produk-produk lama gencar melakukan diversifikasi, belum lagi produk-produk baru, inovasi-inovasi baru, dan seterusnya.³

Kerasnya persaingan bisnis dan pemasarannya juga berlaku dalam kegiatan perbankan. Saat ini khususnya di Kota Banjarmasin banyak berdiri perbankan, baik perbankan dengan sistem konvensional maupun yang syariah.

²*Ibid*, hlm. 710.

³Eni Setiati, *Memenangkan Pasar dengan Produk Unggulan*, (Yogyakarta: Andi, 2005), hlm. 7.

Kehadiran perbankan tersebut tentunya memberikan pilihan bagi masyarakat untuk menabung atau menyetorkan uangnya. Untuk meraih nasabahnya, pihak perbankan juga melakukan berbagai strategi pemasaran, seperti menyediakan berbagai undian yang bersifat langsung, musiman atau setiap akhir tahun. Bahkan ada juga yang menawarkan berbagai kemudahan, seperti tabungan yang langsung asuransi kecelakaan diri, kemudahan dalam *e-Banking*, ATM dan lainnya.

Di antara perbankan syariah yang hadir atau berkantor cabang di Kota Banjarmasin, ternyata juga terjadi persaingan. Sebab pangsa pasar keuangan syariah sudah terbukti mampu bertahan menghadapi krisis ekonomi dan kesesuaiannya dengan syariat Islam yang menerapkan sistem bagi hasil.

Saat ini telah banyak perbankan syariah hadir di Kota Banjarmasin, seperti bank syariah yang merupakan milik BUMN, yaitu BNI Syariah, Bank Syariah Mandiri (BSM), BRISyariah, BTN Syariah, atau BPD Syariah. Begitu juga dengan bank syariah milik bank swasta, seperti Danamon Syariah, Bank Panin Syariah, Permata Syariah dan lainnya. Banyaknya bank syariah tersebut tentunya juga memberikan pilihan bagi masyarakat Banjarmasin untuk menyetorkan dana tabungannya dan juga melihat kemudahan produknya, fasilitasnya dan keterjaminan pengelolaan biayanya.

Salah satu yang menjadi persaingan diantara perbankan adalah dalam hal pengelolaan dana awal yang disetorkan calon jemaah haji yang dikenal dengan istilah Ongkos Naik Haji (ONH). Dana awal yang disetorkan calon jemaah haji memang cukup besar, sekarang setoran awalnya berjumlah Rp 25.000.000,-. Sebelum tahun 2011 dana awal yang disetorkan adalah sebesar Rp 20.000.000,-, namun semenjak awal tahun 2011 dinaikkan menjadi Rp 25.000.000,-. Oleh

karena itu simpanan dana calon jemaah haji tersebut cukup besar, termasuk mereka yang menyetorkan dananya melalui BRISyariah Cabang Banjarmasin.

Dari data awal yang penulis kumpulkan, menurut pihak Teller Bank BRISyariah Cabang Banjarmasin yang langsung berhubungan dengan nasabah secara langsung ternyata sekarang calon jemaah haji yang menyetorkan tabungan dananya untuk setoran awal Ongkos Naik Haji (ONH) semakin tahun meningkat jumlahnya. Padahal masih banyak perbankan syariah yang ada di Kota Banjarmasin yang juga bersaing untuk memperoleh nasabah. Selain itu menurut kepala bagian pemasaran bahwa faktor keterkaitan Bank BRISyariah dengan Bank BRI Konvensional juga berpengaruh karena dana nasabah yang dahulunya di tabungan di Bank BRI Konvensional dan terbiasa dengan Bank BRI kemudian sesuai PMA 30 Tahun 2013 harus migrasi ke Bank BRISyariah, karena sama-sama BRI-nya.

Untuk mendapatkan pelanggan, menarik dan membujuk nasabah agar menyetorkan dana awal Ongkos Naik Haji (ONH) tersebut tentunya tidak mudah. Untuk itu seorang pemasar masa depan harus bisa mempersiapkan dirinya dengan ilmu pemasaran yang berkembang. Perusahaan harus bisa mengenal keinginan konsumen dan memancing agar pasar menyukainya dan loyal terhadap produk mereka. Kunci sukses sebuah perusahaan didalam memenangkan pasar adalah kekuatan peranan pemasaran menciptakan ide-ide brilian dalam menembus *market share*. Agar pemasar dapat memenangkan pasar dengan tepat, maka harus menguasai konsep-konsep pemasar.

Pemasaran adalah sebuah proses sosial dan manajerial yang dilakukan oleh individu maupun kelompok untuk memperoleh kebutuhan dan keinginan mereka,

dengan cara menukarkan produk dan nilai dengan pihak-pihak lain. Didalam kegiatan *marketing* (pemasaran), terjadi suatu tindakan pertukaran suatu produk, barang atau jasa pada diri seorang untuk memenuhi keinginan mereka.

Banyaknya nasabah produk tabungan haji sebagai calon jemaah haji yang menyetorkan dana awal Ongkos Naik Haji (ONH) sebesar Rp 25.000.000,- tersebut menjadi keuntungan tersendiri bagi Bank BRISyariah Cabang Banjarmasin, betapa tidak karena saat ini daftar tunggu jemaah haji yang ada di Kalimantan Selatan sekitar 80.000 orang atau lamanya masa tunggu sekitar 27 tahun. Bahkan dari data yang dirilis Kementerian Agama ternyata daftar tunggu tersebut adalah yang terlama se-Indonesia.

Banyaknya nasabah yang menyetorkan dana awal nasabah produk tabungan haji tersebut juga menambah margin keuntungan bagi hasil yang cukup besar bagi Bank BRISyariah Cabang Banjarmasin, sebab selama masa tunggu dari saat setoran awal sampai berangkat (naik) haji dengan pelunasannya. Selain itu, tidak banyak mereka yang membatalkan berangkat haji, seperti karena meninggal dunia, sakit keras, fisiknya tidak mendukung lagi atau ada masalah pribadi.

Dengan waktu sekarang sekitar 27 tahun, maka sangat banyak dana nasabah produk tabungan haji sebagai tabungan awal Ongkos Naik Haji (ONH) yang dikelola Bank BRISyariah Cabang Banjarmasin, dan itu merupakan hal yang sangat baik bagi perbankan bersangkutan dalam meraih kepercayaan masyarakat Banjarmasin untuk menitipkan uangnya dalam melaksanakan rukun Islam yang kelima.

Dari penelitian awal yang penulis lakukan di lapangan tersebut, penulis merasa tertarik untuk meneliti lebih mendalam tentang bagaimanakah sebenarnya

strategi pemasaran yang digunakan Bank BRISyariah Cabang Banjarmasin dalam memperoleh nasabah produk tabungan haji. Sebab, tanpa strategi pemasaran yang baik maka akan sulit untuk memasarkan perbankan di masyarakat dan mempertahankan nasabahnya atau pelanggan, apalagi terkait penyimpanan dana sekitar Rp 25.000.000,- dalam kurun waktu cukup lama, yaitu selama 27 tahun. Selain itu, perlu diteliti pula kendala yang terjadi di lapangan yang dapat mengganggu kinerja karena sangat terkait kelancaran pemasaran produk di pasaran Bank BRISyariah Cabang Banjarmasin.

Beranjak dari permasalahan tersebut, penulis tertarik menelitinya lebih mendalam, baik strategi yang digunakan Bank BRISyariah Cabang Banjarmasin dalam memperoleh nasabah produk tabungan haji, dan kendala dalam penerapan strategi yang dilakukan Bank BRISyariah Cabang Banjarmasin dalam memperoleh nasabah produk tabungan haji, dan kemudian ditinjau dari aspek ekonomi Islam.

Dari penelitian lapangan yang dilakukan, hasilnya kemudian dituangkan dalam sebuah karya tulis ilmiah dalam bentuk skripsi yang berjudul: **Strategi Bank BRISyariah Cabang Banjarmasin Dalam Memperoleh Nasabah Produk Tabungan Haji.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dirumuskanlah permasalahan penelitian ini, yaitu:

1. Strategi apa yang digunakan Bank BRISyariah Cabang Banjarmasin dalam memperoleh nasabah produk tabungan haji?

2. Apakah kendala dalam penerapan strategi yang dilakukan oleh Bank BRISyariah Cabang Banjarmasin dalam memperoleh nasabah produk tabungan haji?

C. Tujuan Penelitian

Untuk menjawab rumusan masalah tersebut, maka ditetapkanlah tujuan penelitian ini, yaitu:

1. Mengetahui strategi yang digunakan Bank BRISyariah Cabang Banjarmasin dalam memperoleh nasabah produk tabungan haji.
2. Mengetahui kendala dalam penerapan strategi yang dilakukan Bank BRISyariah Cabang Banjarmasin dalam memperoleh nasabah produk tabungan haji.

D. Signifikansi Penelitian

Dari penelitian yang penulis lakukan ini, diharapkan dapat berguna sebagai:

1. Bahan informasi ilmiah dalam ilmu kesyariahan, khususnya dalam bidang kajian perbankan syariah yang salah satunya adalah dalam bidang strategi pemasaran yang dilakukan perbankan syariah dalam memperoleh nasabah produk tabungan haji khususnya melalui Bank BRISyariah Cabang Banjarmasin.
2. Bahan kajian ilmiah untuk menambah khazanah pengembangan keilmuan pada kepustakaan IAIN Antasari Banjarmasin.
3. Bahan informasi bagi peneliti yang lain yang berkeinginan meneliti masalah ini dari aspek yang berbeda.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahan dalam memahami maksud dari penelitian ini, perlu diberikan penjelasan sebagai berikut:

1. Strategi Bank BRISyariah Cabang Banjarmasin, ialah cara-cara atau teknik-teknik tertentu yang digunakan Bank Umum Syariah (BUS) yaitu BRISyariah Cabang Banjarmasin khusus melayani jasa keuangan syariah yang berada di cabang Banjarmasin untuk meraih dan mendapatkan sesuatu yang diinginkan, yaitu untuk meraih dan mendapatkan nasabahnya.
2. Dalam memperoleh nasabah produk tabungan haji, ialah untuk meraih mendapatkan para nasabah yang akan menabung untuk menyetorkan uangnya sebagai ongkos naik haji.

Dapat disimpulkan bahwa maksud penelitian ini adalah mengangkat permasalahan tentang cara-cara atau teknik-teknik tertentu yang digunakan Bank BRISyariah Cabang Banjarmasin dalam melayani jasa keuangan syariah untuk meraih dan mendapatkan para nasabah yang akan menyetorkan uang sebagai ongkos naik haji (ONH).

F. Kajian Pustaka

Skripsi yang diangkat ini pada dasarnya adalah penelitian empiris, yaitu berupa penelitian lapangan yang pencarian/penggalan datanya dengan langsung terjun ke lapangan mengenai strategi pemasaran dari Bank BRISyariah Cabang Banjarmasin dalam menjaring nasabah produk tabungan haji.

Dari hasil penelusuran yang penulis lakukan tentang skripsi yang telah diujikan di Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam khusus tentang perbankan

syariah yang terkait dengan persoalan haji ternyata tidak ada kesamaan dengan skripsi yang penulis angkat ini, seperti:

1. Supian Sauri, NIM. 0901150133, mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin, Jurusan Perbankan Syariah, maju tahun 2014, berjudul: *PEMBIAYAAN TALANGAN HAJI IB HASANAH DI BNI SYARIAH KANTOR CABANG BANJARMASIN*. Penelitian ini berkaitan dengan adanya dana talangan haji bagi jemaah yang hanya mampu menyetorkan dana awalnya sebesar Rp. 5.000.000,- saja dan sisanya Rp. 20.000.000,- ditalangi oleh Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Dalam jangka 5 tahun maka uang talangan itu harus dilunasi calon jemaah haji. Faktanya memang banyak masyarakat yang menggunakan dana talangan haji ini di Kota Banjarmasin.
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.

3. Ahmad, NIM. 1001160247, mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin, Jurusan Perbankan Syariah, maju tahun 2015, berjudul: *PRODUK DANA TABUNGAN HAJI PADA BANK SYARIAH (STUDI ANTRIAN PORSI HAJI DI KABUPATEN BALANGAN)*. Penelitian ini meneliti pemanfaatan bank syariah oleh masyarakat Balangan untuk menabung haji. Ternyata memang hanya sedikit masyarakat yang menggunakan bank syariah karena hanya 1 bank syariah yang berdiri, yaitu BRI Syariah sehingga sebelumnya lebih banyak melalui bank konvensional, terutama di BRI. Baru setelah ada bank syariah maka mereka beralih ke bank syariah. Namun kaitannya dengan antrian haji, ternyata antriannya berlaku sistem provinsi tidak ada sistem kabupaten, sehingga jemaah haji Kabupaten Balangan yang jumlahnya sekitar 80 jemaah setahun, tetap ikut tata urutan sistem provinsi.
4. Halimatus Sholehah, NIM. 1001160252, mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin, Jurusan Perbankan Syariah, maju tahun 2015, berjudul: *PERSEPSI CALON JEMAAH HAJI TERHADAP PENGGUNAAN PRODUK TABUNGAN HAJI BANK BRI DI KOTA KANDANGAN*. Penelitian ini mengangkat penggunaan bank BRI (bersifat konvensional) oleh masyarakat untuk menyetorkan dana hajinya. Hal ini karena di wilayah Kandangan atau HSS masih tidak

terlayani oleh bank syariah, sehingga masyarakat masih tetap menggunakan bank BRI yang masih konvensional.

Dari hasil penelaahan, menunjukkan kesemua skripsi yang telah diangkat tersebut isinya, konsepnya, fokus permasalahannya dan lokasi penelitiannya berbeda sekali dengan penelitian yang penulis angkat ini yang fokusnya pada upaya pemasaran produk tabungan haji khusus pada BRISyariah. Disamping itu kebanyakan mereka mengangkat studi terkait masalah produk dan pembiayaan haji dan berbeda dengan yang penulis angkat ini yang terkait upaya pemasaran untuk meraih nasabah melalui tabungan tunai bukan dana talangan, sehingga tidak ada kesamaan.

G. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I merupakan pendahuluan, yang menguraikan latar belakang dan permasalahan mendasar penelitian ini terkait pemasaran yang dilakukan Bank BRISyariah Cabang Banjarmasin untuk mendapatkan para nasabah tabungan haji. Pendahuluan ini terdiri atas, latar belakang masalah diangkatnya penelitian ini terkait teknik-teknik tertentu yang digunakan Bank BRISyariah Cabang Banjarmasin dalam melayani jasa keuangan syariah untuk meraih dan mendapatkan para nasabah yang akan menyetorkan uangnya melalui tabungan sebagai ongkos naik haji. Kemudian dirumuskanlah masalah dan ditetapkan tujuan penelitian. Lalu disusunlah signifikansi penelitian ini, definisi operasional, dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan landasan teoritis sebagai landasan teori penelitian ini dan untuk bahan analisis data, yang membahas mengenai strategi pemasaran perbankan syariah, terdiri dari: pengertian bank syariah, fungsi perbankan syariah, asas-asas pemasaran perbankan syariah dan strateginya, aturan pemasaran dalam perbankan syariah, dan pelayanan prima pada perbankan syariah dalam meraih nasabah.

Bab III merupakan metode penelitian, sebagai cara-cara yang penulis gunakan untuk menggali dan menghimpun data yang diteliti di lapangan. Terdiri atas: jenis dan sifat penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, dan tahapan penelitian.

Bab IV merupakan laporan hasil penelitian yang menguraikan hasil dari penelitian lapangan yang telah dilakukan di Bank BRISyariah Cabang Banjarmasin terkait upaya pemasaran memperoleh nasabah tabungan haji, dan kemudian penelitian ini dikaji secara mendalam melalui analisis. Bab IV ini, terdiri atas:

Pertama, penyajian data tentang strategi yang digunakan dalam memperoleh nasabah produk tabungan haji, dan kendala dalam penerapan strategi yang dilakukan dalam memperoleh nasabah produk tabungan haji.

Kedua, analisis terhadap hasil penelitian berdasarkan landasan teoritis yang telah disusun tentang sejauh mana penerapan strategi Bank BRISyariah Cabang Banjarmasin dalam memperoleh nasabah produk tabungan haji, dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Bab V merupakan penutup, yaitu bagian akhir dari penelitian ini, terdiri dari kesimpulan yang merupakan ringkasan dari penelitian ini dan saran-saran terkait hasil penelitian.