

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam adalah agama yang berdasarkan kepada firman Allah swt. yang termaktub dalam Alquran dan Sunnah Rasulullah saw. Umat Islam memandang bahwa Alquran dan Sunnah tidak saja mengatur berbagai permasalahan agama, tetapi juga menjadi pandangan hidup mereka. Oleh karena itu, setiap muslim berkewajiban untuk bertingkah laku dalam seluruh aspek kehidupannya sesuai dengan ketentuan Alquran dan Sunnah, sehingga segala perilakunya tidak menyimpang dari ajaran agama Islam.¹

Dalam ajaran Islam terdapat beberapa pokok ibadah yang menjadi landasan fundamental agama. Beberapa pokok ibadah mendasar itu disebut dengan rukun Islam yang meliputi lima pokok perkara, yaitu syahadat, salat, zakat, puasa, dan naik haji. Kelima hal tersebut merupakan ciri ibadah seorang muslim yang membedakan dengan umat beragama lainnya.²

Pelaksanaan pokok-pokok ibadah yang terkandung dalam rukun Islam tersebut merupakan kewajiban yang harus dilaksanakan seorang muslim. Syahadat merupakan ucapan sumpah janji yang memperkuat akidah untuk senantiasa mengakui dan mengesakan Allah swt. serta mengakui bahwa Nabi Muhammad sebagai utusan-Nya. Salat adalah ibadah ritual yang dijalankan

¹A. Rahman I Doi, *Syari'ah III Muamalah*, terj. Zainuddin dan Rusdi Sulaiman (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1966), hlm. 5.

²Iwan Lamkaruna, Makalah Tentang Rukun Islam. <https://deqwan1.blogspot.co.id/2014/11/makalah-tentang-rukun-islam-puasa-dan-haji.html> (4 Agustus 2016).

sebagai sarana penghubung antara manusia dengan Allah swt. Zakat adalah ibadah yang memiliki dimensi sosial kemasyarakatan sebagai perwujudan ketaatan seorang muslim kepada Allah swt. Puasa adalah ibadah yang memperkuat kepribadian, dan haji sebagai rukun Islam terakhir yang memperlihatkan ketaatan dan keinginan seorang muslim memenuhi panggilan Allah. Kelima pokok ajaran yang terkandung dalam rukun Islam tersebut harus dilaksanakan oleh setiap muslim. Ketaatan seorang muslim dalam melaksanakan rukun Islam akan menggambarkan kadar cinta mereka terhadap Allah swt.

Haji sendiri sudah ada sejak Nabi Adam as. Beliau bersama Siti Hawa atas perintah Allah swt. melaksanakan ibadah haji di Mekkah, kemudian disusul Nabi Ibrahim as. dan Nabi Ismail as. yang dikenal sebagai bapak para Nabi dan Rasul dan diteruskan Nabi Muhammad saw. yang berlangsung sampai sekarang.³ Ibadah haji adalah sebagai tindak lanjut dalam pembentukan sikap mental dan akhlak mulia. Ibadah haji merupakan pernyataan umat Islam seluruh dunia menjadi umat yang satu karena memiliki persamaan atau satu akidah.

Di antara lima pilar rukun Islam, menunaikan ibadah haji merupakan ibadah yang menempati posisi paling sulit dalam tingkat keikhlasan, karena dalam pelaksanaannya tidak sekedar meminta pengorbanan tenaga, melainkan juga biaya. Oleh karena itu, tidak semua orang Islam yang diseru untuk menunaikannya, kecuali bagi mereka yang mampu dan sanggup menunaikannya baik secara materi maupun bekal kemantapan hati sebagaimana tersurat dalam Q.S. Ali Imran/3:97.

³M Noor Matdawam, *Pelaksanaan Ibadah Haji dan Umroh*, (Yogyakarta: Yayasan Bina Karier, 1986) h. 1 <http://edieko271.blogspot.co.id/2015/05/makalah-pelaksanaan-ibadah-haji.html> (4 Agustus 2016).

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مِّمَّا مَكَامُ إِبْرَاهِيمَ ۖ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا ۗ وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۚ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ﴿٢٧﴾

“Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (diantaranya) maqam Ibrahim (tempatnyanya berdiri membangun Ka’bah). Barang siapa memasukinya (baitullah itu) menjadi amalan dia; mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah (orang yang sanggup mendapatkan perbekalan dan alat-alat pengangkutan serta sehat jasmani dan perjalanan aman). Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), maka sesungguhnya Allah Maha Kaya dari semesta alam”⁴.

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.

Selain ibadah haji, ibadah umroh juga merupakan ibadah yang dilakukan di Tanah Suci Mekkah. Syarat yang diberlakukan untuk melakukan perjalanan ibadah umroh juga sama dengan ibadah haji yaitu mampu secara fisik, materi, maupun rohani.

Bagi setiap umat Islam pastinya sangat ingin menjalankan ibadah umroh tersebut, karena dapat mendekatkan diri kepada Allah swt. Namun tidak semua umat Islam yang ingin menjalankan ibadah umroh tersebut memiliki kemampuan secara finansial. Meskipun hanya diwajibkan kepada yang mampu, bagi yang tidak mampu juga berusaha untuk dapat melakukan ibadah tersebut.

⁴Kementerian Agama RI, *Ummul Mukminin Al-Qur’an dan Terjemah untuk Wanita* (Jakarta: Penerbit Wali, 2012), hlm. 62.

Begitu kuat keinginan seseorang untuk datang ke rumah Allah hingga ada yang berusaha sekuat tenaga untuk dapat berkunjung walau hanya sesaat atau minimal sekali seumur hidup. Dengan sedikit demi sedikit uang dari hasil keringatnya.⁵

Banyak jasa perbankan syariah di Indonesia yang menawarkan layanan pembiayaan umroh. Produk pembiayaan ini merupakan produk yang prospeknya bagus karena banyak orang muslim yang juga ingin menunaikan umroh, akan tetapi selalu terbentur dengan biaya yang mahal. Oleh karena itu, peranan perbankan syariah sangat besar di sini. Bank bukan hanya sebagai tempat untuk mencari keuntungan atau berinvestasi untuk kehidupan dunia saja akan tetapi sebagai jalan mendekatkan diri kepada Allah swt.

Saat ini sedang gencar-gencarnya perbankan syariah menawarkan produk terbaru mereka, yaitu pembiayaan umroh. Dalam pembiayaan umroh bank syariah menggunakan akad *ija>rah* multijasa. Transaksi *ija>rah* dilandasi adanya pemindahan manfaat. Jadi, pada dasarnya prinsip *ija>rah* sama dengan prinsip jual beli, namun perbedaannya terletak pada objek transaksinya. Bila jual beli objek transaksinya adalah barang, maka pada *ija>rah* objek transaksinya jasa.⁶ Pembiayaan umroh ini didasarkan pada fatwa DSN No. 29/DSN-MUI/VI/2002 tentang pembiayaan pengurusan haji lembaga keuangan syariah.

⁵Ryan Bayu Indra S, *Hukum Umroh atau Haji dicicil*. <http://beritasantai.com/hukum-umroh-atau-haji-dicicil-kredit.html> (30 Maret 2016)

⁶ M Sulhan dan Ely Siswanto, *Manajemen Bank Konvensional dan Syariah* (Malang: UIN-Malang Press, 2008), hlm. 149

Menurut Kemas Erwan, pembiayaan umroh ini untuk merespon tingginya minat untuk beribadah umroh di kalangan kelas menengah di Indonesia. Jumlah jamaah umroh di Indonesia setiap tahun bertambah hingga mencapai satu juta orang pertahun.⁷

Target pemasarannya yaitu masyarakat muslim yang ingin menjalankan ibadah umroh namun terkendala biaya. Produk pembiayaan umroh menjadi salah satu favorit nasabah, karena pembiayaan bisa dilakukan untuk lima orang dengan gratis biaya administrasi serta diskon ujan sehingga cicilan murah. Pembayaran bisa dilakukan secara berangsur selama tiga tahun setelah kepulangan dari Tanah Suci.

Meskipun bank syariah telah meluncurkan produk pembiayaan konsumtif berupa pembiayaan umroh yang dapat memfasilitasi keinginan masyarakat, namun yang tidak kalah pentingnya bagi bank syariah adalah bagaimana cara memasarkan produknya agar dapat menarik minat masyarakat terhadap produk pembiayaan umroh tersebut.

Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan kombinasi dari empat variabel yang dapat menunjang kegiatan pemasaran perusahaan, yaitu: produk, harga, tempat, dan promosi. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, organisasi, informasi, dan ide. Selain produk, harga juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen karena harga relatif murah atau terjangkau maka akan

⁷Koran Republika.co.id, *BRI Syariah dan BSM Bidik Pembiayaan Umrah*, <http://m3.Republika.co.id/berita/koran/syariah-koran/15/08/14/nt2ec712-bri-syariah-dan-bsm-bidik-pembiayaan-umrah> (11 April 2016).

mempengaruhi konsumen untuk membeli produk tersebut. Lokasi suatu usaha juga menentukan keberhasilan usaha tersebut. Pada lokasi yang tepat, strategis, dekat dengan keramaian serta memiliki akses jalan yang mudah maka sebuah usaha akan lebih sukses dibanding gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis. Promosi merupakan faktor yang penting juga dalam bauran pemasaran. Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mempromosikan produk kepada konsumen agar konsumen membeli produk tersebut.

Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian lebih mendalam dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Masyarakat Banjarmasin Timur pada Pembiayaan Umroh Bank Syariah”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah, maka permasalahan yang dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Apakah bauran pemasaran yaitu faktor produk, harga, promosi dan tempat memengaruhi minat masyarakat Banjarmasin Timur terhadap pembiayaan umroh pada bank syariah secara parsial dan simultan?
2. Variabel manakah yang paling dominan memengaruhi minat masyarakat Banjarmasin Timur terhadap pembiayaan umroh pada bank syariah?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran yaitu faktor produk, harga, promosi dan tempat secara parsial dan simultan terhadap minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh bank syariah.
2. Untuk mengetahui variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh bank syariah.

D. Signifikansi Penelitian

Adapun hasil penelitian yang penulis lakukan ini, diharapkan dapat berguna untuk:

1. Kegunaan Teoritis. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu para akademisi yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut seputar topik yang dibahas dan membantu masyarakat untuk mengenal lebih jauh berbagai masalah yang dihadapi perbankan syariah.
2. Kegunaan Praktis. Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan pihak perbankan syariah dalam melakukan pemasaran produk melalui bauran pemasaran agar dapat menarik minat nasabah.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kekeliruan dan kesalahan dalam memahami penelitian ini, maka penulis perlu memberikan batasan istilah dan penegasan judul penelitian:

1. Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah faktor yang meliputi dimensi kompetitif yang dikuasai dan dapat digunakan oleh perusahaan atau produsen atau manajer pemasaran untuk memengaruhi permintaan konsumen atau pasar terhadap produk yang dihasilkannya.⁸ Faktor yang dimaksud adalah kombinasi dari empat variabel yang dapat menunjang kegiatan pemasaran perusahaan, yaitu: produk, harga, tempat, dan promosi. Yang dimaksud penulis adalah kegiatan pemasaran produk pembiayaan umroh yang dilakukan oleh bank syariah dengan menggunakan bauran pemasaran.
2. Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu.⁹ Yang dimaksud penulis adalah kecenderungan masyarakat Banjarmasin Timur untuk menggunakan jasa pembiayaan umroh pada bank syariah.
3. Masyarakat adalah sejumlah manusia dalam arti seluas-luasnya dan terikat oleh suatu kebudayaan yang mereka anggap sama.¹⁰ Masyarakat yang dimaksud penulis adalah penduduk yang tinggal di Kecamatan Banjarmasin Timur yang terdiri dari 9 kelurahan yaitu, Pekapuran Raya, Karang Mekar, Kebun Bunga, Sungai Lulut, Kuripan, Sungai Bilu, Pengambangan, Benua Anyar, dan Pemurus Luar yang belum pernah melakukan transaksi pembiayaan umroh pada bank syariah.

⁸Sumadji P, Yudha Pratama, dan Rosita, *Kamus Ekonomi* (WIPRESS: 2006), hlm. 469.

⁹Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), hlm. 583.

¹⁰*Ibid.*, hlm. 564.

4. Pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa: (a) transaksi bagi hasil dalam bentuk *Mud}a>rabah* dan *Musya>rakah*; (b) transaksi sewa-menyewa dalam bentuk *ija>rah* dan sewa beli dalam bentuk *ija>rah muntahiyah bit tamlik*; (c) transaksi jual beli dalam bentuk piutang *mura>bah}ah*, salam, dan *istis}na*; (d) transaksi pinjam meminjam dalam bentuk *qard}*; (e) transaksi sewa-menyewa jasa dalam bentuk *ija>rah* untuk transaksi multijasa.¹¹ Pembiayaan yang dimaksud penulis adalah pembiayaan umroh yaitu produk pembiayaan yang ditawarkan bank syariah kepada masyarakat untuk melaksanakan ibadah umroh ke Mekkah. Pembiayaan ini menggunakan prinsip akad jual beli manfaat/jasa (*ija>rah* multijasa).
5. Bank syariah adalah bank yang kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip syariah/hukum Islam, dan dikenal juga dengan bank Islam.¹² Bank syariah yang dimaksud penulis adalah bank syariah secara umum yang ada di Banjarmasin.

F. Hipotesis Penulisan

Hipotesis merupakan dugaan sementara kemungkinan benar atau juga kemungkinan salah. Hipotesis tersebut akan ditolak jika ternyata salah, dan akan diterima jika fakta-fakta membenarkan.

¹¹Ahmad Ifham Sholihim, *Buku Pintar Ekonomi Syariah* (Jakarta: PT Gramedia, 2010), hlm. 590.

¹²*Ibid.*, hlm. 150.

1. Hipotesis Simultan

Variabel bauran pemasaran yang terdiri dari variabel produk, harga, promosi, dan tempat berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh bank syariah.

2. Hipotesis Parsial

a. Variabel produk berpengaruh terhadap minat masyarakat Banjarmasin Timur pada Pembiayaan umroh bank syariah.

b. Variabel harga berpengaruh terhadap minat masyarakat Banjarmasin Timur pada Pembiayaan umroh bank syariah.

c. Variabel promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat Banjarmasin Timur pada Pembiayaan umroh bank syariah.

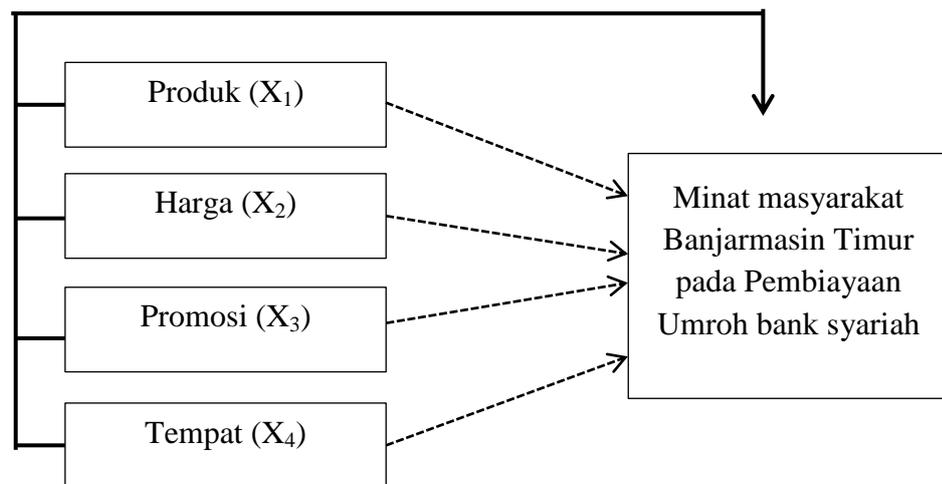
d. Variabel tempat berpengaruh terhadap minat masyarakat Banjarmasin Timur pada Pembiayaan umroh bank syariah.

3. Variabel harga mempunyai pengaruh dominan terhadap minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh bank syariah.

G. Kerangka Pemikiran

Pokok masalah penelitian ini adalah pengaruh dari bauran pemasaran yang dilakukan bank syariah untuk menarik minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh yang ditawarkan oleh bank syariah.

Dalam penelitian ini akan diketahui apakah faktor produk (X_1), harga (X_2), promosi (X_3), dan tempat (X_4) terhadap minat masyarakat Banjarmasin Timur pada pembiayaan umroh bank syariah (Y).



Gambar 1.1. Kerangka Pemikiran

Sumber: Data Diolah (2016)

Keterangan:

—————> : Pengaruh secara simultan

-----> : Pengaruh secara parsial

Sumber: Data Diolah

H. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini kajian pustaka sangat diperlukan untuk menghindari penelitian yang sama dengan penelitian yang penulis teliti. Berdasarkan penelaahan penulis terhadap penelitian terlebih dahulu, ada beberapa penelitian yang berkaitan dengan apa yang penulis teliti, yaitu:

Pertama, penelitian yang dilakukan Noor Hafizah Uhdlyati (1001150149) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Jurusan Ekonomi Syariah yang berjudul *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin*. Masalah dalam penelitian ini adalah mengenai apakah terdapat pengaruh dan seberapa besar pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan mahasiswa memilih jurusan Ekonomi Syariah di IAIN Antasari Banjarmasin serta bagaimana persepsi/pandangan Islam terhadap bauran pemasaran tersebut. Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Sifat penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kuantitatif. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah subjek, objek, dan tempat penelitian. Persamaan dengan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap variabel terikat yang penulis lakukan.

Kedua, penelitian yang dilakukan Mariya Ulfah (1001150141) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Jurusan Ekonomi Syariah dengan judul *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perjalanan Haji Khusus dan Umroh Pada Biro Perjalanan Kaltrabu Banjarmasin*. Masalah dalam penelitian ini adalah karena banyaknya konsumen yang merasa tertipu karena konsumen kurang teliti dalam memutuskan untuk menggunakan jasa biro perjalanan haji khusus dan umroh tersebut, biro perjalanan biasanya menjanjikan kepada jemaah hal-hal yang membuat jemaah tertarik tapi ketika konsumen menggunakan biro perjalanan tersebut tidak sesuai dengan yang konsumen dapatkan sehingga konsumen merasa dirugikan.

Konsumen biasanya tertarik menggunakan biro perjalanan haji khusus dan umroh karena dipengaruhi beberapa faktor, antara lain faktor produk, promosi, harga, dan pelayanan. Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Sifat penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kuantitatif. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah subjek, objek, dan tempat penelitian. Persamaan dengan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap variabel terikat yang penulis lakukan.

Ketiga, penelitian yang dilakukan Nazarudin Arif (1131161225) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Jurusan Perbankan Syariah dengan judul *Minat Nasabah Bank Kalsel Syariah Banjarmasin Terhadap Produk Tabungan Haji*. Masalah dalam penelitian ini adalah karena produk tabungan haji yang ada pada Bank Kalsel Syariah Banjarmasin mengalami penambahan nasabah terus menerus setiap tahunnya dari awal dibukanya produk tersebut. Selain itu, banyak terdapat produk tabungan haji yang berada pada Bank Konvensional maupun bank yang menggunakan syariah namun kesesuaian produk tabungan haji tersebut terhadap Fatwa DSN masih perlu dipertanyakan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah subjek, objek, dan tempat penelitian. Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas tentang minat untuk melakukan ibadah ke Tanah Suci namun yang meneliti maksud adalah pembiayaan untuk melakukan ibadah umroh.

I. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi yang dilakukan ini terdiri dari 5 (lima) bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab pertama adalah pendahuluan, yaitu terdiri dari latar belakang masalah. Agar peneliti menjadi terarah maka dibuatlah rumusan masalah. Dan terhindar dari kesalahpahaman penelitian penulis, maka dibuat definisi operasional. Untuk dapat mengetahui manfaat dari penelitian yang dilakukan maka dirumuskan kedalam signifikansi penelitian dan kajian pustaka diperlukan untuk menghindari permasalahan yang sama dengan penelitian sebelumnya. Maka disusunlah sistematika penulisan.

Bab kedua merupakan landasan teori kasus yang diteliti terdiri dari teori pemasaran, minat, dan pembiayaan.

Bab ketiga merupakan metode penelitian terdiri dari jenis, sifat dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data serta tahapan penelitian, hal ini dibuat agar penelitian ini sistematis sesuai dengan prosedur penelitian.

Bab keempat adalah laporan hasil penelitian, yang menguraikan dengan jelas data hasil penelitian di lapangan, yaitu terdiri dari: penyajian data yang merupakan interpretasi dari hasil penelitian yang dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada responden.

Bab kelima adalah bab terakhir sebagai penutup. Dalam hal ini penulis memberikan simpulan pada hasil penelitian dan dikemukakan juga beberapa saran yang diperlukan.