



عَلَيْهِمْ وَهُوَ مَسْئُولٌ عَنْهُمْ وَالرَّجُلُ رَاعٍ عَلَى أَهْلِ بَيْتِهِ وَهُوَ مَسْئُولٌ عَنْهُمْ وَالْمَرْأَةُ رَاعِيَةٌ عَلَى بَيْتِ بَعْلِهَا وَوَلَدِهِ وَهِيَ مَسْئُولَةٌ عَنْهُمْ وَالْعَبْدُ رَاعٍ عَلَى مَالِ سَيِّدِهِ وَهُوَ مَسْئُولٌ عَنْهُ فَكُلُّكُمْ رَاعٍ وَكُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ

“Ibnu Umar r.a berkata : saya telah mendengar Rasulullah SAW bersabda : setiap orang adalah pemimpin dan akan diminta pertanggungjawaban atas kepemimpinannya. Seorang kepala negara akan diminta pertanggungjawaban perihal rakyat yang dipimpinnya. Seorang suami akan ditanya perihal keluarga yang dipimpinnya. Seorang isteri yang memelihara rumah tangga suaminya akan ditanya perihal tanggungjawab dan tugasnya. Bahkan seorang pembantu/pekerja rumah tangga yang bertugas memelihara barang milik majikannya juga akan ditanya dari hal yang dipimpinnya. Dan kamu sekalian pemimpin dan akan ditanya (diminta pertanggung jawaban) dari hal-hal yang dipimpinnya. (HR. Bukhari, Muslim).”<sup>3</sup>

Pada dasarnya, ayat dan hadis di atas berbicara tentang etika kepemimpinan dalam Islam. Dalam hadis ini dijelaskan bahwa etika paling pokok dalam kepemimpinan adalah tanggung jawab. Semua orang yang hidup di muka bumi ini disebut sebagai pemimpin. Karenanya, sebagai pemimpin, mereka semua memikul tanggung jawab sekurang-kurangnya terhadap dirinya sendiri. Pemasaran syariah mengajarkan bahwa seseorang pemasar memiliki tanggung jawab yang berakhir tidak hanya tercapainya keberhasilan usaha tetapi juga mempertanggung jawabkan segenap proses usahanya dihadapan Allah Swt.

Adapun yang dimaksud dengan manajemen pemasaran syariah adalah salah satu bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal yang terlarang oleh ketentuan syariah, baik proses penciptaan, proses penawaran maupun proses perubahan nilai yang

---

<sup>3</sup> HR. al-Bukhari, *Shahih al-Bukhariy*, IV/6, Hadits No. 2751.

tidak bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang Islami dalam suatu transaksi atau dalam suatu bisnis.<sup>4</sup>

Seorang muslim yang kreatif akan mampu menggerakkan masyarakat disekitarnya, mampu mendorong penyerapan tenaga kerja, serta mampu mendidik tenaga kerja untuk terus berkembang. Manajemen sangat penting dalam kegiatan bisnis. Kebutuhan manajemen, bukan hanya karena kebutuhan akan berkembang bisnis dan respon terhadap lingkungan perubahan organisasi, namun lebih jauh dari itu, kebutuhan terhadap manajemen ialah kebutuhan untuk mensukseskan tercapainya tujuan bisnis, serta terlaksananya seluruh kegiatan operasional bisnis dengan optimal.<sup>5</sup>

Pada saat ini tidak dapat dipungkiri bahwasanya globalisasi telah menuntut banyak perubahan, evaluasi serta peningkatan diberbagai bidang ekonomi. Jika dihubungkan dengan sistem pemasaran, suatu sifat usaha perusahaan perlu adanya persiapan dan dorongan agar bisa mempersiapkan kehidupan dan kebutuhan dalam jumlah besar dikemudian hari.

Keberhasilan suatu lembaga keuangan dalam pemasarannya dengan konsumen, sangat ditentukan oleh keberhasilan manajemen usaha-usaha di bidang pemasarannya. Keberhasilan tersebut juga dapat ditentukan oleh ketetapan produk yang dapat memprngaruhi ketertarikan konsumen yang biasanya ditentukan lewat penelitian/bauran sebelum produk tersebut dipasarkan.

---

<sup>4</sup> Amin Widjaja Tunggal, *Audit Pemasaran Marketing Audit* (Jakarta: Rineka Cipta, 1999), hlm.1.

<sup>5</sup> Buchari Alma Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, Cet, Ket.2 (Bandung: Alfabeta 2014), hlm. 110.

Produk tabungan merupakan suatu produk kebutuhan pokok bagi mereka yang menginginkan keamanan, praktisi, investasi, spekulasi sampai dengan pelayanan terbaik atas uang atau harta yang mereka miliki. Adapun tabungan yang ditawarkan oleh Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin ialah tabungan iB *Al-Barakah*, tabungan iB *Haji Ar-Rahman*, tabunganKu iB dan tabungan Simpanan Pelajar iB. Diantara produk tabungan yang ditawarkan oleh Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin, produk yang penulis tertarik cermati adalah produk tabungan Simpanan Pelajar iB.

Produk tabungan simpanan pelajar iB merupakan program pemerintahan pemerintah dan dijalankan oleh OJK. Untuk mendukung program ini Presiden Joko Widodo sendiri yang meluncurkan produk tabungan ini yaitu pada tanggal 14 Juni 2015. Pemerintah melalui Presiden berharap bahwa anak-anak Indonesia mulai mengenal perencanaan keuangan sejak dini dan mulai tertarik mengenal perbankan melalui produk tabungan ini, sehingga akan muncul generasi melek keuangan yang menjadikan kebiasaan menabung bukanlah kewajiban, tetapi berkembang menjadi bagian dari gaya hidup.<sup>6</sup> Salah satu bank yang juga menjalankan program ini ialah Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin, dan diluncurkan pada tanggal 9 November 2015 yang didukung OJK.

Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin sebagai Bank Daerah Kalsel memiliki target marketing yang lebih aktif untuk mendorong aktivasi, sosialisasi, dan pengaplikasian tabungan simpanan pelajar iB di Provinsi

---

<sup>6</sup> Siaran Pers, *Dorong Budaya Menabung*, OJK Kembangkan Tabungan Simpanan Pelajar “SimPel/SimPel iB” NO.SP-73/DKNS/OJK/9/2015.

Kalimantan Selatan. Hal ini menegaskan bahwa peran Bank Kalsel sebagai motor penggerak gerakan tabungan simpanan pelajar iB di Kalsel.

Setelah dilakukan peninjauan awal dari data yang didapat penulis, maka ditemukan hal-hal dalam memasarkan produk simpanan pelajar iB ini, yaitu:

1. Produk simpanan pelajar iB ini merupakan produk baru

Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin meluncurkan produk tabungan ini pada tanggal 9 November 2015. Yang merupakan upaya dan dukungan penuh OJK dalam membangkitkan kembali budaya menabung sejak dini bagi pelajar.

2. Adanya perbedaan biaya administrasi dari penggunaan fasilitas kartu ATM (Anjungan Tunai Mandiri) antara pihak bank dan OJK.

Pihak bank menetapkan biaya administrasi dari penggunaan fasilitas ATM, sedangkan pihak OJK membebaskan biaya tersebut.

3. Banyaknya bank lain yang mengeluarkan produk tabungan serupa

Baik bank syariah maupun bank konvensional banyak yang mengeluarkan produk tabungan simpel, sehingga nasabah memiliki banyak pilihan untuk memilih produk tabungan yang di inginkan.

4. Adanya pembagian segmentasi pemasaran produk Simpanan Pelajar iB antara Bank Kalsel Syariah dan Konvensional.

Dari pihak Bank Kalsel Syariah dan Konvensional ada pembagian segmentasi pasar antara keduanya, yaitu sasaran yang dilakukan oleh Bank Kalsel Syariah yakni ke sekolah-sekolah yang berlandaskan agama Islam saja.

Sedangkan sasaran yang dilakukan oleh Bank Kalsel Konvensional sebaliknya, yakni ke sekolah-sekolah umum.

5. Minimnya pemahaman para pelajar akan pengetahuan dan pemahaman keuangan pribadi mereka masing-masing.

Sehingga belum banyak dari pelajar yang sadar akan keutamaan menabung sejak dini.

6. Semakin meningkatnya target yang bank dapatkan dari OJK pertahunnya.

OJK memberikan target pencapaian yang semakin tahun semakin meningkat untuk produk simpanan pelajar iB ini, dikarenakan OJK ingin mencetuskan/membiasakan generasi muda yang paham tentang keuangan dan mengembangkan posisi produk tabungan simpanan pelajar iB.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang mendalam tentang bagaimana upaya Bank Kalsel dalam mencari alternatif lain dari segala hal pemasaran yang ada, dan hasilnya akan dituangkan dalam sebuah skripsi dengan judul **Upaya Manajemen Pemasaran Produk Simpanan Pelajar iB pada Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.**

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana upaya manajemen pemasaran produk simpanan pelajar iB pada Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin?
2. Apa saja kendala yang dihadapi Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin dalam rangka pemasaran produk tabungan Simpanan Pelajar iB?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui upaya manajemen pemasaran produk simpanan pelajar iB pada Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin dalam rangka memasarkan produk tabungan Simpanan Pelajar iB.

### **D. Signifikansi Penelitian**

Adapun signifikansi penelitian ini adalah:

1. Bahan informasi bagi mereka yang akan mengadakan penelitian mendalam berkenaan dengan permasalahan ini dari sudut pandang yang berbeda.
2. Bahan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya dibidang ekonomi syariah yang salah satunya adalah bidang manajemen pemasaran.
3. Sebagai kontribusi pengetahuan dalam memperkaya khazanah di perpustakaan IAIN Antasari pada umumnya dan khususnya di perpustakaan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, serta pihak lain yang berkepentingan dengan hasil penelitian ini.

### **E. Definisi Operasional**

Untuk menghindari kekeliruan dan kesalahpahaman, penulis berusaha membuat definisi operasional sebagai berikut:

1. Upaya yaitu usaha/ikhtiar (untuk mencapai suatu maksud, memecahkan persoalan, mencari jalan keluar.<sup>7</sup> Yang dimaksud dalam penelitian ini adalah usaha Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin dalam memecahkan masalah kendala pemasaran setelah strategi pemasaran itu sudah ada agar strategi tersebut bisa lebih optimal.
2. Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dengan maksud untuk mencapai sasaran organisasi.<sup>8</sup> Yang dimaksud dalam penelitian ini adalah manajemen pemasaran Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin agar bisa mencari strategi dengan alternatif lain yang lebih bisa mencapai sasaran nasabah.
3. Produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan. Dalam *marketing*, produk adalah apapun yang bisa ditawarkan ke sebuah pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan.<sup>9</sup>
4. Simpanan pelajar iB merupakan simpanan yang dikhususkan bagi para pelajar baik SD, SLTP, dan SLTA yang dikelola berdasarkan akad Mudharabah dengan nisbah bagi hasil dan dapat ditarik setiap saat.<sup>10</sup>

---

<sup>7</sup> Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, ed. 3, Cet. Ke- 4 (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hlm. 1250.

<sup>8</sup> *Ibid*, hlm. 5.

<sup>9</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *op. cit.*, hlm.12.

<sup>10</sup> Bank Kalsel, *Produk Simpanan Pelajar iB*, [http:// www.bankkalsel.co.id/index.php /produk-dan-layanan/pendanaan/tabungan-ib-pelajar](http://www.bankkalsel.co.id/index.php/produk-dan-layanan/pendanaan/tabungan-ib-pelajar) (4 Februari 2017, 20:58 WITA).



5. Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin adalah bank milik Pemerintah Provinsi Kalimantan Selatan bersama-sama dengan Pemerintah Kota Kabupaten Se-Kalimantan Selatan dan didirikan pada tanggal 13 Agustus 2004. Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin hadir dalam rangka memberikan alternatif pelayanan perbankan kepada masyarakat Kalimantan Selatan yang mayoritas beragama Islam.

#### **F. Kajian Pustaka**

Untuk menghindari kesalahan dan memperjelas permasalahan yang Penulis angkat, maka diperlukan kajian pustaka untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian yang telah ada. Berdasarkan hal tersebut ada skripsi yang berjudul *Strategi Pemasaran Tabunganku iB Pada Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Banjarmasin* oleh Yeni Sartika NIM: 1101160253.<sup>11</sup> Penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran tabunganKu iB pada Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin serta berbagai kendala yang dihadapi oleh pihak Bank. Produk tabungan ini berupa tabungan yang dikhususkan untuk anak-anak para pelajar dan mahasiswa, akan tetapi masyarakat umum pun juga dapat menggunakan tabunganKu iB dari Bank Kalsel Syariah ini. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa tabunganKu iB pada Bank Kalsel Kantor Cabang

---

<sup>11</sup> Yeni Sartika, "Strategi Pemasaran Tabunganku iB Pada Bank Kalsel Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. (Tinjauan Strategi Pemasaran )." Skripsi, (Banjarmasin: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari, 2011), t.d.

Syariah Banjarmasin sudah sesuai dengan prinsip syariah karena menggunakan akad wadiah.

Kemudian skripsi yang berjudul *Manajemen Pengelolaan Produk Barang Yang Tidak Terjual di Cv. Rabbani Asysa Cabang Banjarmasin* oleh Milisa NIM: 0901150106.<sup>12</sup> Penelitian ini membahas tentang manajemen pengelolaan produk barang yang tidak terjual di CV. Rabbani Asysa Cabang Banjarmasin, faktor-faktor yang menjadi kendala dalam menjalankan manajemen pengelolaan produk barang yang tidak terjual dan untuk mengetahui tinjauan manajemen syariah terhadap manajemen pengelolaan produk barang yang tidak terjual. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa perusahaan ini menggunakan proses pengelolaan dengan cara menyimpan produk barang yang tidak terjual. Mereka mengumpulkan produk barang yang tidak terjual tersebut dari uni-unit lain, setelah produk barang yang tidak terjual tersebut terkumpul maka barulah akan dilakukan cara-cara untuk memanfaatkan produk barang tersebut.

Kemudian skripsi yang berjudul *Manajemen Strategi Pemasaran Pikatan Water Park di Temanggung Oleh Pd. Bhumi Phala Wisata* oleh M. Nurul Huda S1 Ilmu Administrasi Negara, MANAJEMEN DAN KEBIJAKAN PUBLIK: 2015 UGM.<sup>13</sup> Penelitian ini membahas tentang manajemen strategi pemasaran Pikatan Water Park di Temanggung oleh PD. Bhumi Phala Wisata. Dalam melakukan analisis strategi pemasaran, peneliti menggunakan alat analisis berupa

---

<sup>12</sup> Yeni Sartika, "Manajemen Pengelolaan Produk Barang Yang Tidak Terjual di CV. Rabbani Asysa Cabang Banjarmasin. (Tinjauan berdasarkan aspek manajemen)." Skripsi, (Banjarmasin: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari, 2013), t.d.

<sup>13</sup> M. Nurul Huda, "Manajemen Strategi Pemasaran Pikatan Water Park di Temanggung Oleh Pd. Bhumi Phala Wisata." Skripsi, (Jogja: Ilmu Administrasi Negara, 2015), t.d.

Matriks Internal Factor Evaluation (IFE), Matriks External Factor Evaluation (EFE), Matriks Internal-External (IE) dan juga Matriks SWOT (Strength, weakness, opportunities and threats). Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa posisi pengelola objek wisata Pikatan Water Park yaitu PD.Bhumi Phala Wisata berada di posisi rata-rata dengan total skor untuk matriks IFE adalah 2,746 dan total skor untuk matriks EFE adalah 2,874. Oleh karena itu, strategi terbaik yang sebaiknya dilakukan adalah menjaga dan mempertahankan posisi yang selama ini sudah diraih. Kebijakan yang umum dari strategi ini adalah dengan melakukan penetrasi pasar dan mengembangkan produk. Dengan cara mempertahankan posisi sebagai objek wisata yang bervariasi, harga yang kompetitif dan letak yang strategis dengan pelayanan yang maksimal serta mempertahankan profesionalitas dalam pengelolaan objek maupun manajemen perusahaan.

Berkaitan dengan hal di atas, dapat disimpulkan bahwa sudah ada penelitian terdahulu tentang strategi pemasaran dan manajemen strategi pemasaran pada teori-teori tertentu serta objek berbeda dengan tabungan pelajar, namun pada penelitian terdahulu terdapat perbedaan dengan penelitian yang Penulis lakukan. Penelitian ini tetap menjadi panduan guna mendapatkan referensi penulisan yang benar. Dalam penelitian ini Penulis lebih banyak menitikberatkan pada usaha karyawan dalam manajemen pemasaran produk Simpanan Pelajar iB yaitu mencari alternatif lain dari strategi pemasaran yang sudah ada pada Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin agar lebih optimal.

## **G. Sistematika Penulisan**

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab yang disusun secara sistematis, yaitu sebagai berikut:

Bab pertama, pendahuluan merupakan bab yang menguraikan serta menjelaskan bagaimana latar belakang masalah yang membantu dalam penentuan judul dan gambaran permasalahan yang akan diteliti. Setelah permasalahan sudah digambarkan dan dirumuskan dalam rumusan masalah, selanjutnya disusun tujuan penelitian yang diinginkan. Selain daripada itu penelitian ini juga untuk membatasi istilah-istilah judul penelitian yang bermakna umum atau luas agar terhindar dari kekeliruan dalam menafsirkan sehingga dibuatlah definisi operasional. Kemudian menentukan kajian pustaka sebagai salah satu informasi bahwa belum adanya tulisan atau penelitian serupa dengan yang akan diteliti oleh penulis. Adapun sistematika penulisan yaitu susunan skripsi secara keseluruhan.

Bab kedua landasan teori, pada bab ini akan dijabarkan teori-teori yang akan berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literature, maupun dari situs web yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan juga sumber informasi, yaitu seperti teori-teori tentang pemasaran, manajemen pemasaran dan tabungan dalam bank syariah yang dijadikan penulis tolak ukur dari penyajian data yang ditemukan dalam penelitian dan pedoman penganalisaan data yang penulis lakukan.

Bab ketiga metode penelitian, merupakan cara atau teknik yang ditempuh dalam melakukan pengumpulan data yang ada di lapangan. Terdiri dari jenis penelitian yaitu jenis penelitian ini penelitian lapangan yang digunakan dalam

penelitian ini. Sifat penelitian yang bersifat kualitatif, dan lokasi penelitian yang sudah dipilih yaitu Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. Selanjutnya subjek dan objek penelitian yang menjadi sumber informasi tentang data-data yang digali, setelah itu maka dibuatlah data dan sumber data yang berisikan tentang data-data apa saja yang diperlukan dan siapa yang menjadi sumber datanya, untuk teknik pengumpulan data tersebut di analisis, kemudian untuk mengetahui tahapan-tahapan penelitian maka disusun dalam tahapan penelitian.

Bab keempat laporan hasil penelitian, di mana dalam laporan hasil penelitian ini penulis menggambarkan gambaran produk Simpanan Pelajar iB dan mengenai upaya manajemen pemasaran serta kendala pemasaran tabungan simpanan pelajar iB pada Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

Bab kelima penutup, yang berisikan tentang kesimpulan dari hasil permasalahan penelitian, saran-saran untuk pihak lembaga keuangan yang terkait dan untuk pihak yang melakukan penelitian serupa.