

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam dunia modern sekarang ini, peranan perbankan dalam memajukan suatu negara sangatlah besar, hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa perbankan. Oleh karena itu, saat ini dan masa datang kita tidak akan lepas dari dunia perbankan, jika hendak menjalankan aktivitas keuangan, baik perorangan ataupun suatu perusahaan.¹

Bagi masyarakat yang hidup di negara-negara maju, seperti negara-negara Eropa, Amerika dan Asia, mendengar kata bank sudah bukan merupakan barang asing. Bank merupakan mitra dalam rangka memenuhi semua kebutuhan keuangan mereka. Bank dijadikan tempat untuk melakukan berbagai transaksi yang berhubungan dengan keuangan seperti tempat mengamankan uang, melakukan pembayaran, pengiriman uang, melakukan penagihan.

Perbankan dalam kehidupan suatu negara merupakan salah satu agen pembangunan (*agen of development*). Hal ini dikarenakan fungsi utama dari perbankan sebagai lembaga intermediasi keuangan, yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk pinjaman atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat.²

¹ Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), hlm 2

² Zubari Hasan, *Undang-undang Perbankan Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009, hlm 6

Pada saat terjadi krisis moneter di Indonesia banyak bank konvensional yang menggunakan prinsip bunga mengalami kepailitan. Namun, kondisi itu berbeda dengan perbankan yang menggunakan prinsip syariah karena tidak dibebani oleh nasabah membayar bunga simpanannya tetapi hanya membayar bagi hasil yang jumlahnya sesuai dengan tingkat keuntungan yang diperoleh dalam sistem pengelolaan perbankan syariah.

Era perbankan syariah di Indonesia di mulai pada tahun 1992 dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) sebagai lembaga perbankan syariah yang pertama kali. Sejak saat itu, tingkat pertumbuhan perbankan syariah di tanah air sangat signifikan, rata-rata mencaapai 70% setiap tahun. Pada tahun 2005 telah hadir 3 bank umum syariah, 17 unit usaha syariah dari bank umum konvensional, dan 90 bank perkreditan syariah yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia³

Indonesia merupakan Negara berpenduduk muslim terbesar di dunia hampir 85% yang tersebar dari sabang sampai merauke, oleh karena itu merupakan salah satu modal utama kenapa banyak bank-bank konvensional membuka unit usaha syariah ataupun membuka bank syariah yang terlepas dari induk usahanya. Selain itu bank-bank syariah berlomba-lomba membuat berbagai macam produk pembiayaan di antaranya produk pembiayaan talangan haji. Produk pembiayaan ini menggunakan prinsip *Qardh wal Ijarah*. *Qardh wal Ijarah* adalah akad

³ Data statistik Perbankan Syariah, Oktober 2005, Direktorat Perbankan Syariah, Bank Indonesia.

pemberian pinjaman dari bank untuk nasabah yang disertai dengan penyerahan tugas agar bank menjaga barang jaminan yang diserahkan. Dalam arti kata, pihak bank menjaga jaminan yang diberikan oleh nasabah.⁴

Produk pembiayaan ini merupakan produk yang prospeknya bagus karena banyak orang muslim ingin sekali menunaikan ibadah haji, akan tetapi selalu terbentur masalah biaya yang sangat mahal, oleh karena itu peranan perbankan syariah sangat besar disini. Bank bukan hanya sebagai tempat untuk mencari keuntungan ataupun berinvestasi untuk kehidupan dunia saja akan tetapi sebagai jalan mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Pada hakikatnya haji diwajibkan bagi setiap muslim yang sudah memenuhi syarat. Syarat haji yaitu Islam, *baligh*, berakal, sehat, dan kesanggupan atau *istita'ah*. Anak kecil tidak diwajibkan berhaji, baik sudah *mumayiz* maupun yang belum *mumayiz*. Orang yang tidak mempunyai akal sehat seperti orang gila tidak wajib melaksanakan haji karena dia tidak mempunyai beban atau bukan orang *mukalaf* dan para ulama sepakat bahwa *istita'ah* juga merupakan syarat kewajiban haji yaitu dalam Al-Qur'an surat Al-Imran ayat 97.⁵



⁴ www.syariahmandiri.co.id

⁵ Muhamad Jawad Mughniyah, *Al-Fiqhu 'Ala Al Mazhabi Al-Khamsa*, Team Basrie Press, "Fiqh Lima Madzhab", Jakarta: Basrie Press, 1991, hlm. 255-256. Baca juga pada Amir Syarifudin, *Garis-garis Besar Fiqh*, Jakarta: Prenada Media, 2003, hlm. 62



Artinya: “Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam Ibrahim; Barangsiapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah dia; mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, Yaitu (bagi) orang yang sanggup Mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), Maka Sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam.”

Berdasarkan keterangan ayat di atas, sanggup memiliki dua arti yaitu *pertama* sanggup dalam arti mampu mengerjakan haji sendiri dan yang *kedua* yaitu sanggup mengerjakan haji dengan jalan digantikan oleh orang lain.⁶

Syarat-syarat kesanggupan untuk menunaikan ibadah haji antara lain:

1. Sehat badannya, apabila ia tidak sanggup menunaikan haji yang disebabkan tua, cacat, atau karena sakit yang tidak dapat diharapkan kesembuhannya, tetapi ia memiliki harta hendaknya diwakilkan kepada orang lain.
2. Jalan yang akan dilalui yaitu calon haji terjamin keamanannya baik jiwanya maupun hartanya.
3. Memiliki bekal dan kendaraan, yaitu memiliki dana untuk biaya perjalanan pergi, pulang dan untuk keluarga yang ditinggalkan.

Peningkatan kinerja pemasaran dalam dunia perbankan disebabkan oleh dua hal, pertama karena semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat akan bank, pengetahuan masyarakat yang lebih baik tentang fungsi dan peranan bank

⁶ Ibnu Rusyd, *Bidayatul Mujtahid*, A. Hanafi, “terjemahan, Bidayatul M

menyebabkan masyarakat sudah pandai memilih bank, kedua tingginya tingkat persaingan antar bank itu sendiri, bank yang tidak menjalankan kegiatan pemasaran secara benar akan ditinggalkan oleh nasabahnya dan jangan diharapkan akan mendapat nasabah sesuai dengan tujuannya. Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat sangat dibutuhkan manajemen yang handal dan mampu mengantisipasi pada setiap persaingan yang dapat menjalankan perusahaan secara efektif dan efisien. Berbagai usaha untuk menciptakan produk yang unggul dalam kegiatan pemasaran. Bank membutuhkan suatu strategi untuk mempengaruhi nasabah dengan cara mencari peluang usaha baik dalam bentuk produk maupun jasa.⁷

Begitu pentingnya kegiatan pemasaran yang mau tidak mau harus dilakukan oleh pihak Bank Umum Syariah, maka hal yang tidak boleh kalah pentingnya bagi Bank Umum Syariah untuk menyusun strategi pemasaran demi menarik minat para nasabah dan atau calon nasabah untuk mempergunakan produk Bank Umum Syariah. Untuk menjaga dan mengembangkan agar tujuan keahlian dan sumber daya organisasi sesuai dengan peluang pasar yang terus berubah, tujuan strategi pemasaran adalah untuk membentuk serta menyempurnakan usaha bisnis dan produk perusahaan sehingga memenuhi target laba dan pertumbuhan.⁸

⁷ [http:// one. Indoskripsi.com/judul-Skripsi Manajemen / analisis](http://one.Indoskripsi.com/judul-Skripsi%20Manajemen%20/analisis)

⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium 1*, Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia, 2004, hlm 73.

Pada dasarnya konsep pemasaran syariah yang merupakan karakteristik dalam syariah marketing meliputi; teistis (*Rabbaniyah*), etis (*Akhlaqiyyah*), realistik (*Al waqi'iyah*), dan humanistik (*Insaniyyah*). Konsep tersebut akan memberikan daya persepsi masyarakat dalam menilai dan memilih produk bank syariah. Diantara produk perbankan syariah yang makin diminati masyarakat muslim adalah Pembiayaan Dana Talangan Haji.

Dengan demikian penduduk Indonesia yang mayoritas beragama Islam memerlukan adanya layanan lembaga keuangan berbasis syariah. Masyarakat muslim mengharapkan adanya lembaga yang dapat membantu menyalurkan ibadah haji sebagai salah satu kewajiban orang Islam (rukun Islam yang lima) sekaligus dapat memberikan keringanan dana ibadah haji. Seperti kehadiran produk dana talangan haji dari perbankan syariah menjadi salah satu alternatif bagi muslim yang telah mampu pada saat yang telah ditentukan. Menurut syari'at kalau didudukkan perkaranya, maka Talangan haji adalah upaya untuk membuat seseorang memiliki kemampuan untuk berhaji. Jika seseorang secara finansial memiliki kepastian untuk membayar talangan dimasa yang akan datang, misalnya karena gaji yang cukup, atau penghasilan lain yang stabil, dan sudah barang tentu masuk dalam perhitungan perbankan syariah pemberi talangan, maka baginya dapat dikategorikan sebagai mampu untuk berhaji. Tetapi jika ia tidak memiliki kepastian melunasinya dan tentu bank tidak akan memberikan talangan pada nasabah yang demikian itu, ia belum dikategorikan sebagai mampu berhaji.

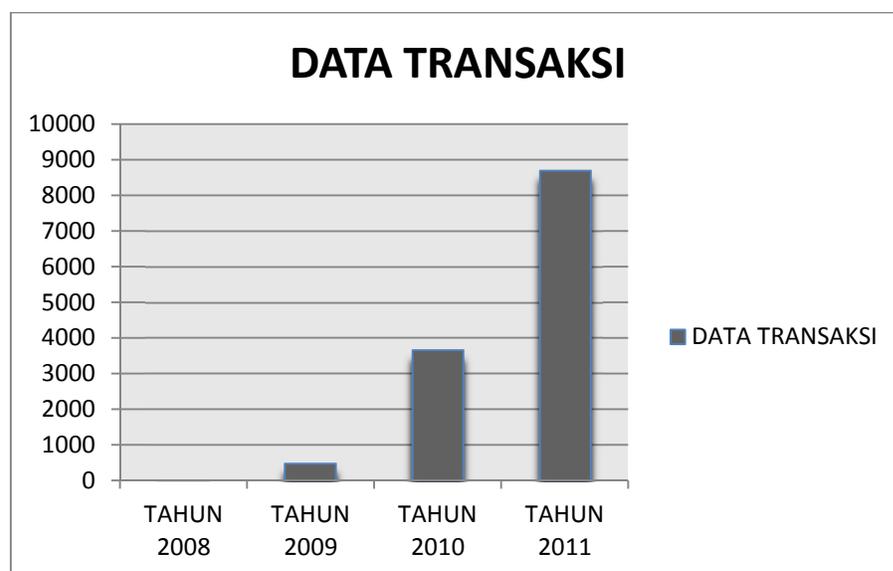
Salah satu perbankan syariah yang dapat memberikan dana talangan haji adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI). Kehadiran BMI sebagai perbankan syariah yang pertama murni syariah menjadikan perhatian masyarakat dalam menilai berbagai produk keuangan. Produk dana talangan haji merupakan salah satu produk pembiayaan BMI yang sampai saat ini menjadi minat masyarakat muslim di Indonesia. Berikut ini adalah data transaksi nasabah dana Talangan Haji pada tahun 2008-2011 di Bank Muamalat:

Table 1.1

DATA TRANSAKSI NASABAH DANA TALANGAN HAJI DI BMI

NO	TAHUN	JUMLAH NASABAH
1	2008	5
2	2009	472
3	2010	3645
4	2011	8688

Gambar 1.1



Sumber: Data Transaksi Nasabah Dana Talangan Haji di Bank Muamalat

Berdasarkan deskriptif diatas penulis tertarik untuk melakukan studi tentang **“Analisis Pengaruh *Marketing Syariah* Terhadap Minat Nasabah Dana Talangan Haji di Bank Muamalat Cabang Semarang”**

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang diuraikan diatas, maka permasalahan yang diangkat adalah bagaimanakah pengaruh *marketing syariah* terhadap minat nasabah Dana Talangan Haji di Bank Muamalat Indonesia cabang Semarang secara signifikan?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan Penelitian:

Dari pokok masalah yang dirumuskan maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *marketing syariah* terhadap minat nasabah Dana Talangan Haji di Bank Muamalat Indonesia cabang Semarang.

1.3.2 Manfaat Penelitian:

1. Manfaat Akademis

Dapat menambah dan mengembangkan khazanah pengetahuan dan literatur guna pengembangan ilmu manajemen pemasaran, terutama tentang *marketing syariah* lebih lanjut.

2. Manfaat bagi Perbankan Syariah

Untuk mengetahui faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembiayaan dana talangan haji di Bank Muamalat cabang Semarang, sehingga bank dapat meningkatkan kinerjanya demi tercapainya kepuasan nasabah.

3. Manfaat bagi Masyarakat

Memberikan masukan dan informasi tentang kelebihan serta kualitas pelayanan dalam melakukan pembiayaan dana talangan haji di Bank Muamalat.

4. Bagi peneliti lain

Sebagai bahan tambahan ilmu pengetahuan serta sebagai acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat.

1.4 Sistematika Penulisan

Untuk memahami masalah yang dibahas dalam penulis mendiskripsikan sesuai dari urutan bab I sampai bab V secara global sebagai berikut:

- I. Bab 1 : Berisi tentang pendahuluan untuk mengantarkan skripsi secara keseluruhan yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.
- II. Bab II : Berisi tentang landasan teori yaitu pengertian bank, pengertian *marketing syariah*, pengertian minat, pengertian dana talangan haji, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan hipotesis penelitian.

- III. Bab III : Berisi tentang gambaran metodologi penelitian, yaitu desain penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik penengumpulan data, teknik analisis data.
- IV. Bab IV : Berisi tentang analisis data dari hasil pembahasan yaitu tentang gambaran umum Bank Muamalat Indonesia cabang Semarang meliputi sejarah singkat, visi misi, struktur organisasi, produk-produk, karakteristik responden, deskripsi data penelitian, uji validitas, uji reliabilitas, analisis data yang meliputi uji simultan (Pengaruh *marketing syariah* terhadap minat dana talangan Haji di Bank Muamalat cabang Semarang), pembahasan.
- V. Bab V : Berisi tentang penutup yaitu kesimpulan, saran dan penutup.