

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berkembangnya bank Islam di Negara Islam berpengaruh ke Indonesia. Pada awal periode 1980-an, diskusi mengenai bank syari'ah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan. Akan tetapi prakarsa lebih khusus untuk mendirikan bank syariah di Indonesia baru dilakukan pada tahun 1990. Bank Syari'ah adalah suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan prinsip syari'ah sedangkan prinsip syari'ah adalah prinsip hukum islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa dibidang syari'ah (dalam hal ini MUI).¹

Sebagaimana dalam UU No. 21 tahun 2008 pasal 1 ayat 2 menyatakan, Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk Simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.² Dari pasal tersebut dapat disimpulkan bahwa sistem hukum perbankan di Indonesia bank sebagai *intermediary*

¹ Abu Muhammad Dwino Koesen Al-Jambi, *Selamat Tinggal Bank Konvensional*, Jakarta : CV Tifa Surya Indonesia, cet. Ke-2, 2011, hlm. 39

² UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 21 TAHUN 2008 TENTANG PERBANKAN SYARIAH

bagi masyarakat yang surplus dana dan masyarakat yang kekurangan dana.³

Dengan dikeluarkannya UU No 21 tahun 2008 harus di tanggapinya positif bahwa ini merupakan salah satu bentuk perhatian pemerintah terhadap bank bagi hasil dari lebih populer dengan bank syariah. Menyadari hal itu prinsip bank syariah perlu di pertegas kembali, agar persepsi masyarakat yang memandang perbankan syariah sama dengan bank konvensional dapat dihilangkan. Karena hal itu akan menghambat proses sosialisasi yang terus di gulirkan, sehingga sikap masyarakat yang meliputi sikap terhadap sistem dan produk perbankan syariah menunjukkan prospek yang menggehirkan terhadap sistem maupun produk perbankan syariah. Untuk itu, perlu di ciptakan daya inovasi baru untuk mendapatkan produk baru sebagai variasi dan produk yang telah ada dan akhirnya mampu menciptakan segmentasi pasar baru di Antara pasar yang telah ada.⁴

Bentuk-bentuk penyaluran dana BPR Syari'ah kepada masyarakat, antara lain:

1. Pembiayaan Mudharabah

Dalam pembiayaan dengan nasabah, bank akad dengan nasabah (pengusaha). Bank menyediakan pembiayaan modal usaha bagi proyek yang dikelola oleh pengusaha. Keuntungan yang diperoleh akan dibagi

³ Try Widiyono, *Aspek Hukum Operasional Transaksi Produk Perbankan Di Indonesia*, Bogor; Ghalia Indonesia, cet.ke-1, 2006, hlm. 7-9

⁴ Fandi Tjiptono, *Strategi pemasaran Edisi II*, Yogyakarta, Andi, hal 7, hlm 19.

(perjanjian bagi hasil) sesuai dengan kesepakatan yang telah diikat oleh bank dan pengusaha tersebut.

2. Pembiayaan Musyarakah

Dalam pembiayaan musyarakah ini bank dengan mengadakan perjanjian. Bank dan pengusaha berjanji bersama-sama membiayai suatu proyek yang dikelola secara bersama-sama. Keuntungan yang diperoleh dari usaha tersebut akan dibagi sesuai dengan penyertaan masing-masing pihak.

3. Pembiayaan Bai' Bitsaman Ajil

Dalam bentuk pembiayaan bank mengikat perjanjian dengan nasabah. Bank menyediakan dana untuk pembelian sesuatu barang atau aset yang dibutuhkan oleh nasabah guna mendukung usaha atau proyek yang sedang diusahakan.⁵

4. Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan jual beli barang, dimana bank meminjamkan dananya kepada nasabah untuk keperluan pembelian barang. Dengan perjanjian harga perolehan barang ditambah keuntungan (mark up) yang telah disepakati bersama

⁵ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Syari'ah*, Yogyakarta: EKONISIA, 2003, hlm 75.

5. Pembiayaan Qard

Qard merupakan pemberian pinjaman tanpa mengharapkan imbalan tertentu atau pada saat dikembalikan dengan pengganti yang sama.⁶

6. Pembiayaan Ijarah

Al-ijarah merupakan suatu bentuk kegiatan muamalah dalam memenuhi keperluan hidup manusia, seperti sewa-menyewa, kontrak dan lain-lain.⁷

Selain melakukan usaha sebagaimana dimaksud di atas, BPR Syari'ah dapat pula bertindak sebagai lembaga Baitul Maal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sadaqah, wakaf, hibah atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada yang berhak dalam bentuk santunan dan atau pinjaman kebajikan (Qardhul Hasan).⁸

Perbankan syari'ah akan dapat berkembang dengan baik apabila selalu berorientasi pada *demand* masyarakat. Dengan modal UU dan nilai-nilai moral, perbankan syari'ah harus mampu membuktikan bahwa keberadaannya dapat melayani kebutuhan masyarakat. Memang perbankan syari'ah beroperasi dengan sistem dan produk-produk yang berbeda dengan produk perbankan konvensional, namun perbankan Indonesia menyiapkan perangkat ketentuan yang memungkinkan perbankan syari'ah dapat beroperasi secara optimal.

⁶ Muhammad Ridwan, *Manajemen BMT*, Yogyakarta: UII Press, 2004, hlm. 174

⁷ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007, hlm. 228-229

⁸ Opcit, Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Syari'ah*, hlm. 76

BPR Syariah Suriyah sebagai salah satu BPR Syariah yang menyediakan produk penghimpunan dana yang meliputi:⁹

a. Tabungan wadi'ah

Adalah simpanan pihak ketiga pada bank (perorangan atau badan hukum, dalam mata uang rupiah) yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan menggunakan media slip penarikan atau pemindahbukuan lainnya.

Implementasi tabungan wadi'ah:

1. Produk Tabungan IB Suriyah
2. Produk Tabungan IB Pelajar dan Santri

b. Tabungan Mudharabah

Adalah jenis simpanan pada bank yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha dalam mata uang rupiah dan penarikannya dapat dilakukan dengan cara tertentu. Implementasi tabungan Mudharabah :

1. Tabungan IB Haji Baitullah
2. Tabungan IB Qurban
3. Tabungan IB Masa Depan Syari'ah Suriyah (Tamansari)

c. Deposito IB Mudharabah

Adalah deposito dengan prinsip Mudharabah mutlaqoh memberikan bagi hasil yang kompetitif yang diberikan setiap bulannya, dapat diperpanjang secara otomatis (ARO) dengan jangka waktu 1,3,6,12 bulan.

⁹ Sumber data dari PT.BPRS Suriyah Semarang.

Dari berbagai produk tabungan yang tersedia di BPR Syariah Suriyah, Tabungan IB Tasya Baitullah merupakan produk unggulan yang ada. Namun demikian dari data pra riset yang penulis peroleh selama menjalani proses magang di BPRS Syuriah Semarang, justru prosentase DPK untuk Tabungan IB Tasya Baitullah masih relatif rendah. Sehingga hal tersebut menimbulkan pertanyaan besar.

Dengan jumlah penduduk kota semarang adalah **1.739.989**¹⁰ jiwa, **1.600.789** (92%) di antaranya adalah penduduk muslim seharusnya produk tabungan haji menjadi produk penghimpunan dana yang banyak diminati masyarakat. Karena kewajiban berhaji dibebankan kepada umat muslim yang mampu. Namun pada kenyataanya, prosentase Produk Tabungan IB Tasya Baitullah sebagai DPK di BPRS Suriyah masih menyentuh level terendah di bandingkan dengan produk penghimpunan dana lainnya.

Hal tersebut menjadi suatu yang menarik untuk dibahas kedalam analisa yang lebih mendalam tentang kenapa dan bagaimana produk IB Tasya Baituullah yang seharusnya menjadi produk unggulan di BPRS Syuriah namun justru menjadi penyumbang DPK terendah dibandingkan dengan produk lainnya.

Untuk itu penulis tertarik untuk melakukan kajian tentang strategi pemasaran produk tabungan haji, khususnya tentang strategi pemasaran

¹⁰ www. <http://dispendukcapil.semarangkota.go.id/statistik/jumlah-penduduk>. Diakses pada tanggal 6 Mei 2014

Produk Tabungan Haji IB Tasya Baitullah di BPRS Suriyah cabang Semarang. Dengan mengambil judul “**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI IB TASYA BAITULLAH DI BPRS SURIYAH CABANG SEMARANG**”

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas dapat dirumuskan pokok permasalahan yang menjadi fokus penelitian yaitu:

1. Apa saja kendala-kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk Tabungan Haji IB Tasya Baitullah di BPRS Suriyah dan bagaimana solusinya?
2. Bagaimana strategi pemasaran produk Tabungan Haji IB Tasya Baitullah di BPRS Suriyah cabang Semarang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui solusi pada kendala-kendala yang dihadapi dalam pemasaran produk Tabungan IB Tasya Haji Baitullah di BPRS Suriyah cabang Semarang.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran Produk Tabungan IB Tasya Haji Baitullah di BPRS Suriyah Cabang Semarang.

D. Metode Penelitian

Untuk mendapatkan data yang jelas (valid) dalam penelitian ini, maka penulis akan menggunakan identifikasi sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan penulis gunakan adalah jenis penelitian lapangan (*field research*), yaitu *research* yang dilakukan di kancah atau medan terjadinya gejala-gejala.¹¹ Dengan tempat penelitian di BPRS Suriyah Cabang Semarang.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan.¹² Dengan data ini penulis mendapatkan gambaran umum tentang BPRS Suriyah cabang Semarang dan strategi pemasaran Produk Tabungan IB Tasya Haji Baitullah di BPRS Suriyah cabang Semarang.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain.¹³ Dengan metode ini penulis mendapatkan data lampiran slip angsuran, modul gambaran umum tentang BPRS Suriyah cabang Semarang.

¹¹ Prof. Dr. Sutrisno Hadi, M.A. Metodologi Research Jilid I, Yogyakarta, Andi, Edisi I, cet ke 30, 2000, hlm 10.

¹² Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, cet. ke-2, 2002, hlm 82

¹³ Ibid

3. Metode pengumpulan data

a. Wawancara

Merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab dengan Bapak Anang Jatmiko setiaji selaku kepala cabang BPRS Suriyah cabang Semarang dan Anggarita selaku customer service, tentang apa kendala-kendala yang di hadapi marketing dalam memasarkan produk dan bagaimana starategi pemasaran Produk Tabungan IB Tasya Haji Baitullah di BPRS Suriyah Cabang Semarang.

b. Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara mengamati secara langsung terhadap cara kerja marketing, customer service, dan teller dalam menawarkan atau mempromosikan produknya dan mengetahui suasana kerja BPRS Suriyah Cabang Semarang serta mencatat segala sesuatu yang berhubungan dengan penelitian.

c. Dokumentasi

Pengumpulan data relevan melalui arsip-arsip, catatan-catatan, pendapat-pendapat dan lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini. Metode analisa yang akan digunakan adalah metode deskriptif analitik. Metode ini bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah aktual yang dihadapi sekarang dan mengumpulkan data-data atau informasi untuk disusun, dijelaskan dan dianalisis.

d. Metode Analisis Data

Analisis data yang di gunakan adalah analisis deskriptif Analitis.

Data yang di wujudkan bukan dalam bentuk angka melainkan dalam bentuk laporan dan uraian dalam bentuk deskriptif. Metode ini bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis factual dan akurat tentang faktor-faktor, sifat-sifat tentang hubungan antara fenomena yang di selidiki, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis data tentang Strategi Pemasaran Produk Tabungan IB Tasya Haji Baitullah di BPRS Suriyah Cabang Semarang.

E. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian pada BPRS Suriyah Cabang Semarang.

BAB II GAMBARAN UMUM BPRS SURIYAH CABANG SEMARANG

Yang berisi perkembangan BPRS Suriyah cabang Semarang, produk-produk BPRS Suriyah Cabang Semarang.

BAB III STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI IB TASYA BAITULLAH DI BPRS SURIYAH CABANG SEMARANG

Dalam bab ini dibahas tentang pengetahuan pemasaran produk, kendala-kendala yang dihadapi dalam Memasarkan Produk Tabungan Haji

IB Tasya Baitullah, strategi yang digunakan BPRS Suriyah Cabang Semarang dalam memasarkan produk Tabungan Haji IB Tasya Baitullah.

BAB IV PENUTUP

Bab ini memuat tentang kesimpulan Tugas Akhir ini, saran-saran dan penutup.