

**ANALISIS PENGARUH MARKETING SYARIAH TERHADAP
MINAT NASABAH DANA TALANGAN HAJI
(STUDI KASUS DI BANK MUAMALAT CABANG SEMARANG)**

Skripsi

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata 1 (S1)
Dalam Ilmu Syariah (Ekonomi Islam)



Oleh:

Maria Ulfah
082411108

**JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2012**



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS SYARI'AH**

Jl. Prof. Dr. Hamka Telp./Fax. (024) 7601291. 7615387 Semarang 50185

PENGESAHAN

Nama : Maria Ulfah
NIM : 082411108
Fakultas/Jurusan : Syari'ah/Ekonomi Islam
Judul Skripsi : **Analisis Pengaruh Marketing Syariah Terhadap Minat Nasabah Dana Talangan Haji (Studi Kasus di Bank Muamalat Cabang Semarang)**

Telah Dimunafasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus, pada tanggal :

25 Juni 2012

Dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana (Strata Satu/S1) dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Semarang, 25 Juni 2012

Dewan Penguji

Ketua Sidang,

Anthin Lathifah, M. Ag
NIP. 19751107 200112 2 002

Sekretaris Sidang,

Rahman El-Junusi, SE.,MM
NIP.19691118 200003 1 001



Penguji I,

Drs. Ghufron Ajib, M.Ag
NIP. 19660325 199203 1 001

Penguji II,

Muhammad Shoim, S.Ag.,MH
NIP. 19711101 200604 1 003

Pembimbing I,

Dr. Hj. Mujibatun, M.Ag
NIP. 19590413 198703 2 001

Pembimbing II,

Rahman El-Junusi, SE.,MM
NIP. 19691118 200003 1 001

Dr. Hj. Siti Mujibatun., M.Ag
Jl. Tanjungsari no 31 Tambakaji Ngaliyan Semarang
Rahman El-Junusi, SE., M.Si
Jl. Nusa Indah III/106 Ngaliyan Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Sdri. Maria Ulfah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Syariah

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya memberikan bimbingan dan koreksi seperlunya,
bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara :

Nama : Maria Ulfah

NIM : 082411108

Judul : **“ANALISIS PENGARUH MARKETING SYARIAH
TERHADAP MINAT DANA TALANGAN HAJI DI BANK
MUAMALAT CABANG SEMARANG”**

Dengan ini, saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat
segera dimunaqasyahkan.

Demikian harap menjadi maklum.

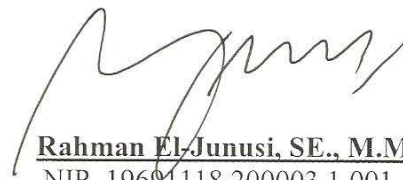
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Hj. Siti Mujibatun., M.Ag
NIP. 19590413 198703 2 001

Pembimbing II



Rahman El-Junusi, SE., M.M
NIP. 19691118 200003 1 001

ABSTRAK

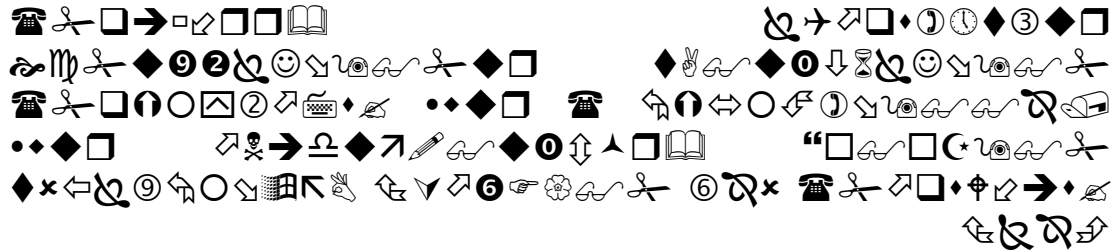
Indonesia merupakan Negara berpenduduk muslim terbesar di dunia hampir 85% yang tersebar dari Sabang sampai Merauke. Oleh karena itu, merupakan salah satu modal utama kenapa banyak bank-bank konvensional membuka unit usaha syariah ataupun membuka bank syariah yang terlepas dari induk usahanya. Selain itu bank-bank syariah berlomba-lomba membuat berbagai macam produk pembiayaan di antaranya produk pembiayaan talangan haji.

Penelitian ini menjelaskan masalah apakah ada pengaruh *marketing syariah* terhadap minat nasabah Dana Talangan Haji. Penelitian ini bertujuan menguji secara parsial dan simultan bagaimana *marketing syariah* berpengaruh terhadap minat nasabah untuk pengambilan porsi haji dalam bentuk dana Talangan Haji di Bank Muamalat Cabang Semarang.

Dalam penelitian ini termasuk jenis penelitian Kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Pengambilan sampel adalah sampel acak (*random sampling*). Populasinya adalah nasabah dana talangan haji di Bank Muamalat cabang Semarang. Kuesioner didistribusikan kepada Nasabah Dana Talangan Haji sebanyak 30 responden. Kemudian metode yang di gunakan untuk mengumpulkan data menggunakan wawancara, kuesioner dan dokumentasi, teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas instrumen, analisis regresi linear, dan uji hipotesis.

Hasil olahan statistik yang dibantu dengan dengan program *SPSS 16.0 for windows* menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (*syariah marketing*) terhadap variabel dependen (minat nasabah dana talangan Haji) mampu memberikan sumbangan sebesar 42,7%, sedang yang 57,3%, sisanya di jelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini (tidak diteliti) atau dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Variabel tersebut antara lain berada pada tingkat pendapatan, lokasi, status dan pengetahuan terhadap bank syari'ah maupun variabel lainnya. Hasil uji empiris pengaruh antara *marketing syariah* terhadap minat nasabah, menunjukkan nilai t hitung 4,564 dan p value (sig) sebesar 0,000 yang di bawah 5%, dengan menggunakan tingkat α 5%, maka posisi nilai probabilitasnya berada dibawah α . Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *marketing syariah* terhadap minat nasabah. Dari hasil penelitian tersebut diharapkan bermanfaat baagi semua pihak terutama dalam meningkatkan minat nasabah.

MOTTO



Artinya: dan Syu'aib berkata: "Hai kaumku, penuhilah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan jangan kamu membuat kejahatan di bumi dengan membuat kerusakan (QS. Huud:85)¹

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: PT.Sygma Examedia Arkanleema), hlm. 231

PERSEMBAHAN

Dengan menghaturkan syukur kepada Allah SWT, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Ayah dan Bunda tercinta atas kasih sayang, pengorbanan, perhatian, dan keikhlasan cinta yang tak bisa ku bayar karena tak sepatah kata mampu terucap atas do'a restumu.
2. Kakak-kakak ku yang tercinta Maslahah, Rahma Novita, Umi Hamidah, serta adiku tersayang Ahmad Fauzi serta seluruh keluarga besar penulis yang menjadi penyemangat dalam menyusun skripsi dengan penuh usaha dan pengorbanan.
3. Keluarga paman Minannudin dan keluarga paman Kusnan yang telah membantu dan mendo'akan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Keluarga besar Pondok Pesantren Daarun Najaah segenap pengasuh keluarga KH. Siroj Khudlori dan keluarga Dr. H. Ahmad Izzudin, M. Ag. Atas doa restu beliau penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Serta teman-teman seluruh santri umumnya dan santri putri reguler khususnya Mumtani'ah, Ulin Na'im, Kusuma Sari, Tuti Alwiyah, Siti Fatimah, Mustagfirah, Harfiana, Siti Farikhah dkk yang telah menyemangati dalam menyelesaikan skripsi ini.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, Penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang,
Deklarator,

Maria Ulfah
NIM. 082411108

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul : “**ANALISIS PENGARUH MARKETING SYARIAH TERHADAP MINAT NASABAH PADA DANA TALANGAN HAJI DI BANK MUAMALAT**” dengan baik tanpa banyak menuai kendala yang berarti. Shalawat serta salam semoga tetap dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat-sahabat dan pengikutnya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi atau karya ilmiah bukanlah merupakan pekerjaan yang mudah, akan tetapi merupakan sebuah pekerjaan yang menuntut keseriusan, kejelian fikiran, dan waktu yang banyak serta bantuan dari berbagai pihak.

Ucapan terima kasih sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada semua yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dengan moral dan bantuan apapun yang sangat besar bagi penulis. Ucapan terima kasih terutama penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, MA selaku Rektor IAIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Syari’ah IAIN Walisongo Semarang

3. Dr. Ali Murtadlo, M.Ag selaku Kajar Ekonomi Islam, serta Bapak Nur Fatoni, M.Ag selaku Sekjur Ekonomi Islam.
4. Ibu Dr. Siti Mujibatun, M.Ag selaku Dosen Pembimbing I, serta Bapak Rahman El-Junusi, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II, yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyusun skripsi ini.
5. Semua Dosen dan Civitas Akademika Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang, para dosen, karyawan beserta staf-stafnya.
6. Seluruh Karyawan Bank Muamalat Semarang yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian.
7. Kedua orang tua (Bapak Maskub dan Ibu Haniah), dan seluruh keluarga yang telah memberikan dorongan baik moril maupun materiil, serta do'a dan kasih sayangnya.
8. Teman-teman seperjuangan khususnya seperjuangan teman-teman (EIC'08), yang setia melangkah bersama dalam suka maupun duka.
9. Dan semua pihak yang telah membantu, sehingga selesainya penulisan skripsi ini.

Termunajat do'a semoga Allah SWT membalas semua kebaiakan kita.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna, khususnya bagi penulis sendiri dan tentunya bagi para pembaca pada umumnya.

Semarang,
Penulis,

Maria Ulfah
NIM. 082411108

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN ABSTRAK.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN DEKLARASI.....	vii
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
HALAMAN DAFTAR TABEL	xii
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Bank Syariah	11
2.1.2 Marketing Syariah	14
2.1.3 Pengertian Minat	17
2.1.4 Pengertian Talangan.....	19
2.1.5 Dasar Hukum Pembiayaan Dana Talangan Haji .	21
2.1.5.1 Pengertian dari Al-Qardh	21
2.1.5.2 Pengertian Ijarah	24
2.1.5.3 Fatwa DSN MUI No 29/DSN-MUI/III/2002 Tentang Pembiayaan Talangan Haji LKS..	25
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Berfikir	28
2.4 Hipotesis Penelitian	28
BAB III : METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Dan Sumber Data.....	29

3.1.1	Jenis Penelitian	29
3.1.2	Sumber Data	29
3.2	Populasi Dan Sampel	31
3.2.1	Populasi	31
3.2.2	Sampel	31
3.3	Teknik Pengumpulan Data	32
3.3.1	Metode Wawancara	32
3.3.2	Metode Angket (Kuesioner)	33
3.3.3	Metode Dokumentasi.....	34
3.4	Variabel Penelitian	34
3.5	Metode Analisis Data	35
3.5.1	Pengujian Instrumen Penelitian	35
3.5.1.1	Uji Validitas	35
3.5.1.2	Uji Reliabilitas	36
3.5.2	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	37
BAB IV	: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1	Gambaran Umum Bank Muamalat Dan Deskriptif	
	Objek Penelitian	40
4.1.1.	Sejarah Singkat bank Muamalat.....	40
4.1.2	Visi Dan Misi Bank Muamalat	42
4.1.2.1	Visi Bank Muamalat	42
4.1.2.2	Misi bank Muamalat	42
4.1.3	Struktur Organisasi	43
4.1.4	Penghargaan Yang Telah Diraih Bank Muamalat.....	46
4.1.5	Produk Pada Bank Muamalat	46
4.1.5.1	Funding.....	46
4.1.5.2	Landing.....	49
4.1.5.3	Jasa	50
4.2	Deskripsi Data Penelitian Dan Karakteristik Responden..	51
4.2.1	Deskripsi Data Penelitian	51
4.2.2	Karakteristik Responden.....	51
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	56
4.4	Deskripsi Variabel Penelitian.....	58
4.5	Hasil Analisis Data	61
4.5.1	Uji Koefisien Determinasi	61
4.5.2	Uji Pengaruh Simultan (F test).....	62
4.5.3	Uji Signifikansi Parameter Individual (t test).....	63
4.6	Pembahasan	64
BAB V	: PENUTUP	67
5.1	Kesimpulan.....	67

5.3	Saran.....	68
5.4	Penutup.....	68

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Transaksi Nasabah Dana Talangan Haji	7
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	35
Tabel 3.2 Tabel Keeratan Hubungan Variabel	37
Tabel 4.1 Penghargaan yang telah diraih Bank Muamalat	46
Tabel 4.2 Persentase Jenis Kelamin Responden	51
Tabel 4.3 Persentase Usia Responden	52
Tabel 4.4 Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan ...	53
Tabel 4.5 Persentase Jenis Pekerjaan	54
Tabel 4.6 Persentase Penghasilan Responden	55
Tabel 4.7 Persentase Sumber Informasi	56
Tabel 4.8 Uji Validitas Instrumen	57
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.10 Uji Koefisien Determinasi	61
Tabel 4.11 Uji Simultas antara Variabel Independen	62
Tabel 4.12 Uji Parameter t Test	63

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Transaksi Nasabah Dana Talangan Haji	7
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	28
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	44