

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu bentuk perwujudan system ekonomi syari'ah adalah berdirinya lembaga-lembaga keuangan syari'ah. Peran dan kedudukan lembaga keuangan syari'ah dianggap sangat penting khususnya dalam pengembangan system ekonomi kerakyatan. Pada awalnya pembentukan bank Islam semula memang banyak diragukan karena banyak orang beranggapan bahwa system perbankan bebas bunga (*interest free*) adalah sesuatu yang tak mungkin dan lazim serta adanya pertanyaan tentang bagaimana bank akan membiayai operasinya, tetapi dipihak lain bank Islam adalah satu alternatif ekonomi Islam.

Bank Syari'ah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syari'ah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha.¹

Pertumbuhan bank syariah di Indonesia saat ini sangat pesat, seiring dengan tumbuhnya pemahaman masyarakat bahwa bunga (*interest*) dan modal yang hasilnya telah ditentukan di muka (*predetermined return*) adalah merupakan riba yang dilarang oleh syariah Islam. Atas dasar pemahaman seperti ini, maka sejak tahun 1950, telah banyak para cendikiawan muslim dan teoritis ekonomi Islam

¹ Veitzhal Rivai, dkk. *Bank and Fianancial Institution Management*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007, hlm 733

yang menghendaki keberadaan bank yang terbebas dari bunga atau riba (*Interest free banking*).²

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.³

Bank Syari'ah bukan sekedar bank bebas bunga, tetapi juga memiliki orientasi mencapai kesejahteraan. Secara fundamental terdapat beberapa karakteristik

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 Indonesia⁴

Indonesia merupakan Negara berpenduduk muslim terbesar di dunia hampir 85% yang tersebar dari sabang sampai merauke, oleh karena itu merupakan

² Abdullah Saed. *Bank Islam dan Bunga (studi Kritis dan Interpretasi Konemporer Tentang Riba dan Bunga)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, Ctk Pertama, 2003, hlm 2

³ Zubari Hasan, *Undang-undang Perbankan Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009, hlm 6

⁴ Data statistik Perbankan Syariah, Oktober 2005, Direktorat Perbankan Syariah, Bank Indonesia

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 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.⁵

Ibadah Haji mulai diperintahkan pada akhir tahun ke-9 Hijriah (Sembilan setelah Nabi berada di Madinah), dengan turunnya ayat yang berkaitan dengan kewajiban itu, yaitu ayat 97 al-Imran (3): yang berbunyi

وَالْأَنْجِيلَ التَّوْرَةَ وَأَنْزَلَ يَدَيْهِ بَيْنَ لَمَّا مُصَدِّقًا بِالْحَقِّ الْكِتَابَ عَلَيْكَ نَزَّلَ

mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, Yaitu (bagi) orang yang sanggup Mengadakan perjalanan ke Baitullah.

Berdasarkan keterangan ayat di atas, Ibnu Rusydi memberikan tafsir bahwa kata 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. Syarat-syarat kesanggupan untuk menunaikan ibadah haji antara lain:⁶

⁵www. Syariahmandiri.co.id

⁶IbnuRusyd, *BidayatulMujtahid*, A. Hanafi, "terjemahan, BidayatulMujtahid"

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 aman 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.

Pemasaran merupakan “menjual” atau “mengiklankan”. Pemasaran mendorong perbaikan produk dan memberi kesempatan kepada pelanggan untuk memilih. Pemasaran berarti sejumlah kegiatan yang dilakukan oleh organisasi dan sekaligus merupakan proses sosial.⁸

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

⁸ E. Jerome McCarthy, dkk. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 1993, hlm 8

menyempurnakan usaha bisnis dan produk perusahaan sehingga memenuhi target laba dan pertumbuhan.⁹

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.

Berdasarkan deskriptif diatas penulis tertarik untuk melakukan studi tentang **“Analisis Pengaruh Marketing Syari’ah Terhadap Dana Talangan Haji di Bank Muamalat Cabang Cirebon”**

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan beberapa pertanyaan yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran *marketing syari’ah* Bank Muamalat Indonesia cabang Cirebon?
2. Bagaimana gambaran Minat nasabah Dana Talangan Haji di Bank Muamalat Indonesia cabang Cirebon?
3. Bagaimanakah pengaruh *marketing syari’ah* terhadap minat nasabah Dana Talangan Haji di Bank Muamalat Indonesia cabang Cirebon?

⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium 1*, Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia, 2004, hlm 73.

C. Tujuan Penelitian

Dari pokok masalah yang dirumuskan maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui gambaran *Marketing Syari'ah* Bank Muamalat Indonesia cabang Cirebon.
2. Untuk mengetahui gambaran minat nasabah Dana Talangan Haji di Bank Muamalat Indonesia cabang Cirebon.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *marketing syariah* terhadap minat nasabah Dana Talangan Haji di Bank Muamalat Indonesia cabang Cirebon.

D. Manfaat Penelitian

1. Dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan pengetahuan tentang aktivitas marketing syari'ah dalam usahanya untuk menarik minat nasabah
2. Diharapkan penelitian ini sebagai salah satu pengetahuan praktisi tentang mekanisme operasional salah satu produk lembaga keuangan islam, sekaligus menjadi solusi alternative bagi masyarakat dalam memperoleh gambaran produk pembiayaan dana talangan haji.

E. Sistematika Penulisan

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

Bab 1 : Berisi tentang pendahuluan untuk mengantarkan skripsi secara keseluruhan yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

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.

Bab III : Berisi tentang gambaran metodologi penelitian, yaitu desain penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

Bab IV : Berisi tentang analisis data dari hasil pembahasan yaitu tentang gambaran umum Bank Muamalat Indonesia cabang Cirebon meliputi sejarah singkat, visi misi, struktur organisasi, produk-produk, karakteristik responden, gambaran distribusi variabel, uji validitas, uji reliabilitas, analisis data yang meliputi uji simultan (Pengaruh *marketing syariah* terhadap minat dana talangan Haji di Bank Muamalat cabang Cirebon), pembahasan.

Bab V : Berisi tentang penutup yaitu kesimpulan, saran dan penutup.