

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI PADA BANK
NEGARA INDONESIA SYARIAH CABANG PEMBANTU TOMONI**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh:

ARDI

NIM. 15.04.02.0062

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO
2019**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI PADA BANK
NEGARA INDONESIA SYARIAH CABANG PEMBANTU TOMONI**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh,

Ardi

NIM 15.04.02.0062

PEMBIMBING:

- 1. DR. Mahadin Shaleh, M,Si**
- 2. Burhan Rifuddin, SE., M.M.**

PENGUJI:

- 1. Dr. Takdir, SH., M.H.**
- 2. Tadjuddin, SE., M.Si., Ak., CA**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO
2019**

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “**Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji pada Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Pembantu Tomoni**” yang ditulis oleh **Ardi**, dengan NIM **1504020062** Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, yang *dimunqasyahkan* pada hari Rabu **10 September 2019 M.** bertepatan dengan **11 Muharram 1441 H.** telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan tim penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 08 Oktober 2019 M
09 Safar 1441 H

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M.	Ketua Sidang	(.....)
2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, M.A.	Sekretaris Sidang	(.....)
3. Tadjuddin, SE., M.Si., Ak., CA	Penguji I	(.....)
4. Dr. Takdir, SH., MH	Penguji II	(.....)
5. Dr. Mahadin Shaleh, M.Si	Pembimbing I	(.....)
6. Burhan Rifuddin, S.E., M.M.	Pembimbing II	(.....)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Ramlah M, M.M.
NIP. 19610208 199403 2 001

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah



Hendra Safri, S.E., M.M.
NIP. 19861020 201503 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp :

Hal : Skripsi Ardi

Palopo, 10 / 09 / 2019

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu 'Alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama	: Ardi
NIM	: 15.0402.0062
Program Studi	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi	: “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Pada Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Pembantu Tomoni”

Disetujui untuk diujikan pada Ujian Munaqasyah. Demikian untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'Alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Mahadin Shaleh, M.Si
NIP.19561217 198303 1 011

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp :

Hal : Skripsi Ardi

Palopo, 10 / 09 / 2019

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu 'Alaikum Wr. Wb.

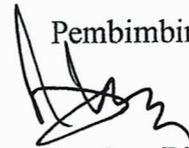
Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama	: Ardi
NIM	: 15.0402.0062
Program Studi	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi	: "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Pada Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Pembantu Tomoni"

Disetujui untuk diujikan pada Ujian Munaqasyah. Demikian untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'Alaikum Wr. Wb.

Pembimbing II



Burhan Rifuddin, SE., M.M
NIP.19861020 201503 1 001

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul : Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Pada Bank
Negara Indonesia Syariah Cabang Pembantu Tomoni

Nama : Ardi

NIM : 15.04.02.0062

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Disetujui untuk diujikan pada Ujian Munaqasyah. Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, 10 - 09 - 2019

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Mahadin Shaleh, M.Si
NIP.19561217 198303 1 001



Burhan Rifuddin, SE., M.M
NIP.19861020 201503 1 001

NOTA DINAS PENGUJI

Lamp :

Hal : Skripsi Ardi

Palopo, 10/09/ 2019

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu 'Alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama	: Ardi
NIM	: 15.0402.0062
Program Studi	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi	: “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Pada Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Pembantu Tomoni”

Disetujui untuk diujikan pada Ujian Munaqasyah. Demikian untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'Alaikum Wr.Wb.

Penguji I



Tadjuddin, SE., M.Si., Ak., CA
NIP.19771212 200501 1 014

NOTA DINAS PENGUJI

Lamp :

Hal : Skripsi Ardi

Palopo, 10/09/2019

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu 'Alaikum Wr.Wb.

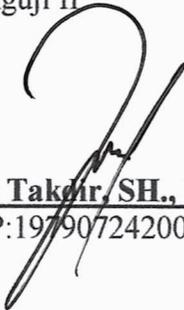
Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama	: Ardi
NIM	: 15.0402.0062
Program Studi	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi	: <i>"Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Pada Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Pembantu Tomoni"</i>

Disetujui untuk diujikan pada Ujian Munaqasyah. Demikian untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'Alaikum Wr, Wb.

Penguji II



Dr. Takdir, SH., MH

NIP:19790724200312 1 002

PERSETUJUAN PENGUJI

Judul : Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Pada Bank
Negara Indonesia Syariah Cabang Pembantu Tomoni

Nama : Ardi

NIM : 15.0402.0062

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Disetujui untuk diujikan pada Ujian Munaqasyah. Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, 10/09/2019

Penguji I



Tadjuddin, SE., M.Si., Ak., CA
NIP.19771212 200501 1 014

Penguji II



Dr. Takdir, SH., MH
NIP.19790724 200312 1 002

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ardi
Nim : 15.0402.0062
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan atau karya orang lain, yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri
2. Seluruh bagian dari skripsi adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya, segala kekeliruan yang ada didalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, 10 September 2019

Yang membuat pernyataan



ARDI
NIM: 15.0402.0062

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ آمِينَ

Segala puji dan syukur kehadirat Allah Swt, atas segala rahmat dan hidayah-nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Pada Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Pembantu Tomoni”** meskipun masih dalam bentuk sederhana.

Salawat dan salam atas Nabiullah Muhammad saw, beserta para sahabat, keluarga serta pengikutnya hingga akhir zaman. Yang telah berhasil menaburkan mutiara-mutiara hidayah diatas puing-puing kejahilan, telah membebaskan umat dari segala kebodohan menuju terang yang diridohi Allah Swt, demi mewujudkan Rahmatan Lil-Alamin.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta pengarahan dari berbagai pihak. Sembah sujud dan ucapan terima kasih penulis persembahkan kepada teristimewa kedua orang tuaku tercinta, Ibunda Damaris dan Ayahanda Amiruddin, yang telah berjasa dalam mengasuh, mendidik serta menyayangi penulis sejak kecil yang penuh tulus dan iklas, jasa dan pengorbanan serta restu keduanya menjadi sumber kesuksesan saya. Semoga Allah memberika pahala yang berlipat ganda dan

melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya kepada mereka. Tak lupa penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Rektor IAIN Palopo Bapak Dr. Abdul Pirol, M.,Ag, Wakil Rektor 1, Dr. H. Muammar Arafat, M.H. Wakil Rektor II, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E, M.M dan Wakil Rektor III, Dr. Muhaemin, M.A. yang telah telah meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat menimba ilmu pengetahuan.
2. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Dalam Hal Ini Ibu Dr. Hj. Ramlah Makkulase, MM. Wakil Dekan I, Dr. Muhammad Ruslan Abdullah, M.A. Wakil Dekan II, Tajuddin, SE., M.Si., Ak., CA. Wakil Dekan III Dr. Takdir, SH., M.H. Dan Ketua Program Studi Perbankan Syariah Hendra Safri, SE.,MM. yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan,
3. Pembimbing I. Dr. Mahadin Shaleh, M,Si. dan pembimbing II, Burhan Rifuddin, SE., M.M. yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dengan tulus dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Penguji I. Dr. Takdir SH., M.H dan penguji II Tadjuddin, SE., M.Si., Ak., CA yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dengan tulus dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Para Bapak/Ibu Dosen dan staf IAIN Palopo yang telah banyak membantu dan memberikan tambahan ilmu khususnya dalam bidang Ekonomi dan Bisnis Islam dan melayani penulis dengan tulus dan ikhlas.

6. Kepada segenap Staf dan pegawai perpustakaan IAIN Palopo yang telah memberikan peluang untuk mengumpulkan buku-buku dan melayani penulis untuk keperluan studi kepustakaan dalam penulisan skripsi ini.
7. Kepada saudara-saudaraku dan seluruh keluarga yang tak sempat saya sebutkan namanya yang telah banyak memberikan dukungan moral maupun material kepada penulis selama menyusun skripsi ini.
8. Terima kasih kepada saudara yang tak sedara, Angga Akbari, Rasyid, Abdi wahyudi, Rafli Zainudin, Misbahuddin, Risaldi, Rusdiansyah Sabir, serta teman-teman mahasiswa khususnya program studi perbankan syariah karena sudah banyak membantu dan mendukung dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Terima kasih kepada teman-teman Kos Nurandipa , Angga, Rasyid, Darusman, Rahman. Yang selalu memberikan dukungan dan support dan kebersamaannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Terimakasih kepada teman-teman Perbankan Syariah C angkatan 2015 yang tidak sempat saya sebut satu- persatu, juga kepada teman-temn KKN IAIN Palopo angkatan XXXIV Kec. Mappedeceng terkhusus posko Cendana Putih kepada Riswan Sila, Yunita Putri, Siti Shalehah, Kardila, Aprilia Amriyanti, Liana Fahir, dan Ulvia.

Mengakhiri prakata ini ucapan yang sama penulis apresiasikan kepada pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini. Kata yang baik mengawali sesuatu ialah dengan menyebut nama Allah SWT. semoga Allah SWT, membalas segala jasa kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian studi dan penyelesaian skripsi penulis, dengan pahala yang berlipat ganda akhir

yang penulis harapkan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam rangka kemajuan pendidikan khususnya perbankan syariah dan semoga usaha penulis bernilai ibadah disisi Allah SWT.

Semoga Allah SWT selalu mengarahkan hati kepada perbuatan baik dan menjauhi kemungkaran Aamiin. Penulis juga berharap agar skripsi ini nantinya dapat bermanfaat dan bisa menjadi referensi bagi para pembaca. Kritik dan saran yang sifatnya membangun juga penulis harapkan guna perbaikan penulisan selanjutnya.

Palopo, 10 September 2019

Ardi
Nim.15 0402 0062

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PRAKATA	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Defenisi Operasional.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan	9
B. Kajian Pustaka	11
1. Sejarah Bank Syariah.....	11
2. Pengertian Bank Syariah.....	12
3. Fungsi Bank Syariah.....	13
4. Defenisi Strategi	14
5. Defenisi Pemasaran.....	16
6. Konsep Spritual Marketing	18
7. Strategi Pemasaran Bank Syariah.....	19
8. Pengertian, Hikmah Ibadah Haji dan Tabungan Haji	20
C. Kerangka Pikir	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	26
B. Lokasi Penelitian.....	27
C. Subjek Penelitian	27
D. Sumber Data.....	27

E. Teknik Pengumpulan Data.....	28
F. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data.....	33
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
A. Hasil Penelitian	35
1. Gambaran Singkat Mengenai Bank Negara Indonesia Syariah	35
2. Sejarah Berdirinya Bank Negara Indonesia Syariah.....	36
3. Struktur Organisasi BNI Syariah Cabang Pembantu Tomoni	43
4. Visi Misi dan Tujuan BNI Syariah	43
5. Tujuan BNI Syariah	44
6. Laporan Perkembangan Jumlah Nasabah	45
7. Jenis-Jenis Produk dan Jasa	48
B. Pembahasan.....	56
1. Strategi Pemasaran BNI Syariah.....	56
2. Faktor Pendukung Produk Tabungan Haji.....	64
3. Faktor Penghambat Produk Tabungan Haji	65
BAB V PENUTUP.....	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 4.3 Laporan Perkembangan Jumlah Nasabah	45
--	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	24
Gambar 4.1 Struktur Organisasi BNI Syariah Cabang Pembantu Tomoni.....	43
Gambar 4.4 Perkembangan Jumlah Nasabah.....	45

ABSTRAK

Ardi, 2019. “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji pada Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Pembantu Tomoni”. Skripsi. Program Studi Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Dibimbing Oleh (Pembimbing I) Dr. Mahadin Shaleh, M, Si dan (Pembimbing II) Burhan Rifuddin, SE., M.M

Skripsi ini berjudul “*Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji pada Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Pembantu Tomoni*”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui masalah yang dihadapi BNI Syariah cabang pembantu Tomoni dalam memasarkan produk tabungan haji dan untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat produk tabungan haji Bank Negara Indonesia Syariah Cabang pembantu Tomoni. Dalam pengumpulan data, metode yang digunakan penulis ialah *field research* yaitu memperoleh data dari Bank Negara Indonesia Syariah Cabang pembantu Tomoni dimana penyelesaiannya melalui bentuk observasi dan wawancara dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian ini strategi pemasaran yang dilakukan BNI Syariah Cabang pembantu Tomoni pada produk tabungan haji dengan menggunakan pasar yang dituju yaitu dengan cara Mensegmen pasar, Menarget Pasar dan Posisi BNI Syariah sebagai lembaga keuangan yang juga sekaligus pengelola dana tabungan haji. Selain itu, dengan mengembangkan marketing mix atau bauran pemasaran yang terdiri dari empat unsur yaitu produk, harga, distribusi dan promosi.

Faktor pendukung terhadap produk tabungan haji pada BNI Syariah cabang pembantu Tomoni yaitu a). masyarakat Tomoni mayoritas muslim serta memiliki keinginan besar untuk melaksanakan haji b). prosedur pembukaan tabungan haji tidak rumit. c). lamanya proses daftar tunggu calon jamaah haji menyadarkan masyarakat untuk merencanakannya sejak dini. d). BNI Syariah adalah bank berbasis Syariah. Adapun yang menjadi faktor penghambat terhadap produk tabungan haji pada Bank Negara Indonesia Syariah Cabang pembantu Tomoni yaitu a). terkait dengan masalah finansial (biaya), b). Minimnya bank syariah di Tomoni, c). Masih minimnya pengetahuan masyarakat Tomoni mengenai haji, sehingga mereka berpendapat bahwa penghasilan dibawah rata-rata akan terkendala untuk berhaji. Maka solusinya ialah a). BNI Syariah harus lebih giat memberikan sosialisasi mengenai produk dan kelebihan BNI mengenai haji, b) memahami masyarakat bahwa Haji merupakan Rukun islam yg harus ditunaikan sebagai bentuk manifestasi ketundukkan kepada sang pencipta.

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tidak berdayanya sistem ekonomi kapitalis, sosialis serta berbagai sistem lain membuat sistem ekonomi Islam eksis untuk menjadi alternatif menghadapi berbagai kemelut sistem ekonomi dewasa ini. Mulai dari beberapa abad silam, ekonomi dunia dikuasai oleh sistem bunga yang memperlihatkan sistem hari ini tidak mampu menyelesaikan masalah ekonomi dunia dari cengkaman riba yang juga di dalamnya termasuk Indonesia. Itu dapat terlihat di hampir semua bentuk transaksi dan sistem keuangan. Karena hal inilah, telah banyaknya orang kaya yang kian mencapai kemakmurannya diatas kemiskinan orang lain. Kesenjangan ekonomi semakin meningkat diberbagai negara, baik di Negara maju maupun Negara berkembang, sedangkan di negara berkembang kesenjangan ekonomi itu sendiri semakin meluas. Padahal jelas riba telah dilarang didalam islam dan juga tindakan memperkaya diri melalui cara yang tidak halal, seperti mendapatkan keuntungan tanpa memberi nilai timbangan telah dilarang secara etika. Namun walaupun demikian, kita tetap patut bersyukur ketika dominasi itu ada di puncaknya, undang-undang nomor 7 tahun, 1992 mengenai perbankan, seperti yang sudah dirubah dengan undang-undang nomor, 10 tahun 1998 dengan segala ketentuan dan keputusan yang telah mendukung UU ini telah menghadirkan lembaga keuangan syariah yang anti dengan transaksi riba.¹

¹ <http://www.bi.go.id>

Kemunculan lembaga keuangan ini disambut oleh perasaan suka cita dari kalangan umat islam, dukungan itu dibuktikan dengan hadirnya lembaga keuangan syariah baik yang berbentuk bank atau non bank. Mulai saat itu, peristiwa meningkatnya kebutuhan masyarakat dengan adanya sistem bank yang sesuai prinsip islam mendapatkan sambutan positif dari pemerintah antara lain diterbitkannya undang-undang nomor, 7 tahun 1992 mengenai perbankan yang menetapkan bahwa bank di Indonesia harus menggunakan dua banking sistem yaitu bank konvensional serta bank syariah. Perundang-undangan itu selanjutnya di rubah dengan undang-undang nomor 10 tahun 1998 untuk memberi ketetapan hukum yang lebih jelas bagi operasional perbankan syariah Nasional. Dari masalah inilah yang melatar belakangi munculnya undang-undang no 21 tahun 2008 mengenai bank syariah, sebagaimana di ubah melalui undang-undang nomor 10 Tahun 1998 kurang baik dan kurang memenuhi karakteristik operasional, perbankan syariah karena pada sisi lain peningkatan usaha bank syariah meningkat semakin cepat.²

Bank memiliki fungsi yaitu menjadi lembaga keuangan, yang memberikan jasa layanan keuangan dan berfungsi sebagai mediator antara masyarakat yang memiliki kelebihan dana, dan masyarakat yang kekurangan dana. Dalam fungsinya sebagai mediator, bank bertugas menyimpan atau mengelola dana, yang

²Redaksi Sinar Grafika, *Undang-Undang perbankan Syariah 2008* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h. 5

ditetapkan masyarakat untuk di salurkan kembali untuk masyarakat yang butuh dana melalui bentuk kredit, ataupun bentuk lainnya.³

Bank sebaiknya menjelaskan setiap produk yang ingin ditawarkan sehingga masyarakat dapat mengetahuinya dan berminat membeli produk yang pas dengan kebutuhan serta keinginannya. Banyak bank, yang telah menawarkan produknya baik itu suatu produk baru perkembangan dari produk yang sudah lama. Diantaranya dari mereka ada yang telah gagal serta tidak mampu merebut hati dan kepuasan konsumen.

Bank Indonesia merupakan bank syariah yang salah satu produk-produknya dikeluarkan berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Tabungan haji iB Hasanah misalnya yang juga diadopsi oleh bank BNI syariah Tomoni, yang merupakan produk dari tabungan khusus dalam memenuhi biaya untuk perjalanan ibadah haji, yang mana di kelola dengan aman serta bersih sesuai syariat dengan akad mudharabah mutlaqahnya. Didalam mudharabah mutlaqah, nasabah yang telah menyimpan dananya tidak membatasi atau melarang pihak bank syariah untuk memakai dana yang telah disimpannya. Tabungan Haji iB Hasana ini sudah tergabung di layanan media sosial Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT), yang membuat jamaah haji mendapat kepastian dari kementerian agama ketika jumlah tabungan sudah memenuhi persyaratan. Sebagaimana dalam undang-undang RI, nomor 13 tahun, 2008 mengenai kepengurusan ibadah Haji

Yusak Laksamana, *Tanya Jawab Cara Mudah Mendapatkan Pembiayaan di Bank Syariah* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009), h. 2.

Bab 1 pasal 1 menyebutkan bahwa ibadah Haji ialah kewajiban yang ditunaikan sekali seumur hidup oleh setiap muslim yang sudah mampu menunaikannya.⁴

Menurut penulis penggunaan media komputer dengan layanan Sistem Komputerisasi Haji Terpadu, (SISKOHAT) sangat memudahkan pihak Kemenag maupun pemerintah dalam kepengurusan dan kemitraan calon jamaah haji, seperti dalam hal pendaftaran jamaah haji tiap tahunnya tanpa nonstop mengingat calon jamaah haji, selalu bertambah tiap tahunnya, tersedianya data base jamaah yang terstruktur, penyediaan layanan akomodasi dan transportasi, pembuatan paspor maupun visa, hingga operasional kepulangan ke Tanah air.

Tabungan yang menggunakan prinsip mudharabah ialah simpanan pihak ketiga, yang dimana penarikannya hanya bisa dilakukan pada waktu nasabah sudah ingin menunaikan ibadah haji, atau pada waktu tertentu sesuai, yang telah diperjanjikan. Sistem ini menerapkan titipan dan imbalan dengan cara sistem bagi hasil mudharabah. Karena besarnya persaingan antara bank saat ini, maka bank Indonesia memiliki produk tabungan haji, dituntut untuk melakukan pemasaran yang dapat menarik keinginan masyarakat untuk menjadi nasabah dan mempertahankan nasabah yang sudah bergabung. Banyak orang yang mengatakan bahwa pasar syariah ialah pasar sesuai dengan hati nurani (pasar emosional), sedang pasar konvensional ialah pasar rasional (hanya pertimbangan yang masuk akal). Maksudnya orang akan tertarik untuk berbisnis, di pasar syariah dikarenakan alasan menghindari riba (maksudnya sesuai syariat) yang sifatnya emotional bukan karena mau mendapat keuntungan semata yang sifatnya rasional.

⁴Undang-Undang R.I. Nomor 37 Tahun 2009 Tentang Keimigrasian dan Perpu Nomor 2 Tahun 2009 Tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji (Bandung: Citra Umbara. 2010), h. 160.

Begitupun pasar konvensional orang-orang ingin mendapat untung sebanyak-banyaknya. Tanpa peduli bisnis yang sedang di geluti itu mungkin telah menyimpang bahkan berlawanan dengan prinsip agama Islam.⁵

Dunia pemasaran sering disamakan dengan dunia yang penuh janji manis, miris tapi kita juga belum mengetahui apakah produknya sesuai dengan yang ditawarkan dengan yang kita inginkan. Hal inilah yang seharusnya kita buktikan dalam janji suatu manajemen pemasaran syariah, baik itu pada penjualan barang dan jasa bahwa, pemasaran prinsip syariah bukan merupakan dunia tipu menipu tetapi berlandaskan syariat Islam. Karena pemasaran sistem syariah adalah tingkatan paling tertinggi dalam pemasaran yaitu spiritual pemasaran dimana etika, nilai serta norma yang dijunjung tinggi dan suatu hal yang seperti inilah sering di langgar bahkan tidak ada didalam pemasaran konvensional, sehingga biasanya menyebabkan para konsumen akhirnya kecewa di karenakan yang dipasarkan tidak sesuai dengan yang telah dijanjikan oleh pihak pemasar.

Tak ada yang terlalu membedakan dan tahu persis diantara pemasaran produk yang telah ditawarkan bank maupun oleh produk yang lainnya, melainkan hanya ciri produknya, dimana produk yang ditawarkan dari bank bersifat bukan jasa maupun barang. Sehingga produk yang dijual sedikit tidak terlalu terlihat secara nyata tetapi dapat dirasakan oleh nasabah. Karena perbedaan itulah, sesuatu

⁵Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Dengan Kata Pengantar oleh Muhhammad Syafii Antonio (Cet 1; Bandung: Mizan, 2006), h. 37.

yang patut dilakukan ialah strategi pemasaran, yang tepat dan baik yaitu strategi pemasaran produk jasa⁶

Besarnya peranan sistem pemasaran mengharuskan setiap dunia usaha lebih mencermati studi tentang pemasaran. Salah satu cara yaitu dengan memahami pemasaran itu sendiri seperti apa dan bagaimana, sehingga tidak hanya menghasilkan keuntungan dari pihak bank, tapi juga kepuasan nasabah dalam mengkonsumsi produk dari bank itu sendiri.

Strategi pemasaran produk tabungan haji BNI syariah cabang pembantu Tomoni adalah sebuah bidang bisnis strategis yang merujuk pada proses perencanaan serta pelaksanaan yang bisa memberi manfaat kepada bank dan nasabah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang masalah di sini, penulis tidak lebih melebar, penulis hanya membatasi pada strategi pemasaran, oleh BNI Syariah. Adapun rumusan masalah adalah.

1. Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan haji pada Bank Negara Indonesia Syariah cabang pembantu Tomoni?
2. Faktor yang mendukung maupun yang menghambat produk tabungan haji pada BNI Syariah cabang pembantu Tomoni ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk tabungan haji pada bank Negara Indonesia syariah cabang pembantu Tomoni.

⁶ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Cet. 1; Bandung: Alfabeta, 2010), h. 5.

2. Untuk mengetahui faktor pendukung serta penghambat terkait produk tabungan haji BNI Syariah cabang pembantu Tomoni.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini, berdasarkan latar belakang di atas ialah sebagai berikut;

1. Bagi pihak lain

Untuk mengetahui informasi tentang bagaimana strategi pemasaran, yang sesuai dengan kaidah dan prinsip islam agar bisa di realisasikan dalam mengembangkan suatu usaha supaya dapat di jadikan bahan acuan untuk peneliti selanjutnya.

2. Bagi bank Negara Indonesia syariah

Hasil penelitian dapat di jadikan sebagai bahan masukan dan bahan pertimbangan bagi bank Negara Indonesia syariah untuk menentukan kebijakan.

E. Defenisi Operasional Variabel

1. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran ialah suatu pendekatan keseluruhan dari BNI syariah Tomoni yang berkaitan dengan, suatu cara mengenai perencanaan, pengambilan keputusan, dan cara pelaksanaannya dalam mencapai tujuan serta sasaran pemasaran.

2. Produk

Produk adalah semua yang ditawarkan oleh individu, kelompok maupun perusahaan khususnya BNI syariah, cabang pembantu Tomoni baik berupa

barang ataupun jasa, dalam hal, ini yaitu akad-akad tabungan haji, yang ditawarkan oleh BNI syariah, cabang pembantu Tomoni.

3. Tabungan Haji

Tabungan haji ialah salah satu, produk yang dimana nasabah menyetorkan sejumlah uang dengan jumlah tetap pada waktu tertentu dalam mempersiapkan dananya agar bisa mencukupi membiayai perjalanannya ketanah suci.

4. Bank Negara Indonesia syariah

Seperti lembaga perbankan syariah pada umumnya, BNI syariah, cabang pembantu Tomoni ialah bank yang mengumpulkan dan menyalurkan dananya ke masyarakat dengan melakukan kegiatan usahanya, berdasarkan syariah.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Dalam melakukan penelitian, peneliti bukanlah yang pertama membahas materi ini, pembahasan mengenai produk tabungan haji, telah banyak di tulis, diantaranya:

1. Nikmatul Rokhmah, 2014 **“Prinsip Akad Dalam Dana Setoran Awal Calon Jamaah Haji Daftar Tunggu (Waiting List)”** Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian empiris dengan menggunakan pendekatan kualitatif yuridis. Hasil penelitian yang pertama yaitu sistem pengelolaan dana setoran awal calon jamaah haji daftar tunggu (waiting list). Kedua prinsip akad yang di terapkan dalam pengelolaan dana setoran awal.⁷

2. Ayhu Azhara penelitiannya pada Tahun 2005 yang berjudul **“Manajemen Pengelolahan Dana Tabungan Haji ONH di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada PT. Bank Negara Indonesia Syariah dan PT Bank Syariah Mandiri Cabang Palangkaraya)”**. Metode yang digunakan, yaitu metode deskriptif kualitatif. Dalam hasil penelitian mengemukakan bahwa produk ataupun manajemen pengelolaan, dana pada PT BNI syariah dan PT. bank syariah mandiri tersebut seyogyanya untuk berbenah sehingga bentuk dari prinsip-prinsip dasar Bank Syariah yaitu prinsip kemitraan, keadilan, ketentraman dan nyata

⁷Nikmatul Rokhmah, *Prinsip Akad Dalam Pengelolaan Dana Setoran Awal Calon Jamaah Haji Daftar Tunggu (Waitig List)*, Skripsi (Malang: Fakultas Syariah Jurusan Hukum Bisnis Syariah).

dapat dirasa secara sempurna bagi penyimpan maupun pengguna dana serta Bank itu sendiri.⁸

3. Yulia Citra (2012) dalam penelitiannya yang berjudul ***"Penerapan Akad Qard Wal Ijarah pada Produk Dana Talangan Haji di Bank Syariah Mandiri KCP Karangayu Semarang"*** metode penelitian, yang di gunakan ialah metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitiannya memperlihatkan bahwa dari produk dana talangan haji di BSM KCP Karangayu menggunakan akad *qardh wal ijarah*, adalah dana yang telah dipinjamkan oleh bank kepada calon nasabah dan biaya sewa, sistem IT yang dimiliki BSM ditanggungkan pada setiap nasabah. Waktu pelunasan yang di beri maksimal selama tiga tahun yang pelunasannya melalui cara menabung.⁹

Dari hasil penelitian, yang peneliti telah sebutkan sebelumnya yang telah dianalisis, skripsi diatas memiliki beberapa perbedaan sebagai berikut :

1. Nikmatul Rokhmah yang dalam penelitiannya mengkaji prosedur dana setoran, awal calon jamaah, haji daftar tunggu (waitinglist) yang dimulai dari calon jamaah haji, melaksanakan setoran awal kepada bank hingga mendaftar ke kementrian agama dengan menggunakan akad, *wadi'ah yad dhamanah* dan akad haji, sedangkan penulis meneliti mengenai strategi pemasaran

⁸Ayhu Azhara, *Manajemen Pengelolaan Dana Tabungan Haji ONH di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam "Studi Pada PT. Bank Negara Indonesia Syariah dan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Palangka Raya"* (Fakultas IAIN Palangka Raya 2015).

⁹Yulia Citra, *Penerapan Akad Qard Wal Ijarah pada Produk Dana Talangan Haji di Bank Syariah Mandiri KCP Karangayu Semarang* (Institut Agama Islam Negeri Walisongo, Semarang 2012)

produk tabungan haji pada bni syariah dengan menggunakan penelitian kualitatif.

2. Ayhu Azhara meneliti tentang manajemen pengelolaan dana, tabungan haji ONH di tinjau dari perspektif ekonomi islam. Dalam penelitian ini, memperlihatkan bahwa produk ataupun manajemen, semata-mata untuk berbenah sehingga terbentuklah prinsip-prinsip syariah yang adil, kemitraan dan menentramkan. Sedangkan peneliti lebih kepada strategi pemasaran produk tabungan haji pada BNI, syariah dengan menggunakan strategi pemasaran sebagai alat mendasar dalam meningkatkan keunggulan bersaing melalui pasar yang telah dimasuki atau yang akan dituju.
3. Yulia Citra meneliti mengenai penerapan akad *qard wal ijarah* pada produk dana talangan haji, bank syariah mandiri kantor cabang pembantu Karangayu, Semarang. Ia fokus bagaimana bentuk penerapan kedua akad yaitu *qard* dan *ijarah* pada produk dana talangan haji di Bank Syariah Mandiri. Sedangkan peneliti lebih berfokus kepada strategi pemasaran produk tabungan haji pada BNI Syariah dengan menggunakan strategi *segmenting targeting*, dan *positioning*.

B. Kajian Pustaka

1. Sejarah Bank Syariah

Awal berkembangnya bank syariah didunia mulanya pada abad 20-an dimana tidak terlepas oleh gerakan gerakan islam yang modernis dan *neorevivalis*, sekitaran tahun 1940-an oleh cendekiawan muslim Anwar Qureshi, Naiem Siddiqi dan Mahmud Ahmad. Akan tetapi sejarah perbankan

secara kelembagaan, pertama kali sudah mulai didirikan yaitu di tahun 1963, di Mesir. Saat itu bernama *Myt-Ghamr* Bank yang kemudian dipimpin langsung oleh pelopor usaha ini, yaitu Ahmad El Najjar dan permodalannya langsung di bantu oleh raja Faisal di Arab Saudi. Bank ini berhasil menggabungkan sistem manajemen bank Jerman, dengan prinsip sistem yariat islam. Bank syariah kemudian berkembang di negara-negara islam lain seperti, Pakistan, Sudan, Mesir, Iran, Malaysia dan Indonesia.¹⁰

Sedangkan di Indonesia sendiri, bank syariah muncul pada tahun 1991, dengan di dirikannya, bank muamalat Indonesia. Pada waktu itu keberadaan bank belum mendapat perhatian khusus oleh sistem perbankan Nasional. Namun setahun setelahnya barulah UU no. 10 tahun 1998 keluar menyempurnakan UU no. 7 tahun 1997 mengenai perbankan dan saat itulah kemunculan bank syariah mulai di perhitungkan. Undang- undang tersebut menyampaikan ketegasan dan kesempatan yang besar untuk perkembangan bank syariah, di Indonesia dalam tumbuh dan berkembangnya. Bank umum yang, sesuai undang-undang diberikan keluasaan untuk melakukan *dual banking system*, dimana penerapan sistem konvensional sekaligus syariah .¹¹

2. Pengertian Bank Syariah

Antonio dan parwaatmadja membedakan dua prinsip syariah islam, yaitu bank islam, dan bank yang berjalan sesuai dengan prinsip, syariat islam. Bank islam yang sistem pengoperasiannya mengacu pada, prinsip dan ketentuan

¹⁰<https://banksyariah1.blogspot.com>

¹¹Imamul Arifin, *Membuka Cakrawali Ekonomi*, (Cet.1; Bandung: PT Serta Purna Inves, 2007), h. 143-144

Al-quran dan Al-hadis, sedangkan bank yang berjalan dengan prinsip, syariah islam ialah bank yang dalam pengoperasiannya sesuai dengan ketentuan-ketentuan syariat islam, yang secara khusus mengenai cara bermuamalah sesuai islam. Dijelaskan secara lanjut bahwa didalam cara-cara bermuamalah agar dijauhkan atas dasar praktik-praktik yang di takutkan dapat mengandung unsur riba, untuk diikuti dengan kegiatan investasi dengan kedok bagi hasil dan pembiayaan perdagangan.¹²

3. Fungsi Bank Syariah

Aktivitas utama perbankan ialah mengumpulkan dana dari masyarakat, yang kegiatan ini sering disebut dengan *funding*. Menghimpun dana atau funding adalah kegiatan mengumpulkan dana, dengan cara mencari simpanan dari masyarakat luas.¹³ Berikut fungsi bank syariah

a. Fungsi bank syariah dalam menghimpun dana masyarakat

Fungsi utama bank syariah ialah mengumpulkan dana yang kelebihan yang dipunyai masyarakat. Bank syariah yang juga mempunyai tujuan mengumpul serta menghimpun dana masyarakat melalui bentuk titipan menggunakan akad wadiah serta dalam bentuk investasi melalui akad mudharah.

b. Fungsi bank syariah dalam menyalurkan dana ke masyarakat

Fungsi bank syariah kedua adalah memberikan dana kepada masyarakat yang membutuhkannya. Masyarakat bisa mendapatkan

¹²Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 2

¹³Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Keenam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), h. 24

pembiayaan dari bank Syariah asalkan memenuhi semua persyaratan yang berlaku. Dalam hal seperti ini bank syariah dapat memperoleh return dari dana yang telah disalurkan. Dana yang diperoleh bank syariah dari penyaluran ini juga tergantung pada akadnya.

c. Fungsi bank syariah memberi pelayanan jasa bank

Fungsi bank syariah selain menghimpun dana dan menyalurkannya ke masyarakat, bank syariah juga memberi pelayanan jasa perbankan ke nasabah. Pelayanan jasa yang diberikan itu bertujuan untuk memenuhi kebutuhan nasabah untuk melakukan aktifitas kesehariannya. Layanan jasa ke nasabah adalah merupakan fungsi dari bank syariah yang ketiga.¹⁴

4. Defenisi Strategi

Tokoh yang memiliki peran besar dalam memperkenalkan dan memperkuat konsep-konsep dalam strategi bisnis baru muncul di era 1960 an, yaitu Kenneth Andrews, Alfred Chandler, Jr dan Igor Ansoff. Dari nama itulah dikenalnya orang-orang yang luar biasa dalam dunia strategi bisnis. Strategi yang didefenisikan dalam beberapa metode oleh sebagian penulis, seperti:

- a. Strategi merupakan penetapan tujuan dasar jangka panjang dan sasaran perusahaan dan penerapan serangkaian tindakan serta menentukan sumber daya yang penting dalam melakukan sasaran ini (Chandler,1962).
- b. Strategi merupakan kumpulan pilihan dasar serta kritis mengenai tujuan dancara dari bisnis (Child, 1972).

¹⁴<http://www.pengertianpakar.com/2015/02/pengertian-fungsi-dan-sejarah-bank-syariah.html>.

- c. Strategi adalah arah maupun cakupan organisasi yang ideal untuk jangka yang lebih lama yang menyesuaikan sumber dayanya dari lingkungan yang berubah dan secara khusus dengan pasarnya, dengan pelanggan serta kliennya dalam memenuhi harapan stakeholder (Jhonson dan Scholes, 1993).
- d. Amstrong dalam buku *The Art Of HRD* mengatakan bahwa setidaknya ada tiga pengertian strategi. Pertama strategi adalah pernyataan maksud yang mengungkapkan cara untuk menggapai tujuan dan memerhatikan dengan sungguh-sungguh sumber daya perusahaan yang sangat penting dalam waktu panjang dan mencocokkan sumber daya serta kapabilitas dengan lingkungan luar. Kedua, strategi adalah pandangan mengenai isu kritis atau hal yang mempengaruhi keberhasilan bisa dibicarakan serta keputusan strategis dalam membuat pengaruh yang kuat serta jangka panjang pada kegiatan dan kesuksesan organisasi. Ketiga, strategi pada awalnya adalah mengenai penetapan tujuan strategis dan mengalokasikan atau perpadanan sumber daya terhadap peluang strategi berbasis sumber daya sehingga dapat mencapai kesamaan strategis antara tujuan strategis dan dasar sumber dayanya.

Berdasar seluruh defenisi di atas maka strategi bisa disimpulkan sebagai kumpulan pilihan kritis dalam merencanakan dan menerapkan hubungan rencana tindakan dan penentuan sumber daya yang baik dalam mencapai suatu tujuan dasar dan sasaran dengan melihat keunggulan *kompetitif*,

komparatif, dan sinergis yang ideal sebagai arah cakupan dan perspektif jangka panjang keseluruhan yang sesuai oleh individu maupun organisasi.¹⁵

5. Defenisi Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu bidang fungsional yang amat penting didalam organisasi bisnis sebagai penunjang utama bagi kelangsungan hidup bagi dunia usaha. Pemahaman pemasaran untuk pihak pemasaran begitu penting dalam tujuan memperkenalkan kebutuhan serta keinginan nasabah, menentukan pasar sasaran mana yang bisa dilayani dengan sebaik-baiknya oleh bank, serta menyusun produk jasa dan program yang sesuai dalam melayani pasar tersebut.

Besarnya peranan sistem pemasaran mengharuskan setiap dunia usaha lebih mencermati studi tentang pemasaran. Salah satu cara yaitu dengan memahami pemasaran itu sendiri seperti apa dan bagaimana, sehingga tidak hanya menghasilkan keuntungan dari pihak bank, tapi juga kepuasan nasabah dalam mengkonsumsi produk dari bank itu sendiri.

Dalam memaparkan masalah pemasaran, tidak lepas dari pengertian pemasaran. Beberapa ahli di bidang pemasaran memberikan pengertian dan defenisi yang berbeda tentang pemasaran, sesuai dengan sudut pandang bagaimana mereka melihatnya, namun pada prinsipnya mempunyai maksud serta tujuan sama.

Philip Kotler mengartikan pemasaran sebagai sebuah proses dimana personal maupun kelompok mendapat apa yang mereka butuhkan dan

¹⁵Teguh Santoso, *Marketing Strategik Meningkatkan Pangsa Pasar dan Daya Saing* (Cet. 1; Jakarta: Oryza, 2011), h. 14-17

inginkan dalam menciptakan menawarkan dan secara bebas menukarkan barang maupun jasa yang bernilai kepada orang lain.¹⁶ Pakar lain, *William J. Stanton* mengatakan bahwa defenisi pemasaran dapat dibagi menjadi dua, yaitu dalam artian kemasyarakatan pemasaran ialah setiap kegiatan tukar-menukar yang mempunyai tujuan dalam memuaskan keinginan-keinginan manusia. Dalam arti bisnis pemasaran ialah sebuah sistem dari kegiatan bisnis yang disusun untuk merencanakan, memberi harga, mempromosikan serta mendistribusikan jasa maupun barang-barang pemuas keinginan pasar.¹⁷

Menurut *Freddy Rangkuti*, pemasaran merupakan suatu perubahan kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai keadaan sosial, budaya, politik, ekonomi serta manejerial. Akibat pengaruh beberapa faktor tersebut yaitu masing-masing individu atau kelompok mendapat kebutuhan atau keinginan dengan menciptakan, menawarkan serta menukar produk yang memiliki nilai komoditas.¹⁸ Di sisi lain Asosiasi Pemasaran Amerika berpendapat bahwa pemasaran itu merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, menetapkan harga promosi danpenyaluran gagasan, barang maupun jasa dalam penukaran yang memenuhi sasaran individu maupun organisasi.¹⁹

Menurut Payne, pemasaran adalah suatu proses mempersiapkan, memahami, merangsang dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih

¹⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Edisi XIII* (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 5.

¹⁷ William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, Edisi VII (Jakarta: Erlangga, 1996), h. 21

¹⁸ Freddy Rangkuti, *Analisis Swot: Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 2006), h. 48.

¹⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi XI, Jilid I (Jakarta: Indeks, 2005), h. 10.

husus menyalurkan sumber-sumber dari organisasi dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut.²⁰

Pemasaran tidak hanya dapat dilihat dalam ruang lingkup umum, akan tetapi dapat pula dilihat dalam sudut pandang syariah. Pemasaran menurut perspektif syariah adalah setiap aktivitas yang dijalankan dalam bisnis berbentuk kegiatan, penciptaan nilai yang mengharuskan siapa pun yang melakukannya tumbuh dan mendaya gunakan manfaatnya yang dilandasi sikap kejujuran, keadilan, keterbukaan dan keikhlasan melalui proses yang berprinsip pada akad muamalah Islami atau perjanjian transaksi bisnis dalam Islam.²¹

6. Konsep Spritual Marketing

a. Keadilan sebagai Inti Syariat Islam

Al-Quran dan hadis menempatkan keadilan sebagai tujuan utama dalam syariat Islam. Menurut Al-Quran, Surat Al-Hadid ayat 25²², menciptakan keadilan merupakan tujuan utama mengapa Allah swt. mengirimkan Rasul-rasul-Nya kemuka bumi.

b. Konsep spritual marketing

Spiritual marketing merupakan tingkat yang tertinggi. Orang tidak semata-mata menghitung untung ataupun rugi lagi, tidak berpengaruh lagi

²⁰ Payne Adrian, *The Essence of Serfice Marketing*, (Yogyakarta: Andi offset, 1993),h.27.

²¹ Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah* (Jakarta: Grasindo, 2007), h. 1.

²²”*Sesungguhnya Kami telah mengutus Rasul-rasul Kami dengan membawa bukti-bukti yang nyata dan telah Kami turunkan bersama mereka Al kitab dan neraca (keadilan) supaya manusia dapat melaksanakan keadilan. dan Kami ciptakan besi yang padanya terdapat kekuatan yang hebat dan berbagai manfaat bagi manusia, (supaya mereka mempergunakan besi itu) dan supaya Allah mengetahui siapa yang menolong (agama)Nya dan rasul-rasul-Nya Padahal Allah tidak dilihatnya. Sesungguhnya Allah Maha kuat lagi Maha Perkasa”.*

dengan sesuatu yang sifatnya duniawi. Namun panggilan jiwalah yang mendorongnya karena di dalamnya terkandung nilai prinsip spiritual. Dalam persepsi syariah, spiritual marketing adalah tingkatan pemasaran langit, karena di dalamnya keseluruhan prosesnya tidak adayang bertentangan dengan aturan dan prinsip syariat. Setiap langkah aktivitas, dan kegiatannya akan selalu berjalan dengan hati nurani.

7. Strategi Pemasaran Bank Syariah

Dengan adanya strategi pemasaran, sehingga implementasi program untuk mencapai tujuan organisasi harus dilakukan secara aktif, sadar dan rasional mengenai suatu produk dalam mencapai tujuannya dalam lingkup bisnis. Strategi pemasaran bagi setiap perusahaan dapat berfungsi sebagai berikut.

- a. Sebagai respon organisasi dalam menanggapi dan menyesuaikan diri di lingkungan sepanjang perputaran bisnis.
- b. Sebagai upaya dalam membedakan diri dari pesaing melalui kekuatan korporat dalam memenuhi kebutuhan nasabah atau pelanggan yang lebih baik dilingkungan tertentu.
- c. Sebagai kunci keberhasilan untuk menghadapi perubahan lingkungan bisnis, memberi kesatuan arah bagi semua partner internal suatu bank atau perusahaan.
- d. Sebagai ketentuan dalam menentukan sumber daya dan usaha.
- e. Sebagai alat fundamental untuk mencapai tujuan suatu bank atau perusahaan dengan mengembangkan kualitas bersaing yang berkesinambungan untuk melayani pasar sasaran.

8. Pengertian, Hikmah Ibadah Haji dan Tabungan Haji

Haji adalah salah satu rukun Islam yang kelima yang telah diwajibkan oleh Allah swt. kepada orang-orang yang mampu melaksanakannya yaitu memiliki kesanggupan biaya serta sehat jasmani dan rohani untuk bisa melaksanakan perintah tersebut. Adapun dalil yang telah mewajibkan ibadah haji didalam Al-Quran surah Ali-Imran Ayat 97

وَلِلّٰهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ اِلَيْهِ سَبِيْلًا ۚ وَمَنْ كَفَرَ فَاِنَّ اللّٰهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعٰلَمِيْنَ

Terjemahannya: "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",²³

a. Hikmah disyariatkannya ibadah haji²⁴

Kewajiban ibadah haji memiliki banyak hikmah yang besar dalam kehidupan beragama seorang Mukmin, dan mengandung kemaslahatan bagi seluruh umat Muslim disisi agama dan dunianya. Diantara syariat Allah itu ada yang sifatnya ibadah dalam hal ini tidak boleh di rekayasa oleh siapapun, karena ia perintah langsung dari Allah SWT. Dan Rasulnya beserta tata cara pelaksanaan yang ditentukannya, seperti sholat, puasa, zakat, haji dan lainnya.

²³ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Bandung: PT Syaamil Cipta Media), h. 78

²⁴ Departemen Agama RI, *Op. Cit.*, h. 11

Bila Allah swt. memberi sebuah syariat, yaitu perintah maupun larangan, tentu ada hikmah yang menjadi motivasi atau penyebab mengapa itu diperintahkan atautkah itu dilarang? Tidak patut bagi Allah, bila Ia memerintahkan hambanya untuk melaksanakan shalat, haji dan sebagainya, jikalau memang itu tidak ada hikmah maupun makna yang akan kita ambil darinya. Sehingga berbagai pekerjaan ibadah itu dilakukan tidak hanya sekedar dilaksanakan begitu saja. Firman Allah swt.

ذَٰلِكَ وَمَنْ يُعْظِمِ شَعْبِيرَ اللَّهِ فَإِنَّهَا مِنْ تَقْوَى الْقُلُوبِ ﴿٣٢﴾

Terjemahannya: “Demikianlah (perintah Allah). Dan barang siapa mengagungkan syi’ar-syi’ar Allah, Maka sesungguhnya itu timbul dari ketakwaan hati”. (QS Al-Hajj: 32)²⁵

Diantara himah itu adalah.²⁶

- 1) Haji merupakan bentuk manifestasi ketundukan kita kepada Allah Swt. semata. Orang yang melakukan ibadah haji meninggalkan segala kemewahan dan keindahan duniawi dengan menggunakan pakaian ihram sebagai manifestasi kefakiran dan kebutuhannya terhadap Allah, serta meninggalkan semua masalah duniawi dan segala kesibukan yang bisa membelokkan dari keikhlasan untuk menyembah Tuhannya. Dengan berhaji, seorang mukmin menampakkan keinginan amat sangat untuk memperoleh ampunan dan rahmat-Nya.

²⁵Departemen Agama, Al-Quran dan Terjemahannya (Bandung: PT Syaamil Cipta Media) h. 336

²⁶Departemen Agama RI, *Op. Cit.*, h. 13-15.

- 2) Melaksanakan kewajiban haji adalah ungkapan syukur atas nikmat kesehatan dan harta yang merupakan kenikmatan terbesar yang didapat manusia dari sang pencipta. Dalam berhaji ungkapan rasa syukur dari kedua nikmat terbesar inilah dicurahkan dan didalam berhajilah manusia melakukan pergolakan jiwa raga, menafkahkan sebahagian hartanya dalam mentaati,serta mendekatkan diri kepada sang pencipta. Mensyukuri nikmat adalah kewajiban yang harus diakui oleh setiap manusia yang juga diwajibkan oleh syariat agama.
- 3) Haji melatih jiwa agar memiliki semangat hidup tinggi. Dalam hal ini dibutuhkan kesabaran, kedisiplinan, daya tahan serta akhlak yang baik agar manusia saling menolong yang sesama lain.
- 4) Haji menyimpan ketenangan di hati, mampu membangkitkan kembali semangat ibadah yang sempurna serta ketundukan yang tiada henti terhadap perintah Allah Swt. dan juga mengajarkan keimanan yang dapat menyentuh jiwa untuk mengarahkannya kepada Allah Swt. Agar terhindar dari kesenangan-kesenangan duniawi

b. Pengertian Tabungan

Secara terminologi, tabungan atau saving adalah jumlah uang yang ditanam seorang individu pada bank atau tempat lainnya. Adapun pengertian tabungan menurut UU No. 10 tahun 1998 Pasal 1 ayat 5 tentang perbankan adalah simpanan yang penarikannya hanyadapat dilakukan sesuai syarat

syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet, giro atau alat lainnya yang semisalnya dengan itu.²⁷

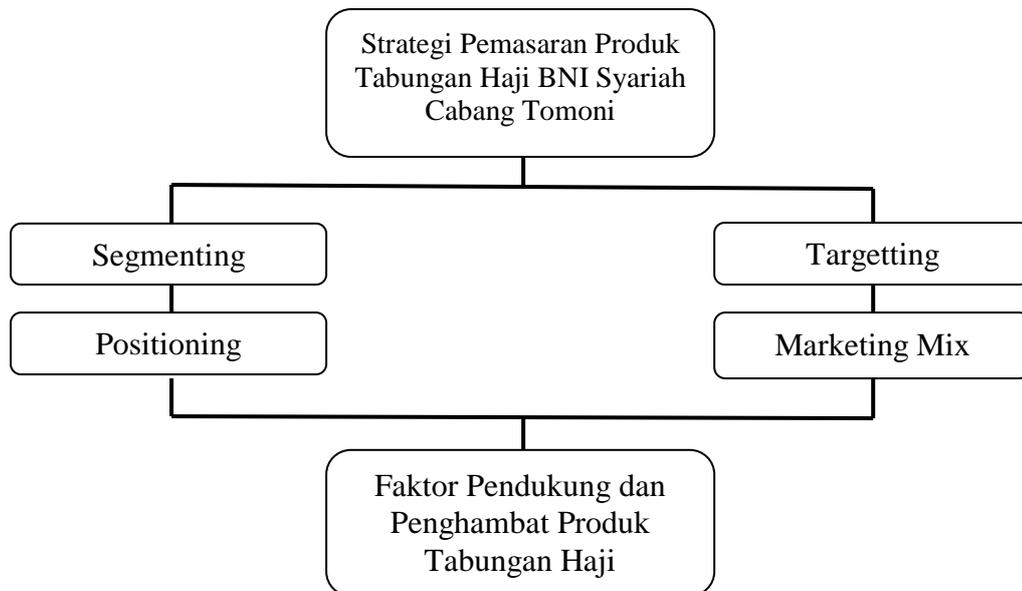
c. Pengertian Tabungan Haji

Sebagian besar rakyat Indonesia beragama Islam. Salah satu rukun Islam tersebut adalah menunaikan ibadah haji bagi yang mampu. Karena panggilan agama itulah maka umat Islam mengharapkan dapat menjalankan ibadah haji ke tanah suci Mekkah meskipun biayanya sangat kecil artinya melalui cicilan tabungan haji untuk setoran pertama Rp. 500.000 untuk tabungan haji iB Hasanah. Bank Negara Indonesia berusaha agar niat ibadah umat Islam yang penghasilannya tidak berlebihan dapat dicapai dengan menabung melalui Tabungan Haji.

Tabungan haji adalah simpanan dana pihak ketiga yang penarikannya hanya bisa dilakukan pada waktu nasabah siap menunaikan haji atau pada waktu tertentu sesuai dengan yang sudah dijanjikan. Simpanan ini menetapkan imbalan dengan sistem bagi hasil Al-mudharabah.

²⁷Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2001), Cet. 5, h. 74.

C. Kerangka Pikir



Gambar 2.1
Kerangka Pikir

Dalam penelitian ini akan dilakukan pembahasan tentang strategi pemasaran tabungan haji bank Negara Indonesia Syariah cabang Tomoni.

Strategi pemasaran yang dilakukan BNI Syariah khusus pada produk tabungan haji yaitu dengan memilih merumuskan pasar yang dituju yaitu dengan cara mensegmentasi pasar, menarget pasar dan posisi bank itu sendiri. Selain itu, juga dengan mengembangkan marketing mix atau bauran pemasaran yang terdiri dari empat unsur yaitu produk, harga, distribusi dan promosi, yang mana dengan menggunakan perumusan strategi pemasaran tersebut bertujuan untuk menarik dan mempertahankan loyalitas para nasabah.

Yang menjadi faktor pendukung perkembangan produk tabungan haji pada BNI Syariah yaitu: masyarakat Tomoni yang mayoritas muslim, semua

masyarakat memiliki niat untuk naik haji, prosedur pembukaan tabungan haji tidak rumit dan bisa dibina langsung oleh pihak Bank, BNI Syariah merupakan lembaga keuangan berbasis Syariah, setoran awal ringan. Sedangkan yang menjadi faktor penghambat produk tabungan haji ialah terkait dengan masalah financial (biaya), mengingat masih banyak masyarakat Tomoni yang masih lebih mementingkan pemenuhan kebutuhan pokoknya daripada menunaikan ibadah haji dikarenakan pendapatannya masih dibawah rata-rata, masih kurangnya lembaga keuangan syariah di Luwu Timur khususnya daerah Tomoni.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Metode Pendekatan

- a. Pendekatan Sosiologis yaitu suatu pendekatan dengan jalan melihat gejala-gejala sosial yang kemungkinan terjadi dan dapat mempengaruhi terjadinya aksi dalam interaksi antara anggota masyarakat sosial.
- b. Pendekatan Empiris

Yaitu penulis menjelaskan permasalahan berdasarkan kenyataan yang terjadi yang diperoleh dari penelitian.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang di gunakan penulis dalam penelitian ini ialah jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif ialah suatu pendekatan penelitian yang menunjukkan keadaan sosial tertentu dalam menggambarkan kenyataan yang sebenarnya, di susun dengan kata-kata berdasarkan tehnik pengumpulan data dan analisis data yang terkait yang di peroleh dari sesuatu yang alamiah.

Alasan penelitian kualitatif yang digunakan penulis disebabkan karena penelitian ini harus menggambarkan kondisi yang sebenarnya dari suatu situasi dan menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan proses analisis statistik yang ada pada penelitian kuantitatif.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi dan tempat penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan yaitu dilaksanakan di BNI Syariah kantor cabang pembantu Tomoni, Jalan Trans Sulawesi, kabupaten Luwu Timur. Dilaksanakan pada tanggal 21 Januari sampai dengan 21 Februari 2019

C. Subjek Penelitian

Pada penelitian kualitatif subjek penelitian disebut sebagai informan. Informan yaitu orang yang memberikan informasi mengenai data yang diinginkan oleh seorang peneliti yang berkaitan dengan suatu penelitian yang telah dilakukannya. Dimana informan tersebut ialah kepala cabang BNI Syariah, marketing, dan Costumer Service.

D. Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang didapatkan langsung oleh peneliti langsung dari subjek sebagai sumber informasi yang telah dicari. Adapun sumbernya yaitu dengan wawancara kepada pihak-pihak bank (informan) yang bersangkutan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sebuah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung dari pihak-pihak lain berupa laporan-laporan yang telah tersedia maupun dari data dokumentasi.

E. Teknik Pengumpulan Data

Setiap penelitian telah banyak cara yang digunakan sebagai alat pengukuran data-data yang telah ditemukan pada setiap penelitian lapangan. Data-data yang telah diukur pada penelitian tersebut adalah data primer yang berupa penelitian langsung ditemukan atau diperoleh dari objek penelitian. Demikian halnya data sekunder selaku data pendukung yang didapat seperti melalui penelitian.

Adapun dalam pengumpulan data, penulis menggunakan metode sebagai berikut:

1. Kajian Pustaka (Library Research)

Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan pengkajian dan pencatatan terhadap berbagai literatur yang ada kaitannya dengan permasalahan yang dibahas, baik berupa buku, majalah maupun dokumen-dokumen yang tertulis yang biasanya diperoleh melalui perpustakaan atau tempat di mana terdapat buku-buku serta sumber-sumber lain. Pengukur penelitian perpustakaan ini dilakukan secara:

a. Kutipan langsung

Kutipan langsung yaitu penulis secara langsung mengambil pendapat dari suatu buku atau karya ilmiah secara lengkap tetapi tanpa mengubah kata-kata dalam tulisan yang dikutip.

b. Kutipan tidak langsung

Kutipan tidak langsung yaitu penulis mengutip suatu pendapat dengan mengubah redaksi dengan menggunakan kata-kata dan bahasa sendiri

dalam ulasan dan keterangan hingga ada perbedaan dengan yang aslinya namun dengan maksud serta tujuan yang sama.

Kutipan tidak langsung mempunyai cara dalam mengutip suatu teks yaitu dengan cara membuat ringkasan dan mengambil pokok-pokok pikiran orang dengan membuat kesimpulan tanpa mengubah makna kalimat aslinya. Kutipan tidak langsung juga terbagi menjadi dua cara seperti kutipan langsung yaitu kutipan langsung pendek dan kutipan langsung panjang.

2. Penelitian Lapangan (Field Research)

Penelitian Lapangan yaitu penulis mengadakan penelitian di lapangan bertujuan untuk mendapatkan data valid yang ada hubungannya dengan skripsi ini. Dalam pengumpulan data lapangan lewat metode ini, penulis menggunakan teknik-teknik sebagai berikut:²⁸

a. Observasi

Observasi dalam kamus besar Bahasa Indonesia berarti pengamatan atau peninjauan secara cermat. Sedangkan para ahli memberikan penjelasan sebagai berikut:

Alwasilah C. (2003: 211) mengatakan bahwa, observasi merupakan penelitian atau pengamatan sistematis dan terencana yang bertujuan untuk mendapatkan data yang diketahui validitas dan reliabilitasnya.

²⁸Jumiati H. Alimudddin, “ *Pendayagunaan Zakat dalam Aplikasinya Mengurangi Kemiskinan di Makassar (Studi Kasus Rumah Zakat Indonesia Cabang Makassar)*. “ Skripsi Sarjana, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Alauddin, Makassar. H. 45-46

Syaodih N (2006: 220) menyatakan bahwa, observasi atau pengamatan adalah suatu tehnik atau tata cara pengumpulan data dengan jalan melakukan pengamatan pada kegiatan yang sedang berlangsung.

Dari semua pendapat tersebut terdapat suatu kesamaan pemahaman bahwa observasi merupakan pengamatan kepada suatu objek yang diteliti baik dengan secara langsung ataupun tidak langsung untuk mendapatkan data yang harus dikumpulkan dalam penelitian.²⁹

b. Wawancara (Interview)

Wawancara atau interview ialah suatu bentuk komunikasi langsung semacam percakapan yang bertujuan untuk mendapatkan informasi.³⁰ Melaksanakan tehnik wawancara berarti melakukan hubungan komunikasi atau percakapan antara pewawancara dan yang terwawancara bertujuan untuk mengumpulkan informasi dari yang terwawancara.³¹

Biasanya interview ini dilakukan dengan keadaan saling berhadapan, namun juga dapat dilaksanakan melalui telepon. Hubungan antara penginterview dan yang di interview sifatnya sementara yaitu dilakukan dalam jangka waktu tertentu saja. Hubungan dalam interview biasanya bagaikan antara orang asing yang tidak saling kenal, namun

²⁹Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cet 2 (Bandung: Alfabeta cv, 2010) h. 104-105

³⁰S. Nasution, *Metode Penelitian: Penelitian Ilmiah*, Ed.1. cet. 10 (Jakarta: Bumi Aksara, 2008) h. 113

³¹Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metologi Penelitian Kualitatif*, Cet 2 (Bandung Alfabeta cv, 2010) h. 129

pewawancara harus bisa mendekati responden, sehingga ia dengan suka rela memberi keterangan yang kita inginkan.³²

Wawancara bisa dilaksanakan sebagai tehnik pengumpulan data jika peneliti menemukan masalah yang harus diteliti dan peneliti mempunyai keinginan untuk mengetahui hal-hal tersebut yang berhubungan dengan informan secara mendalam. Sebagai pedoman peneliti dalam menggunakan metode interview adalah bahwa subyek adalah informan yang harus mengetahui tentang dirinya sendiri, mengenai perilakunya secara ideal yang akan diinfokan secara benar dan dapat dipercaya. Dengan demikian dapat mengadakan wawancara atau interview pada prinsipnya merupakan usaha dalam mencari keterangan yang lebih jauh dari sebuah kajian dari sumber yang valid berupa pendapat, kesan, pikiran, pengalaman dan sebagainya.³³ Dalam interview peneliti mendapat informasi yang diberi oleh informan tanpa membantah, mengecam, menyetujui, atau tidak menyetujuinya. Dengan interview peneliti bertujuan untuk mendapatkan data yang bisa diolah untuk mendapatkan gagasan atau hal-hal yang sifatnya umum yang menunjukkan kesamaan dengan keadaan-keadaan lain.³⁴

Sebelum melakukan wawancara perlu memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

³²S. Nasution, *loc cit.*,

³³Djam'an Satori dan Aan Komariah, *loc cit.*,

³⁴S. Nasution, *Metode Penelitian: Penelitian Ilmiah*, Ed.1. cet. 10 (Jakarta: Bumi Aksara, 2008) h. 114

- 1) Kemukakan maksud wawancara dalam rangka tujuan penelitian dengan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti.
- 2) Pergunakan gaya bicara yang sopan dengan nada dan irama yang menarik tetapi tanpa dibuat-buat atau diusahakan agar pembicaraan dirasakan bebas.³⁵

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data yang juga berperan besar dalam penelitian kualitatif adalah dokumentasi. Dokumentasi atau dokumen bersal dari bahasa Latin yaitu *docere* yang berarti mengajar. Dokumen merupakan sumber informasi yang bukan manusia (non human resources).

Nasutin (2003: 85) mengatakan bahwa sumbernya ada juga non manusia, (nonhuman resources) seperti dokumen, foto, dan bahan lainnya. Secara umum bisa diterjemahkan bahwa dokumen adalah rekaman kejadian masa lalu yang ditulis maupun dicetak bisa berupa catatan, surat, buku dan dokumen-dokumen. Dokumen kantor termasuk lembaran internal, komunikasi bagi publik yang bermacam-macam file siswa ataupun pegawai, deskripsi program serta data pengajaran.

Gottschalk (1986:38) mengungkapkan bahwa para ahli sering mengartikan dokumen dalam dua pengertian, yaitu pertama, sumber tertulis bagi informasi sejarah sebagai kebalikan dari pada kesaksian lisan, artefak, peninggalan-peninggalan terlukis, petilasan-petilasan

³⁵Jumiati H. Alimuddin, “*Pendayagunaan Zakat dalam Aplikasinya Mengurangi Kemiskinan di Makassar (Studi Kasus Rumah Zakat Indonesia Cabang Makassar)*” Skripsi Sarjana, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Alauddin, Makassar. H. 47

arkeologis. Kedua, diperuntukkan bagi surat-surat negara seperti surat perjanjian, undang-undang, hibah, konsesi dan lainnya. Dokumen dalam pengertiannya yang lebih luas menurut *Gottschalk* (1986: 38) dapat berupa setiap proses pembuktian yang didasarkan atas jenis sumber apapun, baik itu yang bersifat tulisan, lisan, gambaran, atau arkeologis. Dalam kepentingan penelitian, orang membutuhkan dokumen sebagai bukti otentik dan mungkin juga menjadi pendukung suatu kebenaran.³⁶

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Data yang diperoleh melalui penelitian ini yaitu masih dalam keadaan mentah yang masih perlunya penyelidikan secara seksama sehingga data tersebut dapat diangkat kedalam sebuah penelitian ilmiah yang dapat dipertanggung jawabkan keasliannya.

Setelah data terkumpul secara keseluruhan yaitu data kepustakaan dan data lapangan maka selanjutnya mengolah data dengan menggunakan tehnik deskriptif kualitatif dengan memberikan gambaran yang jelas dengan menggunakan metode sebagai berikut:

1. Metode induktif

Metode induktif yaitu suatu metode analisis atau teknik penelitian yang mengacu pada data-data yang bersifat khusus lalu pada yang bersifat umum.

2. Metode deduktif

³⁶Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metologi Penelitian Kualitatif*, Cet 2 (Bandung Alfabeta cv, 2010) h. 146-147

Metode deduktif yaitu analisis data yang bertitik tolak dari satuan-satuan yang bersifat umum kemudian kesimpulan yang bersifat khusus dengan melihat berbagai data yaitu observasi.

BAB IV

PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran singkat mengenai Bank Negara Indonesia

Pada beberapa tahun lalu, BNI mengenalkan identitas yang peluncuran awalnya dilaksanakan pada tanggal 21 Juli 2004. Sejalan peluncuran logo tersebut BNI juga mengenalkan motto jangka panjangnya yaitu “Melayani Negeri Kebanggaan Bangsa”, sedang motto jangka pendeknya adalah “Melayani Dengan Kebanggaan Sebagai Bank Anak Negeri”. Sebelumnya motto yang lama yaitu “Terpercaya, Kokoh dan Bersahabat”. Identitas perusahaan BNI tersebut dilakukan sebagai bentuk dari proses berbenah, penyehatan, dan *restrukturisasi* yang berdasarkan pada petaa navigasi BNI.

Identitas BNI ini merupakan rancangan ulang dalam menciptakan suatu identitas yang terlihat lebih segar, modern, dinamis serta menggambarkan kedudukan dan arah organisasi yang baru. Identitas tersebut merupakan bentuk brand baru yang menggambarkan angka “46” ditambah kata “BNI” yang selanjutnya digabungkan kedalam wujud logo baru BNI. Huruf BNI dibuat dengan warna *turquoise* baru untuk menggambarkan kekuatan, kekokohan, keunikan, otoritas, dan rupa yang lebih modern. Sedangkan simbol dari angka “46” merupakan lambang tahun lahirnya BNI sekaligus menandakan sebagai warisan Bank pertama di Indonesia. Angka 46 diposisikan secara diagonal menembuskan kotak yang berwarna jingga untuk mengenalkan BNI baru dan modern. Palet warna, warna *turquoise* pada logo baru lebih gelap, kuat,

menggambarkan citra yang lebih stabil, dan kokoh. Warna orange yang lebih cerah dan kilap, mencerminkan gaya lebih percaya segar dan percaya diri.

Seiring berjalannya waktu, Bank Negara Indonesia semakin mengembangkan keunggulannya didunia perbankan indonesia bahkan menjadi salah satu bank terdepan di Indonesia. Pada tahun 1996 Bank Negara Indonesia mengeluarkan saham pertama kalinya ke masyarakat dan mendaftarkan bursa efeknya di Surabaya dan Jakarta. Penawaran bursa efek ini dilakukan agar Bank Negara Indonesia memperkuat modalnya agar posisinya semakin kuat di dunia perbankan indonesia.

Dalam mencari inovasi yang tiada hentinya, baik dalam layanan maupun produk, Bank Negara Indonesia memposisikan diri sebagai Universal Banking yang menyediakan produk layanan prima kepada masyarakat. Dengan demikian, Bank Negara Indonesia dapat menambah kepercayaan masyarakat bahwa Bank Negara Indonesia akan semakin kuat dan terus menciptakan produk inovatif serta layanan yang cepat dan tepat serta loyal dalam pelayanan.³⁷

2. Sejarah Berdirinya BNI Syariah

BNI Syariah berdiri pada tanggal 29 April 2000, sedangkan BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Tomoni, dalam masa pembangunannya berdiri pada bulan Maret hingga bulan September 2014 dan live pelayanannya mulai beroperasi pada tanggal 01 oktober 2014.³⁸

³⁷*Data dari Bank Syariah Kcp Tomoni*

³⁸*Data dari BNI Syariah Kcp Tomoni*

Pendirian kantor tersebut berdasarkan alasan-alasan sebagai berikut:

- a. Menyiapkan layanan perbankan yang lengkap dalam mewujudkan Bank BNI sebagai Universal Banking.
- b. Adanya data dari Majelis Ulama Indonesia bahwa 30% dari masyarakat Indonesia menolak sistem ribawi.
- c. Landasan operasional perbankan syariah yang sudah kuat.
- d. Masih terbatasnya pesaing.
- e. Kepercayaan dan respon masyarakat yang besar dengan hadirnya Bank Syariah.

Dalam dunia perbankan, khususnya Bank BNI Syariah akan memberi layanan perbankan syariah yang merupakan salah satu sasaran pengembangan bisnis yang ada di dalam SBU ritel. Penetapan sasaran ini didorong oleh UU Nomor 19 tahun 1998 tentang perbankan yang membolehkan Bank Umum untuk memberikan layanan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Setelah pembukaan Unit Usaha Syariah (UUS) ini dimasukkan dalam bisnis plan BNI, melakukan persiapan-persiapan dengan membuat tim bank syariah yang merupakan dari proyek pengembangan perbankan ritel. Dibawah koordinasi tim itu, pada akhirnya rencana tersebut dapat direalisasikan dengan baik, termasuk diperolehnya izin prinsip dan usaha dari Bank Indonesia.

Pada tahun 2003 dibentuk penyusunan corporate plan BNI Syariah yang di dalamnya terdapat rencana independen tahun 2009-2010. rangkaian independensi BNI Syariah diperkuat dengan kebijakan otonomi yang diberikan khusus dari BNI

kepada UUS BNI di tahun 2005. Pada Tahun 2009 BNI membuat tim implementasi pembuatan Bank Umum Syariah sehingga terbentuk PT Bank BNI Syariah yang efektif didirikan pada 19 Juni 2010 sebagai anak perusahaan dari PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk (BNI). Sebelum pengeporasiannya sebagai Bank Umum Syariah (BUS) yang sudah berdiri sendiri, BNI Syariah sudah berjalan sebagai unit bisnis BNI selama 10 tahun dengan menawarkan berbagai produk perbankan syariah. BNI Syariah saat ini melayani nasabah dengan jumlah 59 kantor cabang di seluruh Indonesia dengan didukung oleh jaringan dan teknologi BNI seperti layanan ATM, layanan cabang, internet banking, dan *call center*. Lebih dari 750 cabang BNI sebagai Delivery Channel Perbankan Syariah terhubung melalui jaringan teknologi canggih di seluruh Indonesia.

1. Berdirinya Unit Usaha Syariah (UUS)

Pada tahun 1997 saat krisis moneter menghantam, sistem perbankan syariah membuktikan kekokohnya. Dengan 3 pilar prinsip syariahnya yaitu transparan, adil dan maslahah yang mampu menjawab segala kebutuhan di masyarakat dengan sistem perbankan yang lebih adil. Di tahun 1999 dibuatlah Tim Proyek Cabang Syariah bermaksud untuk menyiapkan pengelola bisnis pada perbankan syariah khususnya BNI yang berjalan di tanggal 29 April 2000 datang sebagai Unit Usaha Syariah (UUS) BNI. Pada awal lahirnya, UUS BNI terdiri dari 543 kantor cabang yaitu di Yogyakarta, Malang, Jepara, Pekalongan dan Banjarmasin. Di tahun 2002 BNI Syariah sudah menghasilkan laba dan pada tahun 2003 dilakukan penyusunan corporate plan yang di dalamnya termasuk rencana independensi

BNI Syariah pada tahun 2009-2010. Di tahun 2005 proses untuk berdiri sendiri, BNI Syariah didukung oleh kebijakan otonomi khusus yang sudah diberikan oleh BNI terhadap UUS BNI. Pada Tahun 2009, BNI membuat Tim pelaksana Pembentuk Bank Umum Syariah. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang sampai pada pertengahan tahun 2010 telah memiliki 27 kantor cabang dan 31 Kantor cabang pembantu. Di samping itu, UUS BNI selalu mendapat dukungan teknologi informasi serta penggunaan jaringan saluran distribusi yang melalui kantor cabang BNI, ATM BNI, ATM link dan ATM bersama, 24 jam layanan BNI Call dan juga internet banking.

2. Pemisahan (Spin Off) Unit Usaha Syariah BNI

Proses spin off dilakukan melalui beberapa tahap sesuai dengan segala ketentuan undang-undang yang berlaku termasuk ketentuan dari Bank Indonesia. Bank Indonesia memberi persetujuan untuk mendirikan BNI Syariah dengan surat nomor 12/2/DPG/DPbS tertanggal 8 Februari 2010 dengan perihal izin prinsip untuk mendirikan PT Bank BNI Syariah. Pada tanggal 22 Maret 2010 ditandatanganinya Akta Nomor 159, tentang pemisahan Unit Usaha Syariah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk menjadi PT Bank BNI Syariah dan Akta Nomor 160, akta Pendirian PT Bank BNI Syariah, yang keduanya dibuat di hadapan Aulia Taufani, sebagai pengganti dari Sutjipto, Notaris asal Jakarta. Selanjutnya Akta pendirian tersebut sudah mendapatkan pengesahaan melalui keputusan menteri hukum dan HAM Republik Indonesia nomor AHU-15574.AH.01.01, Tanggal 25 Maret 2010. Izin Usaha dibuat oleh Bank Indonesia pada tanggal 21 Mei

2010, melalui keputusan Gubernur Bank Indonesia nomor 12/41/kep.gbi/2010 mengenai pemberian izin usaha PT BNI Syariah. Selanjutnya BNI Syariah efektif beroperasi pada tanggal 19 Juni 2010. Terdapat dua hal yang mendorong BNI untuk melaksanakan spin off UUS BNI di tahun 2010 yaitu sebagai berikut:

a. Aspek eksternal

Pertimbangan utama pada sisi eksternal adalah regulasi, perkembangan bisnis serta kesadaran konsumen yang sudah meningkat. Kemampuan untuk industri perbankan syariah selalu membaik dengan keluarnya undang-undang nomor 21 Tahun 2008 bertanggal 16 Juli 2008 tentang perbankan syariah, undang-undang nomor 19 Tahun 2008 tanggal 7 Mei 2008 tentang surat berharga syariah Negara, peraturan Bank Indonesia Nomor 11/10/2009 mengenai Unit Usaha Syariah, Peraturan Bank Indonesia nomor 11/3/2009 mengenai Bank Umum Syariah serta penyempurnaan ketentuan pajak termasuk pengenaan pajak pertambahan nilai (PPN) mengenai produknya yang berdasarkan prinsip jual beli.

Hal tersebut adalah langkah strategis bagi perkembangan industri perbankan syariah di masa depan. Di sisi perkembangan industri dalam lima tahun terakhir perbankan syariah memperlihatkan tingkat pertumbuhan yang sangat signifikan dimana total pembiayaan, dana dan juga aset tumbuh sebesar 34% per tahun (CAGR 2004-2008). Hal ini sangat melampaui pertumbuhan angka perbankan konvensional yang

hanya 19% dan 25% masing-masing untuk dana dan kredit di periode yang sama. Namun demikian bila dibandingkan dengan potensi pasar, maka peluang pengembangan syariah masih lebih terbuka luas. Aspek eksternal selanjutnya ialah dari sisi kesadaran masyarakat yang kian meningkat. Dari hasil peninjauan yang telah dilakukan pada tahun 2000 hingga 2001 di berbagai propinsi di Jawa hingga Sumatera bahwa, masyarakat masih meragukan prinsip syariah terhadap bank syariah yang dijalankan dengan Dual Banking System (UUS). Untuk menghindari pemahaman dan perasaan ragu-ragu masyarakat, maka ke depannya pengelolaan usaha syariah oleh UUS lebih baik bila dikonversi menjadi Bank Umum Syariah.

b. Aspek Internal

Dari dari aspek internal UUS BNI sebagaimana yang sudah ditetapkan dalam *Corporate Plan* tahun 2003 bahwa status UUS hanya bersifat sementara, maka secara bertahap sudah dilakukan persiapan dalam proses pemisahan. Oleh karena itu dalam mengembangkan bisnisnya UUS BNI sudah mempunyai infrastruktur dalam bentuk sistem, prosedur dan mekanisme dalam pengambilan keputusan yang independen.

Di sisi lain UUS BNI juga sudah mempunyai sumber daya dalam bentuk jaringan, dukungan teknologi informasi, serta sumber daya manusia yang cakap dan memadai sehingga bisa menjadi sebuah satuan

bisnis yang independen. Selain itu terdapat alasan yang lebih spesifik untuk dilakukannya spin off, yaitu:

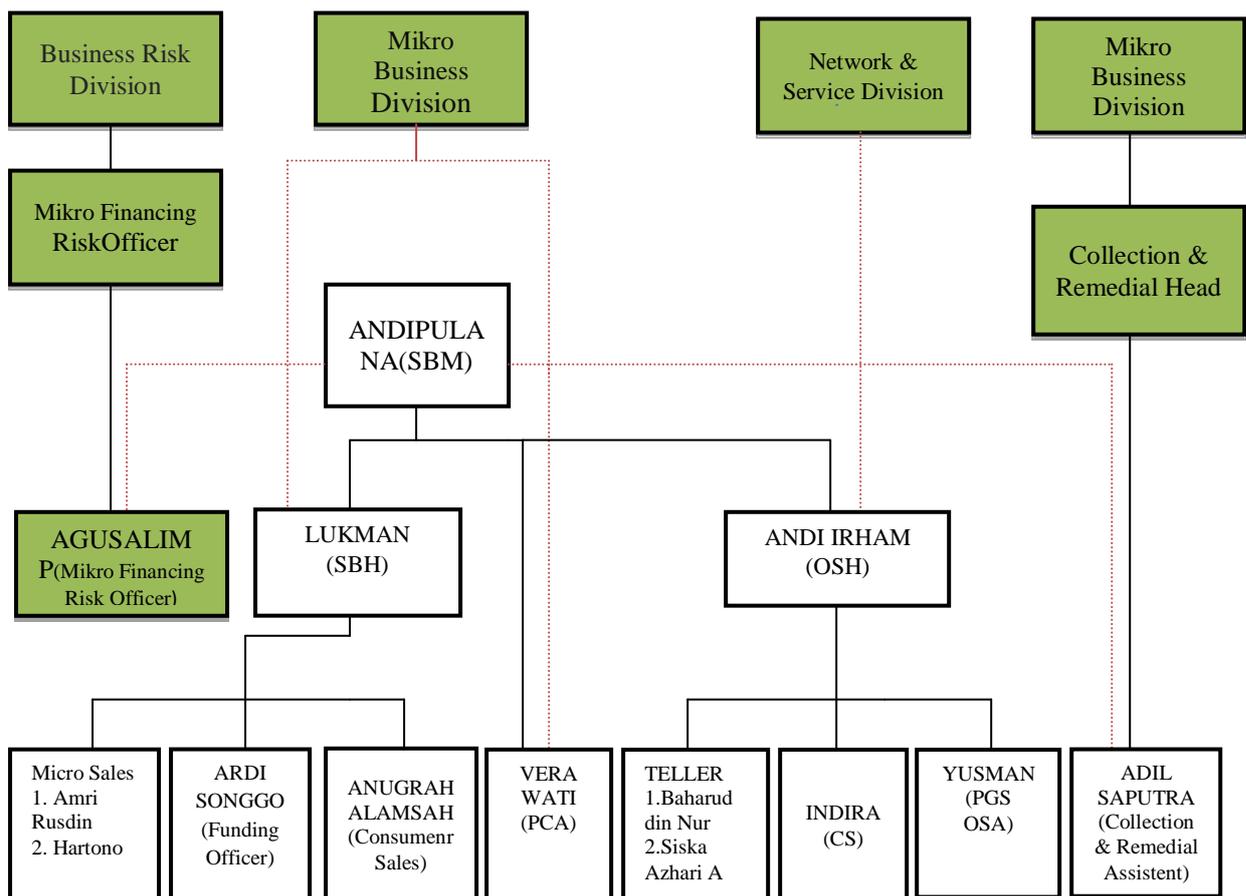
- 1) Memanfaatkan keunggulan sebagai salah satu yang pertama dalam industri perbankan syariah.
- 2) Menciptakan profil di pasar untuk menjaring investor potensial baik domestik maupun global.
- 3) Mengelola usaha yang lebih bersifat independen dan strategis.
- 4) Semakin mudah berkompetisi, kian ulet, dan fleksibel dalam mengambil keputusan-keputusan bisnis ke depannya.
- 5) Pemisahan (spin off) akan mendorong berjalannya praktik-praktik terbaik (*market best practice*) dan tata kelola perusahaan yang baik dalam pengelolaan bisnis BNI Syariah sehingga pada gilirannya akan menciptakan efisiensi dan produktifitas bisnis yang lebih baik.

Dari aspek strategis dengan dilakukannya spin off diharap dapat memberi berbagai manfaat bagi seluruh pemegang kepentingan, antara lain sebagai berikut:

- a) Akselerasi pengembangan usaha syariah yang lebih mudah.
- b) Meningkatkan kualitas kepercayaan dan citra
- c) Meningkatkan produktifitas dan efisiensi
- d) Meningkatkan struktur permodalan
- e) Memberikan manfaat bagi pemegang saham
- f) Mendukung rencana percepatan pertumbuhan perbankan syariah
- g) Mempertajam kompetensi insan perbankan syariah.

3. Struktur Organisasi BNI Syariah Cabang Pembantu Tomoni

Gambar 4.1



4. Visi Misi dan Tujuan BNI Syariah

a. Visi BNI Syariah

Visi BNI Syariah adalah “Menjadikan bank syariah sebagai pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja”

b. Misi BNI Syariah

- 1) Memberikan solusi kepada masyarakat dalam kebutuhan jasa perbankan syariah.
- 2) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- 3) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli akan kelestarian lingkungan.
- 4) Menciptakan sarana terbaik sebagai tempat kebanggaan dalam berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
- 5) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

5. Tujuan BNI Syariah

Tujuan utama manajemen PT. BNI Syariah dalam mengembangkan Bank Syariah adalah dalam rangka menjadi universal banking harus menyediakan kebutuhan masyarakat yang ingin mengeluarkan keuangannya melalui perbankan syariah serta sebagai pilihan dalam menghadapi krisis yang dikhawatirkan bisa terjadi di kemudian hari, mengingat kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah tidak terkena *negative spread* seperti yang dialami Bank-Bank konvensional.

Dalam hal ini, penulis telah melakukan penelitian di BNI Syariah cabang pembantu Tomoni dan telah melakukan wawancara ke karyawan BNI Syariah.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut:

6. Laporan Perkembangan Jumlah Nasabah

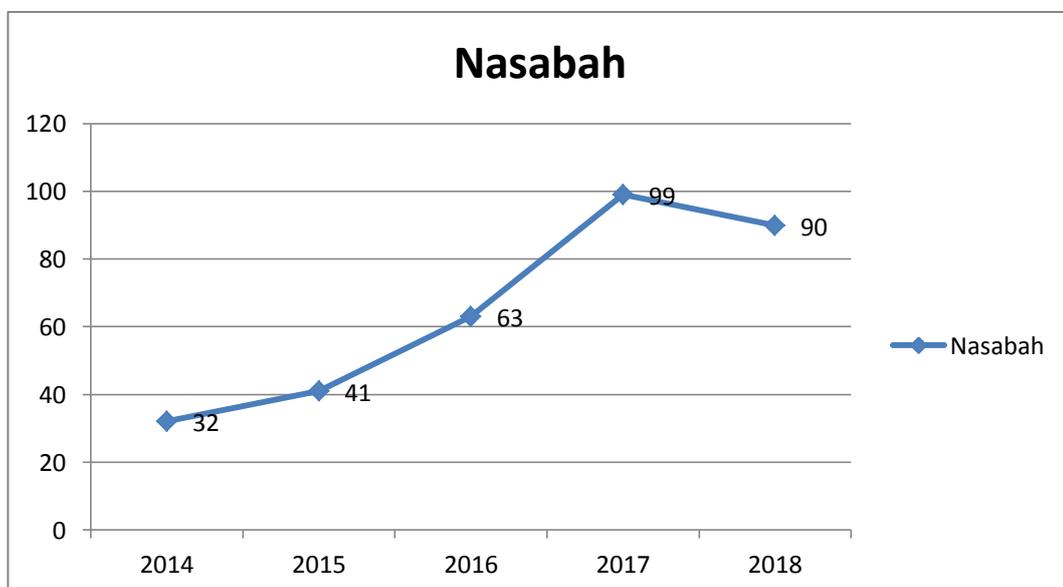
Gambar 4.3

Tahun	Nasabah THI	Persentase
2014	32	6,3 %
2015	41	11,2 %
2016	63	16,3 %
2017	99	37,0 %
2018	90	29,2 %
Jumlah	325	100%

Sumber: Laporan Bagian Marketing BNI Syariah Cabang Pembantu Tomoni

Perkembangan nasabah tabungan haji iB Hasanah pada tahun 2014 sampai 2017 mengalami peningkatan sedangkan tahun 2018 mengalami penurunan. Berikut grafik perkembangan nasabah tabungan haji iB hasanah.

Gambar 4.4



Perkembangan nasabah produk tabungan haji pada tahun 2014 sampai tahun 2017 mengalami peningkatan, berbeda pada tahun 2018 terjadi penurunan jumlah nasabah sebesar 7.8 %. Hal itu terjadi karena masalah finansial dari masyarakat yaitu masalah biaya mengingat tidak semua masyarakat Tomoni memiliki kemampuan untuk melaksanakan ibadah haji. Namun ada keyakinan yang besar bagi pihak pengelola produk tabungan haji, bahwa tabungan haji akan berkembang untuk tahun-tahun berikutnya jika BNI Syariah melakukan inovasi secara terus menerus serta meningkatkan profesionalitas kerjanya. Dengan dilakukannya hal tersebut suatu saat akan menambah kepercayaan masyarakat terhadap BNI syariah dalam mengelola produk tabungan haji. Salah satu produk BNI Syariah yang dapat membantu masyarakat yaitu produk iB Talangan Haji Indonesia Hasanah. Dimana pihak bank dapat menanggulangi terlebih dahulu ongkos naik haji bagi nasabah yang tidak dapat melunasi biaya naik haji dengan memberikan pembiayaan melalui produk iB Talangan Haji Indonesia Hasanah. Adapun salah satu dari pertanyaan yang telah diajukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran produk tabungan haji BNI Syariah Cabang Pembantu Tomoni

Menurut salah satu karyawan BNI Syariah Cabang Tomoni bagian marketing mengemukakan secara singkat bahwa:

“Strategi pemasaran yang dilakukan BNI syariah pada produk tabungan haji adalah dengan menggunakan pasar yang dituju yaitu menggunakan strategi segmenting, targeting dan positioning. Selain itu, dengan mengembangkan marketing mix atau bauran pemasaran yang terdiri dari empat unsur yaitu produk, harga, distribusi dan promosi, yang mana

dengan menggunakan perumusan strategi pemasaran tersebut bertujuan untuk menarik dan mempertahankan loyalitas para nasabah”.³⁹

Saat ini pertumbuhan jumlah bank syariah di Indonesia terjadi seiring dengan meningkatnya kesadaran dan minat masyarakat untuk menabung di bank yang tanpa riba dan menentramkan setelah kehadiran fatwa MUI setiap bank yang ada dituntut mampu menangkap peningkatan potensial demand atau permintaan potensial masyarakat dengan mengemas produk-produk syariahnya secara inovatif agar mampu memenuhi keinginan pasar.

BNI Syariah merupakan salah satu bank yang menawarkan fasilitas pembiayaan haji adalah BNI Syariah lewat tabungan iB THI Hasanah. Produk ini hadir mengingat tidak semua warga Muslim memiliki kemampuan finansial untuk membayar biaya keberangkatan haji atau umrah secara sekaligus. BNI Syariah berdasarkan prinsip Islam yang tidak terlepas dari persaingan-persaingan antar BNI syariah dan bank konvensional. Untuk itu BNI syariah perlu melakukan kebijakan dalam menghimpun dana masyarakat yang bersifat umum seperti tabungan dan deposito. Namun demikian setiap usaha yang dilakukan bank dalam memasarkan produk-produknya yang mempunyai tujuan untuk meningkatkan sumber dana dengan menarget sejumlah nasabah atau calon nasabah potensial sesuai dengan apa yang direncanakan merupakan bagian dari strategi pemasaran. Salah satu hal yang sangat mendasar diperlukan dalam strategi pemasaran yaitu bagaimana cara serta upaya dalam menarik minat nasabah agar bisa bertahan ataupun jumlahnya akan meningkat. Perlunya strategi pemasaran yang tepat untuk dapat meraih kesempatan yang ada dengan sebaik-baiknya.

³⁹ Data dari BNI Syariah ke Tomoni (Hartono, 30 Thn bagian Micro Sales)

Jenis-jenis Produk dan Jasa

a. Produk Individu

1) IB Hasanah Card

Merupakan kartu pembiayaan yang mempunyai fungsi seperti halnya kartu kredit namun berdasarkan prinsip syariah seperti yang diatur dalam fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) nom or S4/DSN-MUI/IX/2006 mengenai Syariah Card.

2) Griya IB Hasanah

Merupakan fasilitas pembiayaan yang bertugas merenovasi rumah termasuk, rusun, ruko, rukan, apartemen dan sejenisnya, serta membeli tanah kavling maupun rumah indent, yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan untuk membayar kembali masing- masing calon nasabah.

3) Gadai Emas iB Hasanah

Disebut juga pembiayaan rahn merupakan penyerahan hak penguasaan secara fisik atas barang berharga berupa emas (lantakan dan atau perhiasan beserta aksesorisnya) dan nasabah kepada bank sebagai agunan atas pembiayaan yang diterima.

4) Talangan Haji iB Hasanah

Merupakan Fasilitas pembiayaan konsumtif yang ditujukan kepada nasabah dalam memenuhi kebutuhan setoran awal Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) yang telah ditentukan oleh Departemen Agama, untuk mendapat nomor seat porsi haji dengan

menggunakan akad ijarah. Talangan Haji iB Hasanah juga dapat diberikan kepada nasabah yang telah memiliki Tabungan iB THI Hasanah.

Keunggulan-keunggulan THI Hasanah dalam Nasabahnya yaitu:

- a) Bebas biaya administrasi, biaya pembukaan rekening, biaya pengelolaan rekening maupun biaya rekening.
- b) Calon haji ditutup asuransi kecelakaan diri dan kematian.
- c) Dapat melakukan setoran dan penarikan diseluruh Cabang/Capem BNI dan BNI Syariah (On-Line).

Persyaratan THI Hasanah dalam Nasabahnya yaitu :

- a) Yang dapat menjadi penabung THI Hasanah adalah setiap lapisan masyarakat secara perorangan/pribadi yang mempunyai niat untuk menunaikan ibadah haji dengan terencana.
- b) Rencana keberangkatan tersebut langsung didaftar dalam SISKOHAT dan dinyatakan sah.
- c) Pendaftaran dilakukan di Kandepag Kabupaten / Kota domisili haji yang bersangkutan, dengan terlebih dahulu mendaftarkan diri sebagai penabung THI.
- d) Calon Nasabah membuka rekening THI Hasanah di Cabang/Capem BNI Syariah penerima setoran (BPS), Biaya Perjalanan Haji (BPH) tersambung SISKOHAT dan domisili Nasabah. Hal ini diperlukan Departemen Agama dalam pembuatan paspor dan mengatur keberangkatan haji.

e) Setoran pertama dan merupakan saldo minimum sebesar Rp. 1.000.000.-

f) Setoran pertama di atas merupakan setoran awal BPH untuk menunaikan ibadah haji sesuai tahun yang dikehendaki diblokir oleh sistem (tidak dapat ditarik). Setoran lanjutan minimal Rp. 5.000,-

5) Tabungan iB THI Hasanah

Tabungan iB Haji Hasanah didesain untuk membantu individu dalam merencanakan pemenuhan Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji.

6) Tabungan iB Hasanah

Tabungan iB Hasanah hadir untuk memenuhi kebutuhan Anda dalam mengelola dana serta melakukan transaksi sehari-hari. Tabungan iB Hasanah dilengkapi dengan kartu ATM yang berfungsi juga sebagai kartu debit yang dapat dipergunakan untuk bertransaksi pada merchant berlogo MasterCard di seluruh dunia. Selain itu, tabungan iB Hasanah juga dapat diakses melalui internet banking, SMS banking, dan phone banking. Tabungan iB Hasanah dapat dibuka, ditarik, dan setor di seluruh cabang BNI.

7) Tabungan iB Prima Hasanah

Tabungan iB Prima Hasanah adalah produk turunan dari Tabungan iB Hasanah yang ditujukan untuk individu yang menginginkan layanan lebih dan diberikan fasilitas *executive lounge* di bandara kota-kota besar di Indonesia.

8) Tabungan iB Tapenas Hasanah

Tabungan iB Tapenas Hasanah adalah tabungan perencanaan dalam mata uang Rupiah yang digunakan untuk mewujudkan rencana masa depan, misalnya untuk dana pendidikan, umroh, pernikahan dan liburan.

9) Multiguna iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli barang kebutuhan konsumtif dengan agunan berupa barang yang dibiayai (apabila bernilai material) dan atau asset tetap dan tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku serta tidak termasuk kategori yang diharamkan dalam syariah islam.

10) Oto iB Hasanah

Oto iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif murabahah yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk pembelian kendaraan bermotor dengan agunan kendaraan bermotor yang dibiayai dengan pembiayaan ini.

b. Produk Usaha Kecil

1. Tabungan iB Bisnis Hasanah

Produk yang ditujukan untuk usaha kecil atau usaha perorangan yang menginginkan catatan mutasi rekening yang lebih detail dalam buku tabungan. Tabungan iB Bisnis Hasanah dilengkapi dengan kartu ATM yang berfungsi juga sebagai kartu debit yang dapat dipergunakan untuk bertransaksi pada merchant berlogo Master Card di seluruh dunia. Selain itu, Tabungan iB Bisnis Hasanah juga dapat diakses melalui internet

banking, SMS banking, dan Phone Banking. Tabungan iB Hasanah dapat dibuka, tarik, dan setor di seluruh cabang BNI. Tabungan ini dilengkapi dengan fasilitas *executive lounge*.

2. Giro iB Hasanah

Jenis simpanan yang dapat dimanfaatkan oleh nasabah dengan menggunakan fasilitas cek, *bilyet giro* sebagai alat pembayaran yang akan memudahkan dan menjaga nilai kemurnian laju dana transaksi bisnis. Dengan prinsip *Wadi'ah Yad Dhamanah* dapat memberikan segala kemudahan dan ketentraman bertransaksi giro dalam bingkai syariah.

Wadi'ah Yad Dhamanah merupakan titipan dana murni yang dengan seizin dari pemilik dan dapat dioperasikan oleh Bank untuk dapat mendukung sektor rill dengan jaminan bahwa dana dapat ditarik sewaktu-waktu oleh pemilik dana (dengan menggunakan media cek atau bilyet giro)

a) Adapun keunggulan produk giro syariah didalam bank BNI Syariah terhadap nasabahnya, yaitu :

- 1) Meningkatkan citra perusahaan maupun perorangan.
- 2) Pembayaran dilaksanakan dengan cepat dan tepat.
- 3) Mendapat bonus yang besarnya ditentukan oleh Bank dan tidak diperjanjikan dimuka.
- 4) Untuk giro perorangan dapat diberikan kartu ATM Syariah Plus dan atau ATM Syariah Prima dan penarikannya dapat dilakukan di ATM BNI.

5) Fasilitas Phone Banking 24 jam ; layanan informasi dan mutasi rekening, layanan transaksi, layanan pengaktifan/perubahan PIN, layanan otodebet, bill payment.

b) Persyaratan produk giro didalam Bank BNI Syariah yaitu :

1) Mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening.

2) Menyerahkan foto copy identitas diri (KTP/Paspor).

3) Menyerahkan foto copy Akta Pendirian/Anggaran Dasar Perusahaan (*Notaril*) bila telah mengalami perubahan untuk nasabah perusahaan.

4) Menyerahkan foto copy NPWP.

5) Menyerahkan foto copy NPWP.

6) Menyerahkan surat referensi dari :

7) Pejabat Bank syariah berwenang.

8) Bank/bank syariah lain bahwa yang bersangkutan telah memiliki rekening.

9) Setoran pertama sebesar Rp. 1.000.000,- untuk nasabah perusahaan dan Rp. 500.000,- untuk nasabah Perorangan. Tidak termasuk dalam daftar hitam (black list) BI.

3. Wirausaha iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan produktif yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan usaha-usaha produktif untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan usaha-usaha produktif (modal kerja dan investasi)

yang tidak bertentangan dengan syariah dan ketentuan peraturan perundangan yang berlaku.

4. Tunas Usaha iB Hasanah

Pembiayaan modal kerja dan atau investasi yang diberikan untuk usaha produktif yang fleksible namun belum bankable dengan prinsip syariah dalam rangka mendukung pelaksanaan instruksi Presiden nomor 6 tahun 2007.

5. CCF iB Hasanah

Pembiayaan yang dijamin dengan cash yaitu dijamin dengan simpanan / investasi dalam bentuk deposito, giro dan tabungan yang diterbitkan BNI Syariah.

6. Linkage Program iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan dimana BNI Syariah sebagai pemilik dana menyalurkan pembiayaan dengan *executing* kepada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) seperti BMT, BPRS, KJKS dan lainnya untuk disalurkan kepada *end user* (pengusaha mikro, kecil, dan menengah syariah). Kerjasama dengan LKS dapat dilakukan secara langsung ataupun melalui lembaga pendamping.

7. Kopkar Kopeg iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan mudharabah produktif di mana BNI Syariah sebagai pemilik dana menyalurkan pembiayaan dengan pola *executing* kepada Koperasi Karyawan (Kopkar) atau Koperasi Pegawai (Kopeg) untuk disalurkan secara prinsip syariah kepada end user/karyawan.

8. Usaha Kecil iB Hasanah

Pembiayaan Syariah yang digunakan untuk tujuan produktif (modal kerja maupun investasi) kepada pengusaha kecil berdasarkan prinsip-prinsip pembiayaan syariah.

c. Produk Institusi

1. Usaha Besar iB Hasanah

Pembiayaan syariah yang digunakan untuk tujuan produktif (modal kerja maupun investasi) kepada pengusaha berbadan hukum yang berada pada skala menengah dan besar dalam mata uang Rupiah maupun valas.

2. Sindikasi iB Hasanah

Pembiayaan yang diberikan oleh BNI Syariah bersama dengan perbankan lainnya untuk membiayai suatu proyek atau usaha yang berskala sangat besar dengan syarat-syarat dan ketentuan yang sama, menggunakan dokumen yang sama dan diaminstrasikan oleh Agen yang sama pula.

3. Multifinance iB Hasanah

Merupakan pola kerjasama pemasaran dengan dealer dilatarbelakangi dengan pola *executing*, kepada multifinance untuk usahanya di bidang perusahaan pembiayaan sesuai dengan prinsip syariah.

4. Pembiayaan Kerjasama dengan Dealer iB Hasanah

Pola kerjasama pemasaran dengan dealer dilatarbelakangi oleh adanya potensi pembiayaan kendaraan bermotor secara kolektif yang melibatkan *end user* dalam jumlah yang cukup banyak.

5. Fleksi iB Hasanah

Bekerja sama dengan berbagai perusahaan, lembaga/instansi dalam rangka pembiayaan kepada pegawainya. Dalam kerjasama ini perusahaan pendebetn gaji untuk kepentingan angsuran pegawai.

6. *Cash Management*

Jasa pengelolaan seluruh rekening seperti corporate internet banking yang dapat digunakan oleh perusahaan/lembaga/instansi. Produk ini dilengkapi dengan fasilitas virtual account .

7. *Payment Center*

Kerjasama BNI Syariah dengan perusahaan dalam hal jasa penerimaan pembayaran untuk kepentingan perusahaan. Jasa ini dapat digunakan untuk penerimaan pembayaran uang kuliah, tagihan listrik dan sebagainya.

8. Payrol Gaji

Layanan Pembayaran gaji yang dilakukan oleh BNI Syariah atas dasar perintah dari perusahaan/isntansi pembayaran gaji untuk mendebet rekeningnya dan mengkredit rekening karyawannya.

b. Pembahasan

1. Strategi Pemasaran BNI Syariah

a. Segmentasi

Langkah awal yang dilakukan BNI Syariah dalam kegiatan pemasaran adalah dengan mensegmentasi pasar. Dalam hal mensegmentasi pasar BNI

Syariah memiliki segmentasi secara khusus kepada masyarakat Tomoni.

Adapun kriteria yang dibutuhkan dalam segmentasi pasar antara lain:

- 1) Dari segi daerah atau wilayah: terletak di jalan trans Sulawesi, desa Beringin Jaya, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur. Dalam hal ini BNI Syariah Tomoni memilih wilayah yang cukup strategis yaitu di pusat kecamatan padat penduduk dan berdekatan dengan pasar sentral. Dalam upaya melayani nasabahnya BNI Syariah tidak begitu mengejar target nasabah dikarenakan pesaing tidak begitu diperhitungkan dalam persaingan pasar karena Bank yang berbasis syariah di Kabupaten Luwu Timur hanya mempunyai satu Unit Bank Syariah saja.
- 2) Dari segi usia : dalam hal ini yang menjadi sasaran utama adalah kelompok usia dewasa. Hal ini mengingat syarat-syarat yang diajukan menyerahkan foto copy identitas diri seperti: KTP, SIM, Kartu Pelajar dan kartu pengenalan lainnya.
- 3) Dari segi pekerjaan : Semua pekerja (pelajar, pegawai, pedagang, petani) yang tentunya beragama Islam dan sudah akil balik.

b. Target

Pembeli atau konsumen ialah raja, istilah ini memang benar adanya, karena sang raja memang sangat senang dan bahagia bila dilayani dengan baik olehnya itu Bank dalam menarget calon nasabahnya sebaiknya mengenali terlebih dahulu karakter serta keinginan calon nasabah dan melayani dengan senang hati. Untuk target pasar, BNI Syariah Tomoni

telah menentukan siapa yang menjadi targetnya. Dan tentu saja target pasar yang dituju BNI Syariah ialah Masyarakat yang beragama Islam dan semua kalangan tanpa membedakan status sosial yang terpenting memiliki kartu atau tanda identitas diri lainnya.

c. Posisi

BNI Syariah Kcp Tomoni mengenalkan diri sebagai mitra bisnis yang amanah dan maslahah, memposisikan dirinya sebagai lembaga keuangan yang mengatur masyarakat yang mempunyai masalah dalam kepengurusan keberangkatan ibadah Haji melalui produknya. salah satu diantaranya ialah produk Talangan Haji iB Hasanah yang mana ongkos biaya haji dapat ditalangi terlebih dahulu oleh Bank. Sehingga BNI Syariah merupakan solusi terbaik untuk memberikan berbagai fasilitas produk, jasa, maupun fasilitas kenyamanan keberangkatan Ibadah Haji.

d. Marketing Mix (Bauran Pemasaran)

Untuk mencapai target pasar, diperlukan marketing mix atau bauran pemasaran. Karena bagian inilah yang terlihat dipasar, oleh sebab itu BNI Syariah Kcp Tomoni memiliki beberapa strategi dalam pemasaran adalah sebagai berikut:

1) Strategi Produk

Penerapan strategi pemasaran tabungan haji yang dilakukan oleh BNI Syariah Kcp Tomoni adalah dengan menampilkan mutu/kualitas dari tabungan haji tersebut. Sehingga dapat memenuhi keinginan atau

kebutuhan masyarakat. Mutu dari produk ini memberi fasilitas dan kemudahan yang ada didalam karakteristik produk, antara lain:

a) Dapat dibuka oleh perorangan atau Pribadi

Imbalan diberikan dalam bentuk bagi hasil atas penggunaan dana tersebut secara syariah.

b) Dapat dilakukan autodebet dari rekening afiliasi Tabungan iB Hasanah untuk setoran bulanan

2) Strategi Harga

Harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi secara produk dan pelayanan yang menyertainya. Suatu tingkat harga dapat memberikan pengaruh yang tidak sedikit baik di dalam perekonomian maupun di dalam perusahaan.⁴⁰

Penetapan strategi pemasaran tabungan haji pada bank BNI syariah dari segi harga sebagai pengembalian modal adalah berupa sistem bagi hasil dengan menggunakan akad mudharabah muthlaqah. Bagi hasil merupakan kebijakan yang diberikan oleh pihak bank sesuai kesepakatan bersama (antara bank dan nasabah). Pada BNI syariah, sistem bagi hasil tersebut perlu dikomunikasikan secara intensif guna menumbuhkan pemahaman yang mendalam mengenai sistem operasionalnya. Keuntungan yang diperoleh nasabah pada tabungan haji tergantung pada jumlah saldo rata-rata yang terdapat dalam satu bulan dan tergantung pada keuntungan

⁴⁰Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2002) edisi revisi cet-2, h. 269

yang diperoleh bank atas pengelolaan dana tersebut. Dengan demikian, keuntungan yang akan diperoleh nasabah tabungan haji selain rasa aman dan rasa was-was akan riba yang disebabkan oleh pemberian suku bunga nasabah juga akan mendapatkan keuntungan bagi hasil.

3) Strategi Distribusi

Untuk mempermudah Masyarakat memperoleh akses pelayanan bank BNI Syariah, saat ini bank BNI Syariah tengah membuka kantor-kantor cabang pembantu disetiap wilayah Luwu Raya, khususnya Tomoni. Dimana setiap kantor cabang BNI Syariah memperluas jangkauan pasar dengan membuka Unit Pelayanan Cabang Syariah (UPCS) ditempat-tempat strategis, seperti diwilayah pusat perbelanjaan dan pemukiman padat penduduk muslim. Di Luwu Timur sendiri khususnya kecamatan Tomoni telah dibuka di pusat kecamatan yang padat penduduk muslim dan berdekatan dengan pusat-pusat perbelanjaan dan pasar. Dalam hal ini, pihak BNI Syariah terus memantau dan mengevaluasi realisasi Tabungan Haji, agar sesuai dengan tujuan dari produk Tabungan Haji itu sendiri.

4) Strategi Promosi

Produk sudah diciptakan, harga sudah ditetapkan dan tempat/lokasi sudah disiapkan, artinya produk sudah benar-benar siap untuk dipromosikan. promosi merupakan marketing mix yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama penting dengan ketiga kegiatan diatas, baik produk, harga, dan distribusi. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan

nasabahnya. Istilah promosi sering dipersamakan dengan komunikasi pemasaran.

Menurut Philip Kotler, promosi atau komunikasi pemasaran terdiri atas empat sarana atau alat yang penting yakni : periklanan (advertising), publisitas (publicity), dan penjualan pribadi (personal selling). Dalam menghadapi persaingan BNI Syariah juga melakukan promosi.

Sarana promosi yang digunakan oleh BNI syariah Kcp Tomoni dalam memasarkan produk tabungan haji, adalah sebagai berikut:

a) Periklanan

BNI Syariah Kcp Tomoni kurang begitu memaksimalkan kegiatan promosi dalam bentuk periklanan sebagai suatu cara yang paling efektif dan diminati oleh masyarakat umum, dengan alasan pihak bank tidak memberikan porsi yang lebih besar karena akan menimbulkan pemborosan anggaran. Meskipun yang menjadi sasaran mereka adalah nasabah dari semua kalangan. Promosi melalui iklan sangat difokuskan pada media yang merupakan media pasar sasaran tabungan haji. Berikut ini akan dipaparkan beberapa media periklanan yang digunakan oleh BNI Syariah Kcp Tomoni dalam memasarkan produk tabungan haji, antara lain:

1. Media Luar Ruang (out door)

Berupa pemasangan gambar-gambar, poster, spanduk, brosur, dan lain-lain seperti dipasar, lapangan, pintu toko, bahkan pada tiang listrik. Akan tetapi BNI Syariah hanya menggunakan spanduk

yang dipasang di tempat-tempat yang banyak dikunjungi masyarakat umum seperti pasar, sekolah, majelis taklim, pedagang baik pengusaha kecil, menengah maupun pedagang besar. Sedangkan brosur yang diberikan kepada setiap nasabah yang datang ke bank, bentuk brosur harus tampil semenarik mungkin yaitu dengan susunan brosur yang menggunakan tata warna, disain, kata-kata, dan grafis yang baik agar menimbulkan kesan eksklusif sehingga konsumen tertarik untuk membacanya. Brosur tersebut memuat tentang persyaratan, produk, keuntungan, dan keistimewaan serta fasilitas-fasilitas yang diberikan. Dengan demikian, para nasabah atau calon nasabah dapat mengenal dan mengetahui produk yang dipilihnya berdasarkan informasi yang didapatkan dari brosur tersebut. Peranan brosur untuk mempromosikan produk dan jasa BNI Syariah terlihat cukup efektif, karena keberadaan brosur dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh BNI Syariah cukup berperan bagi peningkatan pendapatan.

2. Media Elektronik

Dalam media elektronik, yang dipakai BNI Syariah Kcp Tomoni berupa Tv yang ada didalam ruangan kantor, sehingga nasabah yang datang dapat melihat tayangan-tayangan mengenai produk-produknya terkhusus produk tabungan haji selain itu masyarakat yang awam juga paham karena dilengkapi dengan

penjelasan-penjelasan disetiap produk dan keunggulan dari tayangannya dalam rangka mengiklankan produk-produk dan jasanya.

b) Publisitas

Adalah suatu rangsangan permintaan atas produk, jasa atau satuan bisnis dengan memasang berita terus menerus mengenai produk, jasa, atau satuan bisnis pada media cetak atau dengan memperoleh penyajian yang menarik melalui televisi atau pentas yang tidak dibayar oleh sponsor. Publisitas dapat berupa majlis taklim, pertemuan dengan nasabah, laporan tahunan, kegiatan olahraga dan sebagainya.

Kegiatan publisitas yang dilakukan oleh BNI Syariah adalah dengan cara mengundang masyarakat baik nasabah langsung atau tidak dengan pembicara-pembicara ahli yang biasanya dilakukan oleh BNI Syariah di warung kopi atau rumah makan dengan tujuan dapat menambah wawasan bagi nasabah dan calon nasabah untuk mengenal dan mengetahui produk yang ditawarkan. Selain itu, BNI Syariah juga membuat laporan tahunan yang bertujuan untuk memberikan informasi secara detail mengenai sistem operasional produk-produk dan jasa yang ditawarkan serta kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh BNI Syariah berupa keuangan maupun yang lainnya pada tiap tahunnya.

c) Penjualan Pribadi

Adalah penyajian lisan dalam pembicaraan dengan satu atau beberapa nasabah melalui pintu kepintu. Atau dengan kata lain

melakukan pendekatan secara pribadi kepada calon nasabah yang berpotensi. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BNI Syariah melalui kegiatan penjualan pribadi antara lain: melalui kegiatan sosial yakni dengan ikut serta atau partisipasi BNI Syariah pada kegiatan-kegiatan sosial daerah setempat seperti kegiatan keagamaan atau peringatan hari besar Islam, atau dengan mengadakan sila ukhuwah ke berbagai tempat seperti sekolah, pesantren dan majelis taklim.

2. Faktor yang mendukung dan menghambat Produk Bank Syariah

a. Faktor pendukung

Keberadaan bank Islam di Indonesia masih memiliki peluang yang menggembirakan dan perlu dioptimalkan guna membangun kembali sistem perbankan yang sehat dalam rangka mendukung program pemulihan dan pendayaan ekonomi nasional. Menurut salah satu karyawan BNI Syariah bagian marketing.

Adapun yang menjadi faktor pendukung terhadap produk tabungan haji antara lain:

- 1) Masyarakat Tomoni mayoritas Muslim.
- 2) Semua masyarakat Muslim tentunya masyarakat Tomoni memiliki niat untuk naik haji.
- 3) Lamanya daftar tunggu untuk melaksanakan haji semakin menyadarkan masyarakat atau calon jamaah untuk merencanakannya sejak dini.

- 4) Proses pembukaan tabungan haji tidak rumit karena bisa dibina langsung oleh pihak bank dan juga tidak perlu lagi melalui departemen Agama secara langsung karena sudah tersambung melalui Sistem Komputerisasi Haji Terpadu serta setoran awalnya sangat ringan.
- 5) BNI Syariah adalah Bank berbasis Syariah, sehingga masyarakat tidak khawatir akan hal-hal yang tidak diinginkan seperti penggelapan uang yang biasa terjadi di travel.

b. Faktor penghambat

BNI Syariah adalah lembaga keuangan yang dalam operasionalnya berdasarkan hukum Islam yang bertujuan untuk menghindari riba atau bunga. BNI Syariah dalam operasionalnya tidak hanya menangani masalah perbankan saja, tetapi juga menangani kegiatan keagamaan. Salah satu kegiatan keagamaan yang penting bagi umat Islam dan merupakan rukun Islam yang kelima, yaitu naik haji bagi yang mampu. Faktor penghambat yang dihadapi BNI Syariah Tomoni dalam hal terkait ibadah haji, tidak semua masyarakat Tomoni mampu melaksanakannya. Hanya sebagian kecil masyarakat yang mampu melaksanakannya. Hal ini dikarenakan banyak faktor yang menghambat pelaksanaan rukun Islam yang kelima ini. Faktor yang paling umum yaitu terkait masalah biaya. Mengingat masih banyak dari masyarakat Tomoni yang pendapatannya masih dibawah rata-rata dalam hal memenuhi kehidupan pokoknya sehari-hari bila mereka juga ingin melaksanakan ibadah haji, mereka berpikir bahwa jika mereka naik haji maka

mereka akan habis-habisan dalam mengeluarkan ongkosnya. Selain itu faktor yang menghambat ialah jumlah bank syariah di Kabupaten Luwu Timur khususnya Tomoni baru mempunyai 1 unit yaitu BNI Syariah itu sendiri, minimnya pengetahuan masyarakat sehingga masyarakat berasumsi bahwa jika mereka melaksanakan Haji maka usaha dagangan maupun kebun mereka akan tinggal terbengkalai dan tidak ada yang akan merawatnya.⁴¹

Bagi mereka, tidak mudah mengumpulkan uang untuk ongkos naik haji yang mencapai puluhan juta rupiah. Apalagi saat ini, ongkos naik haji semakin mahal dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Hal ini tentunya merupakan beban bagi umat Islam yang ingin melaksanakannya. Terlebih naik haji adalah salah satu rukun Islam yang wajib dilaksanakan oleh umat Islam bagi yang mampu melaksanakannya.

Apa manfaat dan keuntungan produk tabungan haji pada BNI Syariah Tomoni?

Adapun keuntungan Tabungan Haji yang diberikan oleh BNI Syariah cabang pembantu Tomoni:

- a. Dapat bertansaksi di seluruh jaringan kantor cabang pembantu BNI Syariah.
- b. Bebas biaya pengelolaan rekening bulanan.
- c. Calon jamaah haji mendapatkan tanggungan asuransi jiwa dan kecelakaan diri.

⁴¹Vera Wati (Pegawai BNI Syariah Kcp Tomoni)

d. Proses mendapatkan nomor porsi haji lebih mudah dan praktis, karena BNI Syariah ditunjuk oleh Kementerian Agama RI sebagai Bank Penerima Setoran Biaya Perjalanan Ibadah haji dan terkoneksi *real time online* dengan SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu).

Adapun manfaat Tabungan Haji yang diberikan oleh Bank BRI syariah cabang pembantu Tomoni yaitu:

- a. Produk Tabungan Haji dapat mendorong niat ibadah haji masyarakat, karena setelah memiliki tabungan haji, calon jemaah akan lebih bersemangat untuk segera memenuhi tabungannya.
- b. Nasabah yang menyimpan uang di bank mempunyai beberapa keuntungan seperti rasa aman dari pada disimpan di rumah, di samping uang nasabah tersebut akan bertambah karena memperoleh bagi hasil yang diberikan oleh bank BNI Syariah.
- c. Dana tabungan nasabah dikelola dengan prinsip bagi hasil sesuai dengan Syariat Islam. Mempermudah nasabah untuk mendapat kepastian nomor porsi keberangkatan haji karena telah tersambung online dengan Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) di Departemen Agama (DEPAG).
- d. Jika dana nasabah belum mencukupi, anda dapat memperoleh fasilitas talangan yaitu sesuai dengan persyaratan yang telah ditetapkan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah menguraikan beberapa permasalahan maka penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- a. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BNI Syariah khususnya pada produk tabungan haji yaitu dengan memilih merumuskan pasar yang dituju yaitu menggunakan strategi mensegmen, mentarget pasar dan cara BNI Syariah memposisikan diri. Selain itu, dengan mengembangkan marketing mix atau bauran pemasaran yang terdiri dari empat unsur yaitu produk, harga, distribusi dan promosi, yang mana dengan menggunakan perumusan strategi pemasaran tersebut bertujuan untuk menarik dan mempertahankan loyalitas para nasabah.
- b. Yang menjadi faktor pendukung perkembangan produk tabungan haji pada BNI Syariah yaitu: masyarakat Tomoni mayoritas Muslim, semua Muslim memiliki niat untuk naik haji, prosedur pembukaan tabungan haji tidak rumit, setoran awal ringan. Sedangkan faktor penghambat produk tabungan haji terkait dengan masalah finansial (biaya), mengingat masih banyak masyarakat tomoni yang hidup di bawah garis kemiskinan. Diharapkan kepada BNI Syariah cabang pembantu Tomoni bisa lebih mengenalkan produk BNI Syariah yang berlandaskan pada prinsip syariah kepada masyarakat.

b. Saran

1. BNI Syariah cabang Pembantu Tomoni seyogyanya lebih kompetitif dan lebih giat mempromosikan dan memasarkan produk-produknya terkhususnya tabungan haji ini, agar masyarakat lebih tertarik untuk menggunakan layanan bank. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk dapat meningkatkan pendapatan pada BNI Syariah adalah dengan membuka cabang-cabang serta ATM-Nya di daerah daerah.
2. BNI Syariah Tomoni untuk kedepan dapat lebih meningkatkan kualitas, salah satunya peningkatan pelayanan yang maksimum, sarana dan prasarana yang lebih lengkap, manajemen yang lebih mantap sehingga dapat bersaing pada bank-bank lainnya dan yang terpenting visi dan misi BNI Syariah KCP Tomoni dapat tercapai.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran Al-Karim

Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah* (Jakarta: Grasindo, 2007)

Angipora P. Marius, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2002) edisi revisi cet-2, h. 269

Arifin, Imamul *Membuka Cakrawali Ekonomi*, (Cet.1; Bandung: PT Serta Purna Inves, 2007)

Alimudddin H. Jumiati, “ *Pendayagunaan Zakat dalam Aplikasinya Mengurangi Kemiskinan di Makassar (Studi Kasus Rumah Zakat Indonesia Cabang Makassar)*. “ Skripsi Sarjana, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Alauddin, Makassar.

Ayhu Azhara, *Manajemen Pengelolaan Dana Tabungan Haji ONH di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam “Studi Pada PT. Bank Negara Indonesia Syariah dan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Palangka Raya”* (Fakultas IAIN Palangka Raya 2015).

Departemen Agama RI, *Hikmah Ibadah Haji* (Jakarta: 2003)

Ihdini Maulida Rahmah, *Manajemen Pengelolaan Dana Tabungan Haji Pada BNI Syariah, Skripsi (Cabang Jakarta Selatan: Konsentrasi Perbankan Syariah, Program Studi Muamalah, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Syarifhidayatullah, 2010)*

Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing, Dengan Kata Pengantar oleh Muhammad Syafii Antonio* (Cet 1; Bandung: Mizan, 2006)

Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Keenam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003)

Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2001), Cet. 5

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Edisi XI, Jilid I (Jakarta: Indeks, 2005)

Laksamana, Yusak, *Tanya Jawab Cara Mudah Mendapatkan Pembiayaan di Bank Syariah* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009)s

Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014)

Nikmatul Rokhmah, *Prinsip Akad Dalam Pengelolaan Dana Setoran Awal Calon Jamaah Haji Daftar Tunggu (Waiting List)*, Skripsi (Malang: Fakultas Syariah Jurusan Hukum Bisnis Syariah).

Nur M. Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Cet. 1; Bandung: Alfabeta, 2010)

Payne, Adrian, *The Essence of Service Marketing*, (Yogyakarta: Andi offset, 1993).

Rangkuti Freddy, *Analisis Swot: Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 2006)

Redaksi Sinar Grafika, *Undang-Undang Perbankan Syariah 2008* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008)

Satori, Djam'an dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cet 2 (Bandung: ALFABETA cv, 2010).

S. Nasution, *Metode Penelitian: Penelitian Ilmiah*, Ed.1. cet. 10 (Jakarta: Bumi Aksara, 2008).

Stanton, J. William, *Prinsip Pemasaran*, Edisi VII (Jakarta: Erlangga, 1996).

Teguh Santoso, *Marketing Strategik Meningkatkan Pangsa Pasar dan Daya Saing* (Cet. 1; Jakarta: Oryza, 2011).

Undang-Undang RI. Nomor 37 Tahun 2009 Tentang Keimigrasian dan Perpu Nomor 2 Tahun 2009 Tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji (Bandung: Citra Umbara, 2010)

Yulia Citra, *Penerapan Akad Qard Wal Ijarah pada Produk Dana Talangan Haji di Bank Syariah mandiri KCP Karangayu Semarang (Institut Agama Islam Negeri Walisong, Semarang 2012)*

<https://banksyariah1.blogspotcom>

<https://www.kompasiana.com/derardilla>

<http://www.pengertianpakar.com/2015/02/pengertian-fungsi-dan-sejarah-bank-syariah.html>.

<http://pustakailmiahsft.blogspot.com/2010/08/analisis-strategi-pemasaran-produk.html>

<https://www.syekhnurjati.ac.id/jurnal/indeks.php/almustashfa/article/download/3728/1998>

<http://makalahtugasnya.blogspot.com/2015/09/makalah-kesenjangan-sosial.html>