BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia perbankan sudah tidak asing lagi bagi masyarakat umum tentang keberadaannya, yang merupakan sebuah kebutuhan bagi yang ingin menanamkan modal atau membutuhkan modal usaha, karena bank merupakan lembaga keuangan yang mempunyai peran penting dalam menggerakkan perekonomian. Demikian pentingnya kebaradaan bank dalam tatanan dunia ekonomi disebabkan dari fungsi bank itu sendiri, yaitu bank mempunyai peran sebagai berikut : Produk Pendanaan (*Funding Product*), Produk Pembiayaan atau kredit (*Financing Product*) dan jasa – jasa perbankan lainnya. Hal ini tidak terkecuali pada bank – bank Islam yang lazimnya disebut bank syariah atau bank muamalah[1].

Perbankan Syariah mulai tumbuh berkembang di Indonesia sejak berlakunya Undang – Undang No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan sebagai pengganti dari Undang – Undang No. 7 Tahun 1992 dimana secara tegas disebutkan bahwa Indonesia terbagi kedalam dua sistem perbankan yakni sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah[2].

Menurut ketentuan yang diatur dalam Pasal 5 ayat (1) dan (2) UU Perbankan Syariah tersebut, kegiatan usaha bank syariah baru dapat dilakukan setelah terlebih dahulu memperoleh izin usaha sebagai bank syariah dari Bank

[1] Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana , 2008), h. 29

[2] Andri Soemitra,M.A, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta : Kencana, 2010), h. 64

Indonesia, dan untuk memperoleh izin usaha bank syariah harus memenuhi persyaratan setidak – tidaknya tentang susunan organisasi dan kepengurusan, permodalan, kepemilikan, keahlian di bidang perbankan syariah dan kelayakan usaha[3].

Secara makro ekonomi, perkembangan bank syariah di Indonesia memiliki peluang besar sesuai dengan mayoritas penduduk. UU No. 10 tidak menutup kemungkinan bagi pemilik bank BUMN, swasta nasional bahkan pihak asing sekalipun untuk membuka cabang syariah di Indonesia. Terbukanya kesempatan ini jelas akan memperbesar peluang transaksi keuangan di dunia perbankan, terutama bila terjalin hubungan kerja sama di antara bank – bank syariah[4].

Fatwa MUI No 1 Tahun 2004, bahwa Ulama Komisi Fatwa se-Indonesia pada tanggal 16 Desember 2003 menetapkan suatu keputusan yang mendapat respon beragam, baik dari kalangan ulama', masyarakat maupun dari kalangan perbankan (bankir) yaitu keputusan yang menetapkan bahwa bunga bank termasuk riba *nasi'at* yang haram hukumnya[5].

Riba diharamkan dengan dikaitkan kepada suatu tambahan yang berlipat ganda. Para ahli tafsir berpendapat bahwa pengambilan bunga dengan

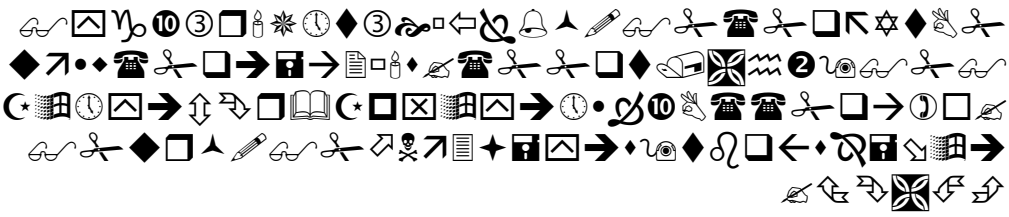
---

[3]Drs. Cik Basir, S.H., M.H.I, *Penyelesaian Sengketa Perbankan Syariah*, (Jakarta : Kencana, 2009), h. 49

[4]Herry Sutanto, S.E., M.M, Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung : Pustaka Setia, 2013), h. 124

[5]Riba nasi'at adalah penangguhan penyerahan atau penerimaan barang ribawi yang dipertukarkan dengan jenis barang riba lainnya. Riba ini muncul karena adanya perbedaan antara diserahkan saat ini dan kemudian dapat dilihat pada buku Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syari'ah Dari Teori Ke Praktek*. Jakarta, Gema Insani Pers, 2003, h. 41

tingkat yang cukup tinggi merupakan fenomena yang banyak dipraktikkan pada masa tersebut. Allah berfirman, surat Ali Imran : 130



Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan*."

Keberadaan Bank Syariah yang sesuai dengan prinsip syariah tidak menggunakan unsur riba. Bank syari'ah yang pertama yaitu Bank Muamalat yang didirikan dari hasil musyawarah dari Majelis Ulama' Indonesia (MUI) yang kemudian disusul oleh Bank Syari'ah Mandiri, BNI Syari'ah, BRI Syariah, BII Syari'ah, Danamon Syari'ah, dan Bank Riau Kepri Syari'ah. Perkembangan perbankan syariah tentunya harus didukung oleh sumber daya insani yang memadai, baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya[6].

Bank Riau Kepri Syariah merupakan bank milik daerah pertama yang melandaskan operasionalnya pada prinsip syariah. Bank Riau Kepri Syariah sebagai salah satu anak perusahaan dilingkup Bank Riau Kepri, yang kemudian dikonversikan menjadi bank syariah secara penuh.

Setelah Bank Riau Kepri menjadi bank syariah beroperasi secara syariah banyak membuka cabang di berbagai tempat di daerah riau. Dimana pada Agustus 2012 Bank Riau Kepri Syariah tercatat telah memiliki 2 Kantor Cabang Syariah, 5 Kantor Cabang Pembantu Syariah, 37 Unit Layanan

---

[6]Ir. Adiwarman A. Karim, S.E., MBA., M.A.E.P, *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2013), h. 27

Syariah di Provinsi Riau dan 12 Unit Layanan Syariah di Provinsi Kepulauan Riau yang melayani transaksi syariah[7].

Produk – produk yang ada dalam Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru adalah Produk Penghimpunan Dana yang terbagi dari Tabungan Sinar, Tabungan iB Dhuha, dan Tabungan Giro iB. Sedangkan Produk Pembiayaan yang terbagi dari Musyarakah, Murabahah, Mudharabah, dan Ijarah.

Tabungan iB Dhuha adalah produk tabungan haji yang dirancang khusus untuk membantu nasabah merencanakan ibadah haji regular, haji plus dan umrah. Kini tabungan iB Dhuha hadir dalam dua bentuk syariah.

Pertama, simpanan yang bersifat titipan atau wadiah (Dhuha Bebas) sehingga nasabah bebas kapan saja merencanakan waktu keberangkatan haji atau umrah serta bebas menentukan nominal setoran berdasarkan kemampuan. Keunggulan produk tabungan iB Dhuha ini nasabah bebas menentukan jumlah setoran tabungan minimal Rp. 20.000,-. Disamping itu produk tabungan iB Dhuha berupa perlindungan Asuransi Jiwa dan Kecelakaan sampai jumlah tabungan tertentu, serta mendapatkan bebas program santunan duka.

Kedua, simpanan yang bersifat bagi hasil atau mudharabah (Dhuha Terencana) sehingga nasabah melaksanakan Ibadah Haji Plus dan Umrah dengan menentukan sendiri waktu keberangkatan dan jumlah angsurannya berupa tetap.Bagi nasabah yang menabung dengan produk ini akan merasakan manfaatnya dan mendapatkan banyak keuntungan. Diantaranya, mendapatkan bagi hasil yang kompetitif, mendapatkan kesempatan memenangkan Hadiah

---

[7] Mutia Oktariza, Bagian Umum Karyawan Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pekanbaru, *Wawancara*, 21 November 2014

Umrah bila saldo rata–rata bulanan sudah mencapai Rp. 5.000.000,- dan kelipatannya, mendapatkan bimbingan menasik haji yang diselenggarakan Bank Riau Syariah, serta mendapatkan souvenir pada keberangkatan (khusus Haji Reguler)[8].

Strategi merupakan tindakan yang bersifat merемental (senantiasa meningkatkan) dan terus menerus serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh pelanggan dimasa depan, dengan demikian strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi[9].

Dalam melaksanakan konsep pemasaran, perusahaan yang berorientasi kepada nasabah tidaklah semata – mata berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan langganan pada tingkat biaya seberapa pun, sehingga merugikan perusahaan. Dalam pelaksanaan konsep pemasaran ini, yang penting adalah harus mampu memberikan alat bagi pemecahan masalah yang dihadapi oleh para nasabah. Tentunya perusahaan harus mulai dengan langkah awal dengan melakukan perumusan macam kebutuhan nasabah yang ingin dipenuhi, khususnya ditinjau secara fungsional[10].

Dalam bidang pemasaran, manajemen pemasaran dikelompokkan ke dalam empat aspek yang sering dikenal *marketing mix* diantaranya :

1. Produk
2. Harga

---

[8]Mutia Oktaruza, *ibid*, *Wawancara*, 26 Desember 2014

[9]Kasmir, S.E., MM, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2010). H. 180

[10]Prof. Dr. Sofjan Assauri, M.B.A, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2010), h. 90

3. Lokasi
4. Promosi

Bank Riau Kepri Syariah dalam memasarkan produk kepada masyarakat sudah mengalami peningkatan. Dimana dalam peningkatan nasabah terdapat faktor pendukung dan faktor penghambat didalamnya. Hal ini disebabkan kebijakan strategi pemasaran yang diterapkan cukup mampu menarik minat masyarakat pada Bank Riau Kepri Syariah.

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai: "STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN iB DHUHA BANK RIAU KEPRI SYARIAH CABANG PEKANBARU DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH".

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak menyimpang dari topik yang dipermasalahkan, maka penulis membatasi penulisan ini hanya pada strategi pemasaran produk tabungan iB dhuha Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pekanbaru dalam meningkatkan jumlah nasabah.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, maka penulis mengambil beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan iB dhuha Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru dalam meningkatkan jumlah nasabah?

2. Apafaktor pendukung dan faktor penghambat terhadap strategi pemasaran produk tabungan IB Dhuha Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru dalam meningkatkan jumlah nasabah?
3. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran produk tabungan ib Dhuha dalam meningkatkan jumlah nasabah?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

a) Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk tabungan iB dhuha pada Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pekanbaru dalam meningkatkan jumlah nasabah.

b) Untuk mengetahui apafaktor pendukung dan faktor penghambat terhadap strategi pemasaran produk tabungan IB Dhuha Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru dalam meningkatkan jumlah nasabah

c) Untuk mengetahui bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran produk tabungan ib Dhuha dalam meningkatkan jumlah nasabah.

2. Kegunaan Penelitian

a) Memberikan kontribusi bagi perkembangan wacana keIslaman terutama dalam kaitannya dengan perbankan syari'ah.

b) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan informasi tentang dunia perbankan bagi para pembaca, khususnya bagi penulis dan umumnya kita semua.

c) Sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk menyelesaikan perkuliahan Program Strata Satu (S1) pada Fakultas Syari'ah dan

Hukum Jurusan Ekonomi Islam di Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Pekanbaru.

E. Metodologi Penelitian

Untuk mendapatkan bahan yang akan digunakan dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan mengambil lokasi di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pekanbaru. Di jalan Jend. Sudirman No. 628 Pekanbaru, Telp 0761 – 32826, 856499, Fax. 0761 - 856356. Adapun yang menjadi pertimbangan bank ini dijadikan penelitian yaitu terdapatnya produk – produk syariah yang ada dalam Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pekanbaru terutama produk tabungan iB Dhuha dan lancarnya akses transportasi menuju Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pekanbaru.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek dalam penelitian ini adalah Pimpinan dan karyawan yang terletak di bagian Pembiayaan, Teller, Costumer Service pada Bank Riau Syariah Cabang Pekanbaru.

b. Objek dalam penelitian ini adalah Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Dhuha pada Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pekanbaru dalam meningkatkan jumlah nasabah.

3. **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah 9 orang yang terdiri dari 1 orang dibidang Pinsi Pembiayaan, 1 orang dibidang Pinsi Operasional, 1 orang dibidang Pinsi Pelayanan, 1 orang dibidang Custumer Service, 1 orang dibidang Teller, 2 orang dibidang bagian umum, 1 orang dibidang bagian pelaporan, 1 orang dibidang bagian pemasaran. Karena populasi sedikit, jadi sampelnya diambil semua populasi. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *total sampling.*

4. **Sumber Data**

Untuk melengkapi penelitian ini, maka penulis menggunakan dua jenis sumber data, yaitu sebagai berikut :

a. Data primer, merupakan data yang diperoleh langsung dari bagian pemasaran Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru.
b. Data sekunder, merupakan data yang diperoleh dari buku – buku yang berhubungan dengan penelitian.

5. **Metode Pengumpulan Data**

Adapun teknik pengumpulan data yang penulis lakukan dalam rangka penulisan ini adalah sebagai berikut :

a. Wawancara

Yaitu pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara langsung dengan pihak karyawan Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru, yang berkompeten untuk memberikan data atau informasi yang ada hubungan dengan diteliti.

b. Dokumentasi

Yaitu mengambil dari dokumen – dokumen yang berkaitan dengan apa yang akan diteliti. Dalam penelitian ini penulis juga mengumpulkan dokumen – dokumen dari Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru untuk melengkapi data – data yang diperlukan.

c. Observasi

Yaitu pengumpulan data dengan pengamatan langsung dilapangan untuk mendapatkan gambaran secara nyata tentang kegiatan yang diteliti pada Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pekanbaru.

6. Analisa Data

Dalam metode analisa data digunakan metode penelitian ini adalah metode yang bersifat deskriptif kualitatif yaitu menganalisa data dengan jalan mengklasifikasi data – data berdasarkan kategori – kategori atas dasar persamaan jenis dengan data tersebut. Kemudian di uraikan sehingga diperoleh gambaran umum yang utuh tentang masalah penelitian.

7. Metode Penulisan

Untuk mengolah dan menganalisa data yang telah terkumpul penulis menggunakan beberapa metode, yaitu:

a. Metode Deduktif adalah suatu uraian penulis yang diawali dengan menggunakan kaedah – kaedah umum, kemudian dianalisa dan diambil kesimpulan secara khusus.

b. Metode Induktif adalah suatu uraian penulisan yang diawali dengan menggunakan kaedah – kaedah khusus, kemudian dianalisa dan diambil kesimpulan secara umum.

c. Metode Deskriptif adalah suatu uraian penulisan yang menggambarkan secara utuh dan apa adanya tanpa mengurangi atau menambah sedikit pun.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami penelitian ini maka, penulis membuat sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, permasalahan (batasan masalah dan rumusan masalah), tujuan dan kegunaan penelitian, metode penulisan dan sistematika penulisan.

BAB II : Profil tentang Bank Riau Kepri Cabang Syari'ah Pekanbaru yang terdiri dari sejarah berdirinya Bank Riau Kepri Cabang Syari'ah Pekanbaru, struktur organisasi Bank Riau Kepri Cabang Syari'ah Pekanbaru, visi dan misi Bank Riau Kepri Cabang Syari'ah Pekanbaru, dan produk – produk dari Bank Riau Kepri Cabang Syari'ah Pekanbaru.

BAB III : Tinjauan teoritis strategi pemasaran yang terdiri dari definisi strategi pemasaran, dasar hukum pemasaran, konsep pemasaran, definisi bank syariah, definisi tabungan, prinsip dasar

operasional bank syariah, bauran pemasaran (*marketing mix*), manajemen pemasaran menurut Islam.

BAB IV : Pemasaran produk Tabungan iB Dhuha Bank Riau Kepri Cabang Syari'ah Pekanbaru dalam meningkatkan jumlah nasabah, faktor pendukung dan faktor penghambat terhadap strategi pemasaran produk tabungan iB Dhuha Bank Riau Kepri Syariah Pekanbaru dalam meningkatkan jumlah nasabah dan pemasaran menurut pandangan ekonomi Islam yang dilakukan Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pekanbaru terhadap produk tabungan iB Dhuha dalam meningkatkan jumlah nasabah.

BAB V : Kesimpulan dan Saran–saran.