

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Konsep syariah mulai menjadi tren di kalangan dunia perbankan konvensional Indonesia saat ini. Bahkan, konsep ekonomi yang menerapkan prinsip-prinsip syariat Islam ini mulai dibidik bank-bank umum, termasuk bank-bank besar. Beberapa bank pun terang-terangan bakal mengincar pasar syariah tersebut.

Bank Indonesia (BI) memproyeksikan pangsa pasar perbankan syariah dari seluruh industri perbankan pada 2006 menjadi sekitar 1,7-2,0 persen dan pada tahun 2007 diprediksi 2,5 – 2,5 persen, setelah pada 2005 mencatat pangsa pasar 1,4 persen.

Bank Indonesia telah membuat tiga skenario untuk pertumbuhan pangsa pasar perbankan syariah hingga 2008. Skenario pertama yang berdasarkan asumsi konvensional diperkirakan pangsa pasar perbankan syariah baru mencapai 2 persen pada 2008. Sedangkan skenario kedua pangsa pasar perbankan syariah tumbuh 2,6 persen dengan asumsi pertumbuhan ekonomi membaik disertai penerapan "*office channelling*" dan "*spin-off*" Unit Usaha Syariah. Dan skenario ketiga adalah akselerasi dimana pangsa pasar akan tumbuh menjadi 4 persen

Pertumbuhan yang jauh lebih cepat dari asumsi BI yang disampaikan pada akhir 2005 tentang pertumbuhan pangsa pasar perbankan syariah. Memang jika dilihat dari pertumbuhan aset, tahun 2005 masih kalah dibanding 2004. Tahun 2005, pertumbuhan aset mencapai 36,2 persen, atau menjadi Rp20,88 triliun. Sedangkan 2004 angkanya mencapai 95 persen. Maka tidaklah berlebihan jika dapat sedikit berharap kalau beberapa tahun ke depan akan terjadi booming industri maupun perekonomian syariah di Indonesia.

Peluang pertumbuhan bagi perbankan syariah sebenarnya justru terletak pada masih kecilnya pangsa pasar syariah yang sudah berhasil diraih. Sebagaimana terlihat dari data diatas, pangsa pasar bank syariah, baik dari sisi aset, DPK maupun pembiayaan, baru sedikit diatas 1%. Itu artinya peluang

tumbuh masih sangat terbuka, tergantung bagaimana interaksi faktor-faktor pendorong yang ada di Indonesia

Salah satu faktor pendorong yang sesungguhnya sangat potensial menjadi pemicu adalah hadirnya fatwa keharaman bunga bank. Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) melalui Komisi Fatwanya, pada Desember 2003 telah mengeluarkan fatwa tentang bunga. Fatwa tersebut intinya menyatakan bahwa bunga tergolong riba dan itu berarti haram bagi umat Islam.

Ternyata fatwa tersebut tidak memberikan pengaruh berarti pada perkembangan perbankan syariah. Ada penambahan jumlah nasabah kecil, satu dua bulan setelah fatwa diundangkan, namun nilainya tidak berarti.

Sejumlah penelitian mahasiswa S1 dan S2 yang antara lain menemukan fakta bahwa setelah adanya fatwa, ada peningkatan jumlah DPK perbankan syariah yang secara statistik, signifikan bila dibandingkan dengan data sebelum fatwa. Sulitlah dikatakan bahwa fatwa itu merupakan faktor pendorong utama, karena masih ada belasan faktor lainnya yang mempengaruhi pertumbuhan DPK.

Salah satu penyebab mandulnya fatwa itu, boleh jadi karena kecilnya dukungan dari ormas Islam yang besar seperti NU dan Muhammadiyah, terhadap fatwa tersebut. Kedua organisasi besar itu langsung meratifikasi atau mengeluarkan fatwa yang sejalan dengan fatwa tersebut hasilnya bisa lain..

Lalu faktor apa kiranya yang bisa menjadi faktor pendorong pertumbuhan perbankan syariah ke depan? Sebenarnya ada satu aturan yang dikeluarkan Bank Indonesia pada tahun 2002, yakni peraturan Bank Indonesia No.41, yang berpotensi menjadi faktor pendorong positif. PBI No.41 itu mengatakan bahwa kantor cabang pembantu syariah (KCPS) boleh menempel pada KCP. Aturan itu dibuat untuk mempermudah Unit Usaha Syariah dari bank konvensional untuk memperluas jaringan tanpa harus membuka kantor baru. Namun sayang masih sedikit UUS yang memanfaatkan peluang itu. Sampai sekarang baru ada sekitar 10 KCPS yang menempel pada KCP. Padahal sejumlah penelitian menunjukkan bahwa penambahan jumlah outlet berpengaruh signifikan pada penambahan jumlah nasabah maupun DPK bank syariah.

Faktor lain yang tak kalah potensialnya adalah diturunkannya ketentuan modal awal bank umum syariah dari Rp3 triliun menjadi Rp1 triliun. Ketentuan

ini ditetapkan dalam PBI No.7/35/2005 tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia No.4/24/2004. dengan ketentuan ini maka modal awal bank umum syariah lebih rendah dibanding yang berlaku di bank konvensional. Ketentuan ini diharapkan dapat merangsang investor perbankan untuk membuka bank umum syariah. Selain itu diharapkan juga mendorong *spin-off* unit usaha syariah yang ada di perbankan konvensional

Hasil *spin-off* masih bisa memanfaatkan jaringan yang dimiliki induknya. Seperti contoh Bank BRI yang berencana untuk men-*spin-off* BRI Syariahnya. Seandainya rencana itu terjadi, BRI Syariah hasil *spin-off* tadi masih bisa bekerja sama dengan BRI untuk memanfaatkan jaringan ATM-Nya yang sudah terdistribusi merata di Indonesia.

Hal lain yang semestinya akan sangat membantu pertumbuhan bank syariah adalah hadirnya UU Perbankan Syariah. Pembahasan RUU Perbankan Syariah ini tersendat di DPR. Kehadiran UU Perbankan Syariah akan menjadi landasan hukum yang sangat kuat bagi pertumbuhan perbankan syariah. UU ini diharapkan sudah menjadi kenyataan pada akhir tahun 2005. Namun ternyata pembahasannya belum tuntas dan disusul masa reses sehingga terhenti. Diharapkan nantinya pada pertengahan tahun 2007 UU Perbankan Syariah sudah bisa disahkan.

Faktor lain yang sangat potensial setoran biaya perjalanan ibadah haji (*BPIH*). Potensi dana *BPIH* di Indonesia yang besar. Sampai saat ini, Indonesia masih menduduki peringkat pertama sebagai negara yang mayoritas penduduknya memeluk agama Islam. Persentase 90% dari  $\pm$  230 juta jiwa, maka jumlah penduduk Muslim di Indonesia sekitar 205 juta jiwa. Indonesia pada musim haji mendapat kuota haji hampir 205.000 jamaah haji terdiri 189.000 jamaah haji biasa (ONH) dan 16.000 jamaah haji khusus (ONH Plus). Rata-rata ongkos setoran haji berkisar Rp 25 juta hingga 30 juta bagi haji ONH dan Rp 45 juta bagi haji ONH plus maka dana haji setiap tahunnya mencapai hampir sekitar  $\pm$  5 triliun rupiah. Jika dana tersebut dikelola perbankan syariah, maka diprediksi dapat memberikan kontribusi. Semakin berkembangnya perbankan syariah maka akan membuat ekonomi syariah di Indonesia semakin kuat.

Sampai saat ini sistem pembayaran setoran *BPIH* melalui mekanisme Bank sebagai Bank Penerima Setoran (BPS). Pemerintah melalui Departemen Agama telah menetapkan Bank Pengelola Setoran berjumlah 21 BPS *BPIH* yang telah tersambung kedalam Sistem Komputerisasi haji Terpadu (Siskohat).

BPS *BPIH* yang tersambung pada Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (Siskohat) dalam satu propinsi domisili calon jamaah haji (calhaj) adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.1**

**Bank Penerima Setoran Biaya Perjalanan Ibadah Haji**

No	Nama Bank	No	Nama Bank
1	Bank Rakyat Indonesia	12	Bank BPD Sulawesi Selatan
2	Bank Negara Indonesia	13	Bank BPD NTB
3	Bank Tabungan Negara	14	Bank BPD Riau
4	Bank Mandiri	15	Bank BPD Kalimantan Timur
5	Bank Muamalah Indonesia	16	Bank BPD Sumatera Selatan
6	Bank Syariah Mandiri	17	Bank BPD Sumatera Barat
7	Bank Bukopin	18	Bank BPD Sulawesi Utara
8	Bank DKI	19	Bank BPD Kalimantan Selatan
9	Bank BPD Jabar	20	Bank BPD Sumatera Utara
10	Bank BPD Yogyakarta	21	Bank BPD Aceh
11	Bank BPD Jawa Timur		

(Sumber : Departemen Agama)

Data diatas dapat dilihat bahwa pengelolaan setoran haji selama ini sebagian besar masih dikelola oleh bank konvensional. Hanya dua bank umum syariah yang mengelola setoran dana haji yaitu Bank Muamalat Indonesia dan Bank Syariah Mandiri. Dengan demikian pengelolaan setoran haji tidak efisien dan efektif dan akan mempersulit Pemerintah (Departemen Agama) dalam mengontrol dana-dana setoran *BPIH* dikarenakan banyaknya hasil laporan dari Bank- Bank Penerima Setoran Haji.

Bank Syariah Mandiri dapat bersaing dengan bank-bank konvensional dalam pengelolaan setoran *BPIH* yang telah lebih dulu menjadi Bank BPIS. Dapat dilihat dari Komposisi Pendaftaran Rekening Haji dan Porsi Haji Tahun 2006 yang telah terdaftar di Departemen Agama.

Tabel 1.2

**Komposisi Pendaftaran Rekening Tabungan Haji dan Porsi Haji Tahun 2006**

No	Bank BPS	Tabungan Haji	Porsi Haji	% Komposisi
1	BANK BPD ACEH	1,665	290	0,14%
2	BANK BPD KALSEL	1,013	2	0,00%
3	BANK BPD SUMUT	812	42	0,02%
4	BANK DIY	658	300	0,15%
5	BANK DKI	136	318	0,16%
6	BANK JABAR	3,440	3,884	1,89%
7	BANK JATIM	7,663	4,713	2,30%
8	BANK KALTIM	2,176	508	0,25%
9	BANK NAGARI	2,357	173	0,08%
10	BANK NTB	899	418	0,20%
11	BANK RIAU	2,470	540	0,26%
12	BANK SULSEL	2,122	753	0,37%
13	BANK SULTRA	668	159	0,08%
14	BANK SUMSEL	2,215	578	0,28%
15	BMI	11,457	2,885	1,41%
16	BNI	68,609	42,898	20,92%
17	BRI	119,075	60,679	29,60%
18	BSM	54,068	21,102	10,29%
19	BTN	2,855	2,090	1,02%
20	BUKOPIN	876	2,567	1,25%
21	MANDIRI	68,161	60,126	29,33%
	Total	353,395	205,026	

(Sumber : Departemen Agama)

Wakil Presiden Yusuf Kalla saat menyampaikan seminar ahli ekonomi Islam Internasional November 2005 bahwa agar dana haji dikelola oleh bank syariah. Dimaksudkan agar lebih sesuai dengan niat suci menunaikan ibadah haji. Dalam Islam bahwa haji adalah rukun Islam kelima dan terakhir dalam rukun Islam. Walaupun bukan yang terpenting, tetapi secara logika haji itu penting agar orang Islam menjadi kaffah (utuh) dengan catatan kalau mampu. Bagaimana menjadi kaffah Islamnya, atau dalam terminologi haji disebut mabrur, kalau cara menjalankan haji itu tidak kaffah. Contohnya, berangkat haji melalui sistem keuangan haji yang tidak sesuai dengan syariah Islam.

“Menyongsong kebijakan Pengelolaan Setoran BPIH” (Republika, 16 Januari 2007). Ibadah haji merupakan bentuk rangkaian ibadah yang harus tetap dijaga kesuciannya, mulai dari pembayaran, penyelenggaraan sampai pelaksanaan ibadah. Karena MUI sudah menfatwakan bahwa bunga bank itu riba, masyarakat menginginkan pengelolaan dana haji dilakukan bank syariah. Berbagai pihak terus mendorong agar penyetoran biaya haji dilakukan di bank-bank syariah. Menteri Agama Maftuh Basuni menyatakan bahwa rencana pengelolaan setoran BPIH oleh bank syariah mulai tahun 2007. Artinya triliunan rupiah dana haji yang selama ini mengendap di bank konvensional akan mengalir ke bank-bank syariah, sehingga akan berpengaruh terhadap perubahan komposisi dana pihak ketiga di bank-bank konvensional.

Pergeseran komposisi itu tak perlu terlalu dikhawatirkan, sebab kebanyakan Bank konvensional yang menyelenggarakan tabungan *ongkos naik naik* (ONH), ini sudah membuka bank syariah sebagai anak perusahaannya atau sekedar unit syariah. Dengan demikian terjadi pergeseran komposisi dana pihak ketiga dari bank konvensional ke bank syariah, namun dana haji tetap berputar dalam lingkaran corporate group yang sama. Situasi mungkin berbeda bila seruan Wapres itu dikeluarkan pada masa di mana bank-bank konvensional penyelenggara ONH belum memiliki bank/unit syariah. Karena itu perbankan tak akan terlalu mencemaskan pernyataan Wapres tersebut.

Permasalahannya adalah saat ini masih banyak pihak yang meragukan kemampuan bank syariah dalam mengelola dana haji yang jumlahnya sangat besar. Dengan setoran Rp 20 juta dikalikan 200.000 jamaah per tahunnya, diperoleh dana sebesar Rp 4 triliun. Sebuah angka yang sangat besar, apalagi buat bank syariah. Keraguan masyarakat antara lain disebabkan oleh keterbatasan outlet layanan bank syariah. Menurut data Bank Indonesia per Nopember 2006, total outlet bank syariah sekitar 500 outlet atau sekitar 6% dari total outlet bank konvensional yang jumlahnya 8,283 outlet.

Pemerintah melalui Menteri Agama menegaskan bahwa akan memperbaiki sistem penyelenggaraan haji yang transparan, efektif dan efisien, mulai dari proses pendaftaran, pelaksanaan hingga proses pelaporan. Salah satu kebijakan yang ditempuh pemerintah untuk penyelenggaraan haji yang lebih baik adalah

menyangkut sistem tabungan haji. Bank Penerima Setoran Haji akan diciutkan menjadi tiga bank dan merupakan bank yang menerapkan prinsip syariah.

Pertengahan 2005 Departemen Agama mengumumkan rencana menggunakan hanya bank syariah sebagai bank penerima setoran haji tahun tertunda. Dengan alasan minimnya jaringan bank syariah. Apakah bank syariah punya layanan sampai ke kampung-kampung. Selain itu meragukan semua bank syariah memiliki jaringan komputerisasi yang *on line* ke Siskohat Depag. Dengan alasan tersebut Depag mempertimbangkan untuk tetap menggunakan *Bank Penerima Setoran* (BPS) tahun lalu untuk musim haji mendatang dikarenakan waktu pendaftaran sangat mendesak.

Rencana pemindahan setoran *BPIH* dan pengelolaannya hanya kepada oleh bank-bank syariah masih menunggu revisi Undang Undang (UU) yaitu UU Nomor 17 Tahun 1999 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Undang-Undang Nomor 9 tahun 1998 tentang perbankan, bank-bank syariah terus berbenah diri menjawab keraguan masyarakat tersebut. Berdasarkan PBI No.8/3/2006 tentang *office channelling*. Kebijakan ini memungkinkan bank umum konvensional yang memiliki Unit Usaha Syariah membuka layanan syariah di outlet konvensional. BSM Syariah sejak 2006 telah mulai mengembangkan jaringan *office channeling* di Kantor Cabang Bank Mandiri yang dinamakan dengan *Kantor Layanan Syariah* (KLS). Saat ini sudah 46 Kantor Cabang Bank Mandiri yang sudah dapat melayani pembukaan rekening Tabungan Bank Syariah Mandiri. Ke Depan di rencanakan *office channelling* atau *KLS* ini akan diteruskan dikembangkan di outlet-outlet Bank Mandiri. Dari sisi teknologi, penggunaan IT dalam kegiatan setoran haji melalui siskohat bukan hal asing bagi Bank Syariah Mandiri, karena semua Cabang, Kantor Cabang Pembantu, Kantor Kas dan Kantor Layanan Syariah Bank Syariah Mandiri telah terhubung dengan siskohat.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan Bank Syariah Mandiri tahun 2007 perihal yang melihat preferensi nasabah pendanaan BSM. Pada gambar 1.1 terlihat bahwa dari berbagai produk/jasa yang dimiliki BSM, Tabungan BSM merupakan produk pendanaan primadona. Nasabah menggunakan produk Tabungan Haji sebesar 10,71% dari total nasabah produk tabungan BSM

Gambar 1.1

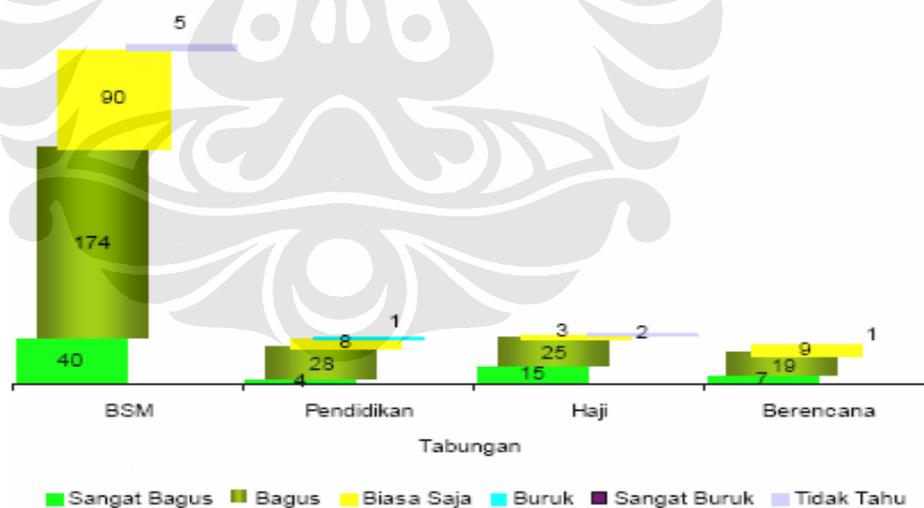


Sumber : Survey penelitian BSM : Kajian pendanaan BSM tahun 2007

Dari gambar 1.2 penilaian terhadap produk tabungan BSM bahwa produk Tabungan Haji Mabruur terdapat 33% dalam kategori sangat bagus, 56% dalam kategori bagus, 7% dalam kategori biasa saja, 4% dalam kategori tidak tahu.

Gambar 1.2

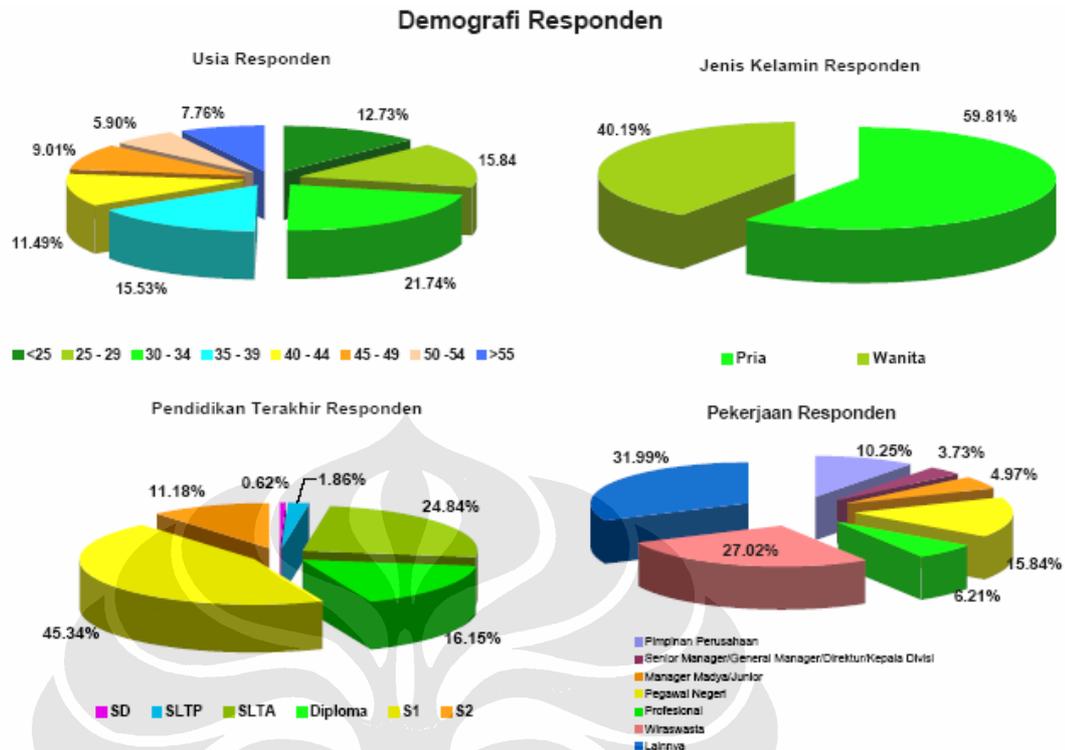
**Penilaian Nasabah Terhadap Produk Tabungan BSM**



Sumber : Survey penelitian BSM : Kajian pendanaan BSM tahun 2007

Survey BSM tersebut menggunakan faktor demografi yang mempengaruhi penilaian nasabah BSM antara lain *faktor usia responden, faktor jenis kelamin responden, faktor pendidikan terakhir responden dan faktor pekerjaan responden.*

Gambar 1.3



Sumber : Survey penelitian BSM : Kajian pendanaan BSM tahun 2007

Menurut survey BSM bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pendanaan pihak ketiga Bank Syariah Mandiri terdiri dari faktor manfaat produk, faktor layanan nasabah, faktor emotional motivation, faktor pricing, faktor strategi promosi dan faktor lainnya. Demikian dapat dilihat bahwa pemilihan nasabah BSM atas produk tabungan haji dan faktor-faktor yang mempengaruhi pendanaan pihak ketiga dan faktor demografi responden atas pemilihan produk Tabungan Haji Mabruur akan memberikan dampak pada peningkatan dana pihak ketiga yang akan secara tidak langsung memberikan peningkatan asset perbankan syariah.

Berangkat dari permasalahan ini, maka peneliti bermaksud mengadakan penelitian dan analisa. dengan judul **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN TABUNGAN HAJI TERHADAP PENCAPAIAN DANA PIHAK KETIGA BANK SYARIAH (Studi Kasus Tabungan Haji Mabruur PT Bank Syariah Mandiri Cabang Thamrin).**

## 1.2. Perumusan Masalah

Bisnis utama bank berupa penyaluran pembiayaan dan penghimpunan dana. Penghimpunan dana adalah melalui tabungan masyarakat (dana pihak ke tiga),

dimana *market* (pasar) dana yang cukup besar di Indonesia. Bank juga berupaya untuk meraih pasar khusus (*specific market*) yang dapat memberikan efek yang besar baik penambahan dana pihak ke tiga maupun penambahan asset perbankan khususnya perbankan syariah. Pasar khusus (*spesific market*) tersebut antara lain dana setoran haji yang hampir tiap tahunnya mencapai 200.000 rekening atau dana kelola sebesar hampir Rp. 4 triliun.

Strategi pemanfaatan dana setoran haji tersebut membutuhkan rencana dan investasi yang tidak sedikit serta ditunjang oleh saran sistem informasi yang memadai. Pemanfaatan dana setoran haji ini juga harus memperhatikan kondisi eksternal dan internal perusahaan seperti pengembangan produk dan jasa, pemanfaatan marketing serta kualitas layanan yang lebih baik, sehingga nantinya dana setoran haji tersebut dapat di himpun oleh Bank syariah secara optimal yang akan memberikan keuntungan bagi perkembangan bank syariah lebih lanjut

**Tabel 1.3**  
**Perkembangan Dana Pihak Ketiga dan Dana Tabungan Mabrur**  
**tahun 2004-2006 (dalam jutaan)**

Perihal	Tahun 2004	Tahun 2005	Tahun 2006
- Total Dana Pihak Ketiga	5.725.007	7.037.506	8.219.267
Pertumbuhan DPK	117.77%	22.93%	16.79%
- Total Dana Tabungan Mabrur	88.569	95.366	179.201
Pertumbuhan Tab Mabrur	7.27%	7.67%	87.91%

(Laporan Keuangan BSM 2004-2006)

Dilihat dari tabel diatas sangat jelas terlihat bahwa pertumbuhan dana pihak ketiga antara tahun 2004–2006 semakin menurun. Namun pendanaan tabungan haji mabrur antara tahun 2005–2006 semakin meningkat. Pada tahun 2004-2006 terjadi penurunan pertumbuhan dana pihak ketiga yang cukup tinggi dari 117% menjadi sebesar 22,93% selanjutnya turun menjadi 16,79%. Pada tahun 2005-2006 terjadi peningkatan pada pertumbuhan dana tabungan mabrur sebesar dari 7,27% menjadi sebesar 7,67% selanjutnya naik menjadi menjadi 87.91%. Kenaikan pertumbuhan dana Tabungan Haji Mabrur yang tinggi tidak dibarengi dengan kenaikan pertumbuhan dana pihak ketiga dari tahun 2004 ke tahun 2006.

Target pangsa pasar dana kelola haji tiap tahunnya sebesar Rp 4 Triliun tidak memberikan kontribusi peningkatan dana tabungan mabrur yang juga tidak memberikan pengaruh pada peningkatan dana pihak ketiga.

Uraian diatas peneliti merumuskan masalah yang ada adalah Bank Syariah Mandiri belum dapat mengoptimalkan target pendanaan haji, disebabkan tidak didukung oleh program pemasaran produk Tabungan Haji. Hal ini diduga antara lain dipengaruhi kurangnya promosi, kurangnya *outlet* atau jaringan pelayanan, tingkat pelayanan ke nasabah dan teknologi yang belum optimal. Bank Syariah Mandiri harus melihat strategi dalam memasarkan produk Tabungan Haji yaitu dengan melihat strategi bauran pemasaran (produk, harga, promosi dan lokasi) dalam pencapaian dana pihak ketiga.

Untuk itu dalam tesis ini akan diangkat beberapa permasalahan pokok, sebagai studi kasus yang terjadi pada Bank Syariah Mandiri, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran Tabungan Haji Mabrur terhadap dana pihak ketiga ?
2. Apakah ada hubungan faktor demografi nasabah dengan bauran *marketing* Tabungan Haji Mabrur dan pencapaian dana pihak ketiga ?

### **1.3. Pembatasan Masalah**

Untuk mempertajam penelitian dan penyusunan tesis sehingga dapat dapat terfokus pada tujuan penelitian, maka dilakukan beberapa pembatasan masalah antara lain :

1. Obyek Penelitian hanya dilakukan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Thamrin
2. Kriteria Obyek penelitian terbatas pada nasabah produk Tabungan Haji Mabrur Bank Syariah Mandiri.
3. Data Primer yang di ambil hanya 3 tahun kebelakang, yaitu dari tahun 2004, 2005 dan 2006

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini secara umum adalah sebagai berikut :

1. Menjelaskan pengaruh bauran pemasaran Tabungan Haji Mabrur terhadap pencapaian dana pihak ketiga di BSM dan seberapa besar pengaruhnya terhadap pencapaian dana pihak ketiga.
2. Mengetahui hubungan faktor demografi nasabah dengan bauran pemasaran Tabungan Haji Mabrur dan pencapaian dana pihak ketiga. Seberapa besar pengaruhnya masing-masing faktor demografi responden terhadap bauran pemasaran dan dana pihak ketiga.
3. Merekomendasikan perbaikan strategi bauran pemasaran berdasarkan temuan penelitian.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini secara umum adalah melihat seberapa jauh efektifitas dan hasil yang dicapai bank syariah sebagai bank peneriman setoran haji.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Pemerintah
  - Sebagai informasi, pedoman dan acuan dalam mengambil keputusan penetapan bank syariah sebagai bank penerima setoran haji
2. Manfaat Akademis
  - Sebagai sumbangan penting dan memperluas wawasan bagi kajian ekonomi keuangan syariah dalam menghimpun dan mengelola dana pihak ketiga sehingga dapat dijadikan sebagai rujukan untuk pengembangan penelitian perbankan syariah yang akan datang.
  - Menambah khasanah mengenai karya tulis ekonomi syariah khususnya dalam hal pengelolaan setoran haji.
3. Manfaat Praktisi
  - Hasil penelitian ini dapat dijadikan sumangan pikiran bagi pimpinan Manajemen Bank Syariah Mandiri untuk meningkatkan pendanaan

tabungan haji melalui peningkatan pada promosi, penambahan outlet, peningkatan pelayanan dan teknologi.

- Sebagai media informasi mengenai keberadaan bank syariah di Indonesia serta kegiatan operasional apa saja yang ada di bank syariah

#### 4. Manfaat Ulama dan masyarakat

- Dapat dijadikan tolak ukur sebagai muslim yang kaffah
- Memberikan masukan dari informasi yang ada ke pemerintah dalam upaya untuk mendukung perkembangan perbankan syariah.

### 1.6. Kerangka Pemikiran Penelitian

Kegiatan utama bank secara garis besar meliputi tiga kegiatan utama yaitu bagaimana bank dapat menghimpun dana (*funding*) dari masyarakat (dana pihak ketiga), setelah terhimpun bagaimana bank tersebut menggunakan dananya (*lending*) dalam arti menyalurkan kembali kepada masyarakat agar penggunaan tersebut mempunyai dampak positif dan pelayanan (*service*) yang diberikan oleh bank kepada masyarakat .

Dengan adanya pengelompokan sumber dana tersebut dapat dipelajari sifat masing-masing kelompok dan bagaimana cara menghimpunnya, sehingga manajemen bank dalam setiap membuat kebijakan untuk menghimpun dana memiliki strategi yang jitu untuk meningkatkan penghimpunan dananya, apakah yang berasal dari masyarakat, dari pasar uang atau pasar modal dan dari pemilik sendiri atau modal saham dengan cara *Go Public* atau pemilik lama menyetorkan sejumlah modal baru kepada bank.

Dana Pihak Ketiga bagi bank merupakan sejumlah uang yang dipercaya oleh masyarakat atau pihak ketiga lainnya untuk dimanfaatkan menurut cara yang biasa dalam dunia perbankan. Dana Pihak Ketiga yang telah berhasil dihimpun oleh bank adalah pokok utama dalam menjalankan usahanya dan apabila proses perputaran dana mengalami hambatan, maka hal ini akan dapat menghambat bank tersebut.

Dalam lingkungan perbankan, pemasaran *funding (marketing funding)* saat ini menjadi inti bisnis sebuah bank. Untuk mempertahankan hidupnya perbankan harus melakukan transformasi visi, misi dan strategi baik ke lingkungan internal

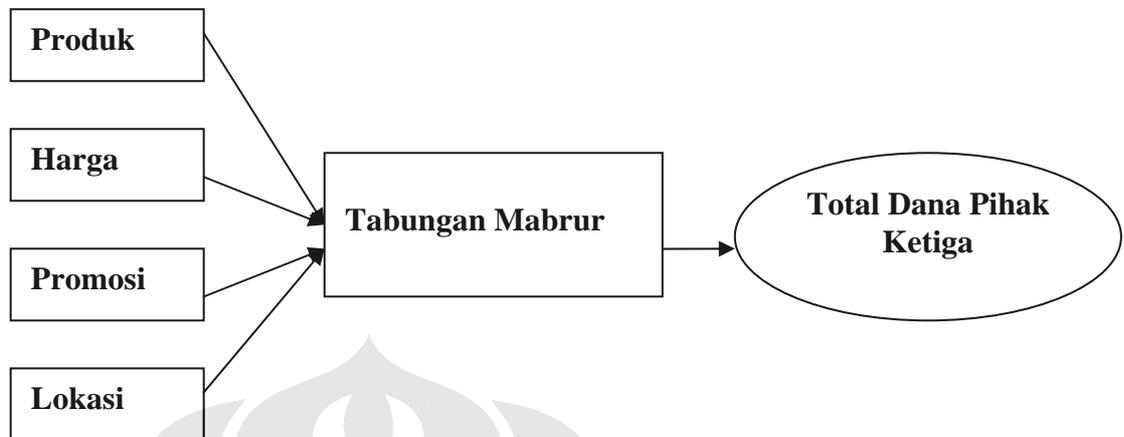
maupun lingkungan eksternal perbankan. *Marketing funding* menjadi pilihan strategi perbankan. Bank bank menemukan suatu perbedaan keuntungan baru ketika mereka menyadari bahwa mereka berada dalam usaha meningkatkan *marketing funding*

Dalam memasarkan produk-produk *funding* Bank Syariah dan memantapkan posisi bank syariah sebagai salah satu upaya dalam strategi pemasaran (*marketing strategy*) diperlukan adanya kiat-kiat khusus, sehingga Bank Syariah dalam operasionalnya melayani jasa keuangan bagi masyarakat selalu berkembang dan bertahan dalam persaingan dengan lembaga keuangan lainnya khususnya bank konvensional. Kiat-kiat khusus ini diperlukan agar pasar yang terdiri dari nasabah dan calon nasabah (potensial) yang merupakan aset akan selalu loyal dan tertarik kepada Bank Syariah Mandiri dan juga sebagai motivasi bagi internal Bank Syariah untuk selalu mengembangkan dan meningkatkan kinerja dan operasional Bank Syariah pada masa kini dan masa yang akan datang.

Penggunaan Manfaat bauran pemasaran (produk, harga, promosi dan *outlet*) dalam *marketing funding* merupakan faktor yang menjadi dasar bagi nasabah dalam menentukan pilihannya. Dimana produk *funding* yang dimiliki Bank mempunyai manfaat yang berbeda-beda, misalnya Tabungan adalah penyimpan dana dalam jangka pendek, yang dananya dapat diambil sewaktu-waktu jika diperlukan nasabah, biasanya nasabah yang mempunyai rekening tabungan adalah nasabah yang menggunakan rekeningnya sebagai penunjang kebutuhan sehari-hari/bulanannya Tabungan Mabrur digunakan untuk selain penggunaan penyimpanan dana juga sebagai media pendaftaran haji. Sikap nasabah terhadap produk dapat bervariasi bergantung pada orientasinya. Berkenaan dengan itu, bank syariah harus dapat mengidentifikasi segmen nasabah berdasarkan manfaat produk yang diinginkan konsumen.

Dengan demikian akan terjadi hubungan strategi *bauran pemasaran Tabungan Haji Mabrur* yang akan memberikan peningkatan pencapaian *dana pihak ketiga* BSM, akan berdampak besar kepada peningkatan pangsa pasar perbankan syariah secara keseluruhan yang dituangkan dalam kerangka teori (*Theoretical framework*) pada gambar 1.4.

**Gambar 1.4**  
**Kerangka Teori (Theoretical framework)**



Adopsi sumber : Philip Kotler (hal16:2000)

### 1.7 Metode Penelitian

Dengan demikian penelitian memberikan kerangka dan batasan pemikiran penelitian yang digunakan adalah kerangka dan batasan pemikiran difokuskan pada konsep pengembangan bank syariah yang harus dilakukan bank syariah dalam menghadapi kebijakan penunjukkan sebagai bank penerima setoran haji.

Dengan memaparkan hasil yang diperoleh dari pengumpulan data dan menganalisis keterkaitan hubungan yang terdapat di antara variabel-variabel yang diteliti dengan menggunakan regresi berganda.

Dalam penelitian ini bertujuan untuk membuat mengetahui secara sistematis dan deskriptif menganalisa kompetensi Bank Syariah Mandiri dalam menciptakan peningkatan pendanaan pihak ketiga melalui salah satu produk pendanaan Tabungan Haji Mabrur dengan menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhinya dan mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap pendanaan pihak ketiga dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penelitian langsung dilapangan, dengan mengumpulkan data-data perusahaan, pengamatan langsung, kuisisioner kepada nasabah-nasabah dan wawancara kepada pihak-pihak terkait dengan penelitian di Bank Syariah Mandiri Cabang Thamrin. Data sekunder diperoleh literatur baik berupa: jurnal ilmiah, media masa, laporan keuangan tahunan BSM, laporan keuangan Bank Indonesia,

dan data yang relevan dengan hasil penelitian sebelumnya. Teknik Analisis dalam penelitian ini menggunakan teknik data kuantitatif dan kualitatif dengan menggunakan teknik analisis program SPSS, dengan menggunakan analisis validitas dan realibilitas, *descriptive statistic*, analitis dan realibilitas, Analisis faktor variabel yang paling dominan dan analisis keterkaitan masing-masing variabel .

### **1.8 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah penulisan serta agar pembahasan dalam tesis ini berjalan terarah dan sistematis, maka penelitian akan dibagi menjadi beberapa bab dan sub bab. Secara global susunan tersebut adalah sebagai berikut :

#### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran penelitian, hipotesa penelitan, metodologi penelitian dan sistematika penelitan.

#### **BAB 2 TINJAUAN TEORI**

Dalam bab ini akan menjelaskan teori-teori yang berhubungan dengan faktor-faktor yang akan diuji seperti teori-teori pemasaran produk : Teori Pemasaran, Strategi Pemasaran, Perilaku Kosumen, Proses Keputusan Membeli, Pemasaran Perbankan, Pemasaran Perbankan Syariah Syariah, Penelitian sebelumnya yang menggambarkan secara ringkas mengenai penelitian terdahulu yang memiliki permasalahan yang sejenis dengan penelitian kali ini

#### **BAB 3 METODELOGI PENELITIAN DAN DATA**

Bab ini akan memaparkan tentang metodologi yang digunakan dalam penelitian yang dimulai dari metode pengamatan, metode pengumpulan data dan pemilihan data , metode analisis akan digunakan untuk memperoleh jawaban atas persoalan penelitian, data hasil penelitian yang akan digunakan untuk proses pembahasan dan analisis.

#### **BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini akan membahas hasil yang diperoleh dari penelitian, dengan demikian akan diperoleh gambaran tentang faktor-faktor tabungan haji Mabrur yang mempengaruhi pencapaian dana pihak ketiga bank syariah, sehingga bank syariah dapat menggunakan sumber daya yang optimal untuk mendapatkan peluang yang ada, sehingga hasil estimasi dan analisis tersebut merupakan permasalahan dan masukan untuk digunakan dalam menghadapi ketentuan perbankan syariah dan kebijakan Pemerintah.

#### **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab keenam atau yang terakhir akan menuangkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, serta memberikan saran yang diharapkan akan memberikan manfaat bagi pemerintah/Departemen Agama, masyarakat, ulama, akademis, praktisi perbankan, peneliti dan pihak lain yang berminat khususnya untuk mengembangkan perbankan syariah, serta umumnya untuk mengembangkan aktifitas perekonomian syariah di Indonesia