

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ibadah Umrah merupakan suatu hal yang menarik untuk diamati dan dicermati, hukum melaksanakan ibadah umrah sendiri adalah sunnah bagi setiap muslim yang mampu melaksanakannya, baik mampu secara materi maupun non materi. Umrah sendiri dapat dilakukan kapan saja kecuali pada hari Arafah yaitu tanggal 10 Zulhijjah dan hari tasrik yaitu pada tanggal 11, 12 dan 13 Zulhijjah.

Sebagian ulama berpendapat bahwa hukum melaksanakan umroh adalah wajib atau fardu bagi orang yang belum melaksanakan sementara dia mampu untuk melaksanakannya. Namun demikian ada pula sebagian ulama yang mengatakan bahwa ibadah umroh itu hukumnya sunnah mu'akkad.

Sebuah hadis yang diriwayatkan oleh imam Muslim mengatakan bahwa melaksanakan ibadah *umroh* pada bulan Ramadhan nilainya sama dengan melaksanakan ibadah haji.

Tak lepas dari itu, walaupun banyaknya minat Umrah di Indonesia tidak sedikit masyarakat Negara Indonesia ini kesulitan dana untuk proses pembiayaan selama melaksanakan Ibadah Umrah. Kebanyakan masyarakat yang kekurangan dana untuk bekal di tanah suci dan merasa sangat sulit untuk ke tanah suci karena pendapatan ekonomi yang tidak memungkinkan dirinya untuk bisa melaksanakan Ibadah Umrah.

Namun, seiring dengan perputaran waktu, perkembangan Bank Syariah mengalami booming pada tahun 1992. Di Indonesia, Ban Syariah yang pertama kali didirikan pada tahun 1992 adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI) walaupun perkembangannya melambat, tetapi Perbankan Syariah di Indonesia terus berkembang pada era tahun 1992-1998 hanya ada satu unit bank

syariah, maka pada tahun 2005 jumlah Bank Syariah di Indonesia telah bertambah menjadi 20 unit, yaitu 3 Bank Umum Syariah dan 17 Unit Usaha Syariah.¹

Salah satu Bank Umum yang membuka Unit Usaha Syariah yaitu Bank Mandiri dengan membuka Bank Syariah Mandiri. Yang mengalami persaingan sekarang ini yaitu Bank Syariah Mandiri. Dimana dalam ilmu ekonomi seperti apapun, pertimbangan-pertimbangan pemasaran tetap merupakan faktor yang sangat menentukan dalam faktor perencanaan dan pengambilan keputusan disebuah perusahaan. *Asosiasi Pengusaha Pabrik Yang Mengatakan* : “Di zaman serba berubah yang mengasyikkan seperti sekarang pemasaran merupakan denyut jantung dari berbagai usaha.² Pemimpin dan tenaga pemasaran menekankan pentingnya peranan strategi pemasaran dalam suatu perusahaan. Selain merincikan strategi dalam setiap rencananya, mereka mengadakan

¹Adimarwan A. Karim, *Bank Islam : Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta : PT Raja Grafind, edisi ketujuh, 2004) hlm. 25.

² Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1999), hlm. 8.

penalaran yang lebih mantap dalam menetapkan pilihannya terhadap suatu strategi tertentu. Di dalam menetapkan strategi pemasaran yang akan dijalankan, suatu perusahaan harus melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai kedudukan atau posisi perusahaan di pasar.³

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran.⁴ Setiap perusahaan dalam memasarkan produk yang dihasilkannya menjalankan strategi pemasaran, sehingga dapat mencapai sasaran yang diharapkan. Strategi pemasaran dapat dinyatakan sebagai dasar tindakan yang mengarahkan kegiatan atau usaha pemasaran dan suatu perusahaan, dalam kondisi persaingan, dan lingkungan yang selalu berubah agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Dalam

³ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*,(Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007) hlm. 167.

⁴ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007) hlm. 168

menetapkan strategi pemasaran yang akan dijalankan, perusahaan harus lebih dahulu melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai posisinya di pasar.⁵

Penelitian ini akan dilakukan di Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang pembantu Cikupa. tepatnya di Jalan Raya Serang No.100, Pasir Gadung, Cikupa, Tangerang, Banten 15710. Dengan layanan Syariah, Bank Syariah Mandiri memiliki produk yang banyak diminati oleh masyarakat salah satunya adalah Pembiayaan Umroh pada dasarnya dalam rangka membantu nasabah atau calon jamaah Umroh untuk menutupi kekurangan dana sehingga calon jamaah Umroh Bank Mandiri Syariah terus meningkatkan pelayanan kepada nasabah sehingga dapat memberikan solusi dalam hal keuangan, BSM memiliki produk pembiayaan umroh bagi anda yang ingin melaksanakan ibadah umrah sekarang tanpa harus mengumpulkan uang terlebih dahulu.

⁵ Indriyo Gitusudarno, *Manajemen Startegis*, (Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta, 2001) hlm. 170

Pembiayaan Umrah Bank BSM merupakan bentuk pembiayaan yang bersifat jangka pendek, anda dapat menggunakan untuk memfasilitasi kebutuhan biaya perjalanan umrah anda seperti namun tidak terbatas untuk tiket, akomodasi dan persiapan biaya umrah lainnya dengan akad ijarah.

Kemudian anda dapat membayar kredit angsuran pinjaman atau pembiayaan setelah pulang dari Umrah, pembayaran cicilan sesuai dengan jumlah angsuran saat pertama kali pengajuan, karena angsuran tidak berubah selama masa perjanjian yang telah disepakati kerjasama aliansi dengan mikro BSM.⁶

Dari penjelasan di atas, penulis ingin mengkaji tentang Pembiayaan Umroh yang ditetapkan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cikupa melalui penelitian

“STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN UMRAH PADA PT BANK SYARIAH MANDIRI KCP CIKUPA”

⁶ <https://www.syariahmandiri.co.id/2017/04/consumer-banking/haji-umroh/pembiayaan-mikro-umrah>, Di Akses Pada Tanggal 04 Januari 2019.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, dan untuk memperjelas arah dan penelitian ini, maka masalah dalam penelitian yang penulis rumuskan adalah:

1. Bagaimana strategi pemasaran Produk Pembiayaan Umrah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Cikupa?
2. Bagaimana implementasi strategi pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cikupa?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian berdasarkan rumusan masalah yang ada yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran Produk Pembiayaan Umrah Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Cikupa.
2. Untuk mengetahui bagaimana teknik implementasi strategi pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Cikupa.

D. Manfaat penelitian

Sebagaimana yang diuraikan penulis di atas mengenai tujuan penelitian. Maka diharapkan penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut :

a. Bagi Penulis

Untuk memenuhi tugas skripsi dan memperdalam pengetahuan yang berkaitan dengan strategi pemasaran produk Pembiayaan Umroh baik secara teoritis maupun praktis. Dengan penelitian ini membantu peneliti dalam meninjau kajian teoritis dengan pengalaman aplikatif.

b. Bagi Praktisi

Dapat di gunakan sebagai bahan referensi dan evaluasi dalam meningkatkan peran lembaga keuangan yang ada serta menjadi masukan untuk mengatasi setiap kendala yang dihadapi oleh pihak lembaga terkait.

c. Bagi Akademik

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi untuk pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya tentang pemasaran, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

E. Kerangka Pemikiran

1. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Hal ini juga didukung oleh pendapat Swastha “Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya.” Sehingga dalam menjalankan usaha kecil khususnya diperlukan adanya pengembangan melalui strategi pemasarannya. Karena pada saat kondisi kritis justru usaha kecil lah yang mampu

memberikan pertumbuhan terhadap pendapatan masyarakat. Pemasaran Menurut W.Y. Stanton pemasaran adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial. Berdasarkan definisi di atas, proses pemasaran dimulai dari menemukan apa yang diinginkan oleh konsumen.⁷

Adapun tujuan dari strategi pemasaran ini adalah:

- a. Konsumen potensial mengetahui secara detail produk yang kita hasilkan dan perusahaan dapat menyediakan semua permintaan mereka atas produk yang dihasilkan
- b. Perusahaan dapat menjelaskan secara detail semua kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran. Kegiatan pemasaran ini meliputi berbagai kegiatan, mulai dari penjelasan mengenai produk, desain produk,

⁷ <http://diditnote.blogspot.com/2013/04/apa-itu-strategi-pemasaran.html>, Di Akses Pada Tanggal 12 Februari 2019

promosi produk, pengiklanan produk, komunikasi kepada konsumen, sampai pengiriman produk agar sampai ke tangan konsumen secara cepat.

- c. Mengetahui dan memahami konsumen sedemikian rupa sehingga produk cocok dengannya dan dapat terjual dengan sendirinya.⁸

2. Pembiayaan Umrah

Pembiayaan Umrah Bank BSM merupakan bentuk pembiayaan yang bersifat jangka pendek, anda dapat menggunakan untuk memfasilitasi kebutuhan biaya perjalanan umroh anda seperti namun tidak terbatas untuk tiket, akomodasi dan persiapan biaya umrah lainnya dengan akad ijarah.

Kemudian anda dapat membayar kredit angsuran pinjaman atau pembiayaan setelah pulang dari Umroh, pembayaran cicilan sesuai dengan jumlah angsuran saat

⁸ <http://diditnote.blogspot.com/2013/04/apa-itu-strategi-pemasaran.html>, Di Akses Pada Tanggal 12 Februari 2019

pertama kali pengajuan, karena angsuran tidak berubah selama masa perjanjian yang telah di sepakati.

Proses permohonan dan pengajuan pembiayaan Umrah Bank BSM sangat mudah dan cepat, dimana anda cukup melengkapi persyaratan yang dibutuhkan, yaitu mengisi form dan menandatangani form akan pembiayaan dan melampirkan beberapa dokumen pendukung untuk memvalidasi data diri anda.⁹

F. Sistematika Penulisan

Secara luas sistematika dalam penyusunan skripsi ini akan dibagi menjadi lima bab yang masing-masing mempunyai titik berat yang berbeda, namun dalam satu kesatuan yang saling melengkapi. Adapun garis besar sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

⁹ <https://www.wisataumrah haji.com/2013/05/pengertian-umroh-hukum-syarat-rukun-dan-wajib-umroh.html>, Di Akses Pada Tanggal 07 Januari 2019

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, metodologi penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN UMUM STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN UMRAH

Dalam bab ini akan dijelaskan landasan teori yang menjadi dasar penulisan skripsi yang meliputi kajian ontologis dan epistemologis permasalahan dan obyek kajian yang terdiri dari tiga sub bahasan. Obyek kajian yang dibahas pada sub pertama adalah strategi pemasaran perspektif konvensional yang terdiri dari pengertian strategi pemasaran, tujuan

pemasaran, proses pemasaran dan bauran pemasaran. Kedua adalah strategi pemasaran perspektif syariah (*syariah marketing*) yang terdiri dari pengertian pemasaran perspektif syariah (*syariah marketing*) dan karakteristik pemasaran perspektif syariah (*syariah marketing*) dan sub bab yang ketiga pembiayaan umroh yang terdiri dari pengertian pembiayaan umroh, akad atau transaksi pembiayaan umroh yang meliputi pengertian *qardh* dan landasan syariah, pengertian *ijarah* dan landasan syariah.

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Dalam bab ini akan dijelaskan gambaran umum strategi Pemasaran Prduk Pembiayaan Umroh di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Cikupa.

Ada tiga sub bab bahasan. Sub bab pertama tentang profil Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Pembantu Cikupa yang meliputi : Sejarah Singkat Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Pembantu Cikupa, Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Pembantu Cikupa, Nilai-nilai Dasar, Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Pembantu Cikupa, produk-produk Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Pembantu Cikupa. Sub bab kedua tentang deskripsi strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Umroh Di Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Pembantu Cikupa dan sub ketiga tentang kendala-kendala yang dihadapi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cikupa

dalam memasarkan Produk Pembiayaan Umrah

BAB IV STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAN UMRAH PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI KCP CIKUPA

Berisi tentang strategi pemasaran produk Pembiayaan Umrah di BSM Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Pembantu Cikupa yang merupakan jawaban dari permasalahan dalam penelitian ini.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran yang diberikan peneliti.