



STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN HAJI DENGAN AKAD MUDHARABAH MUTLAQAH PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA SYARIAH (PERSERO) TBK. CABANG BOGOR

Widhi Ariyo Bimo dan Tommy Cahya

Program Studi Keuangan dan Perbankan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Ibn Khaldun

widhi@uika-bogor.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan informasi tentang adanya produk Tabungan Haji dengan akad Mudharabah Mutlaqah Pada PT. Bank Tabungan Negara Syariah (Persero) Tbk. Cabang Bogor. Peran perbankan syariah adalah memberikan layanan yang dapat mempermudah bagi umat muslim dalam menunaikan ibadah haji. Mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim, ini merupakan peluang yang sangat besar yang seharusnya dapat dimanfaatkan oleh bank syariah. Perlu strategi pemasaran yang tepat dalam memberikan pelayanan yang baik dan bertanggungjawab.

Kata kunci: *Tabungan haji, strategi pemasaran, BTN Syariah Cabang Bogor*

Pendahuluan

Latar Belakang

Dalam kehidupan sehari-hari, ekonomi sangat diperlukan dalam memenuhi kebutuhan primer maupun sekunder, oleh karenanya ekonomi merupakan salah satu ilmu yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Selain itu, ekonomi sebagai alat untuk mengukur tingkat kemajuan dalam suatu negara, apakah keadaan ekonomi yang baik atau semakin memburuk. Namun perkembangan ekonomi di Indonesia saat ini semakin lama semakin membaik karena perekonomian di Indonesia terus menerus mengalami pertumbuhan dan perubahan, upaya pemerintah untuk melakukan reformasi struktural untuk mendorong kinerja ekonomi mulai menampilkan hasil salah satu contohnya adalah semakin meningkatnya daya beli masyarakat dan meningkatnya pendapatan masyarakat per kapitanya, ditambah lagi dengan pembangunan-pembangunan infrastruktur yang pesat,

memudahkan akses untuk ke wilayah-wilayah yang sulit terjangkau/plosok, menjadikan murah nya sembako dan bahan bakar.

Seperti yang kita ketahui bahwa perekonomian di Indonesia merupakan salah satu kekuatan ekonomi berkembang utama dunia yang terbesar di Asia Tenggara dan terbesar di Asia ketiga setelah China dan India. Ekonomi negara ini menempatkan Indonesia sebagai kekuatan ekonomi terbesar ke-16 dunia meski begitu perekonomian Indonesia tidak luput dari peran penting dari sektor Perbankan.

Pentingnya sektor perbankan dapat mengangkat perekonomian di sebuah negara tersebut oleh sebab itu masyarakat di negara maju dan berkembang sangat membutuhkan bank sebagai tempat untuk melakukan transaksi-transaksi keuangannya. Mereka menganggap bank merupakan lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan. Aktivitas

keuangan yang sering dilakukan masyarakat di negara maju dan negara berkembang antara lain aktivitas penyimpanan, deposito, simpanan giro. Selain itu bank juga dikenal sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak, uang kuliah dan pembayaran lainnya.

Namun karena secara mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim, maka hadirilah bank syariah, banyak bank syariah yang berlomba-lomba membuat berbagai macam produk-produk termasuk produk tabungan haji. ibadah haji merupakan rukun Islam yang kelima yang wajib dilaksanakan. Oleh sebab itu setiap umat Muslim wajib menunaikan ibadah haji, dengan persyaratan-persyaratan tertentu.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka penulis merumuskan permasalahan dan membatasi masalah, sebagai berikut :

- a. Bagaimana Strategi Untuk Meningkatkan Nasabah Tabungan Haji Pada PT Bank

Kajian Teori

Bank

Pengertian bank pada awal dikenalnya adalah meja tempat menukar uang. Lalu pengertian berkembang tempat penyimpanan uang dan seterusnya. Namun, semakin modernnya perkembangan dunia perbankan maka pengertian bank pun berubah pula. Secara sederhana bank di artikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatannya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa – jasa lainnya. Ada pun pengertian menurut para ahli yaitu.

Pengertian Bank Menurut Prof. G.M. Verryn Stuart ialah badan usaha yang wujudnya ialah memuaskan keperluan orang

Tabungan Negara Syariah (Persero) Tbk Cabang Bogor ?

- b. Apa Faktor Pendukung dan Penghambat Dalam Program Tabungan Haji Pada PT Bank Tabungan Negara Syariah Cabang Bogor (Persero) Tbk Cabang Bogor ?
- c. Apa Keuntungan, Fasilitas, dan Syarat Tabungan Haji Pada Program Tabungan Haji PT Bank Tabungan Negara Syariah (Persero) Tbk Cabang Bogor ?

Tujuan Penelitian

Melihat uraian rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Mengetahui Strategi Apa Yang Di lakukan Untuk Program Tabungan Haji Pada PT Bank Tabungan Negara Syariah (Persero) Tbk Cabang Bogor.
- b. Mengetahui Faktor Penghambat dan Pendukung Pada Program Tabungan Haji PT Bank Tabungan Negara Syariah (Persero) Tbk Cabang Bogor
- c. Mengetahui Keuntungan, Fasilitas, dan Syarat Tabungan Haji Pada Program Tabungan Haji PT Bank Tabungan Negara Syariah (Persero) Tbk Cabang Bogor

lain, dengan cara memberikan kredit yang berupa uang yang diterimanya dari orang lain, sekalipun dengan cara dengan menambah uang baru (kertas atau logam).

Menurut Dr. B.N. Ajuha, Pengertian Bank adalah Tempat menyalurkan modal dari mereka yang tidak dapat menggunakan secara menguntungkan kepada mereka yang dapat membuatnya dapat lebih produktif untuk dapat keuntungan masyarakat.

Pierson menyatakan Pengertian Bank yakni badan usaha yang menerima kredit namun tidak memberikan kredit. Dalam hal tersebut menurut Pierson Bank dalam operasionalnya ialah hanya bersifat pasif saja, hanya menerima titipan uang saja.

Menurutnya bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan dan deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang atau menerima segala bentuk pembayaran dan setoran seperti pembayaran listrik, telepon, air pajak, uang kuliah dan pembayaran lainnya.

Adapun pengertian bank menurut Undang-undang No.10 tahun 1998 tentang perbankan : bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank menghimpun dana masyarakat kemudian menyalurkan dananya kepada masyarakat dengan tujuan untuk mendorong peningkatan taraf hidup rakyat banyak.

Manfaat Penelitian

Manfaat dari penulisan Karya Ilmiah ini diantaranya:

a. Untuk Penulis

Dapat menambah ilmu, wawasan, dan pengalaman tentang dunia kerja yang sesungguhnya dan juga sebagai sarana belajar untuk memperdalam pengetahuan tentang produk tabungan khususnya Tabungan Haji.

b. Untuk Universitas

Karya ilmiah ini dapat di jadikan sebagai sebuah sumber ilmu mengenai Strategi Pemasaran Tabungan Haji Pada PT Bank Tabungan Negara (Persero).

c. Untuk Perusahaan

Yaitu memberikan masukan dan pendapat kepada perusahaan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan topik yang akan di bahas pada karya ilmiah ini.

Bank Syariah

Islamic Bankings atau bank islam adalah bank yang beroperasi dalam bisnis yang berlandaskan prinsip islam. Bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariat adalah

bank yang dalam beroperasinya mengikuti ketentuan – ketentuan ajaran islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara islam. Dalam operasional dan produknya, bank islam mengacu dan berlandaskan nilai dan prinsip pada ketentuan – ketentuan al-Qur'an dan Hadis. Bank Islam beroperasi dengan tidak mengandalkan bunga. Tujuan pendiriannya adalah mengarahkan umat islam untuk bermuamalah secara Islam agar terhindar dari praktek – praktek riba atau jenis – jenis usaha yang mengandung unsur penipuan.

Strategi Pemasaran

Tokoh yang memiliki andil besar dalam mempopulerkan dan memperkuat konsep-konsep untuk strategi bisnis baru muncul mulai era 1950-an yaitu Kenneth Andrews Igor Ansoff, dan Alfred Chandler, Jr. Ketiga nama tersebut dinilai sebagai pemrakarsa yang luar biasa dalam strategi bisnis. Strategi telah di definisikan dalam beberapa cara oleh penulis seperti.

Menurutnya Strategi adalah penetapan tujuan dasar jangka panjang dan sasaran perusahaan, dan penerapan serangkaian tindakan, serta alokasi sumber daya yang penting untuk melaksanakan sasaran ini.

Menurutnya Strategi adalah sekumpulan pilihan dasar atau kritismengenai tujuan dan cara dari berbisnis.

Strategi adalah arah dan cakupan organisasi secara ideal untuk jangka yang lebih panjang, yang menyesuaikan sumberdayanya dengandengan lingkungan yang berubah, dan secara khusus, dengan pasarnya, dengan pelanggan dan kliennya untuk memenuhi harapan stakeholder.

Berdasarkan keseluruhan defenisi di atas, maka strategi dapat didefenisikan sebagai sekumpulan pilihan kritis untuk perencanaan dan penerapan serangkaian rencana tindakan dan alokasi sumber daya yang penting dalam mencapai tujuan dasar dan sasaran, dengan memperhatikan keunggulan kompetitif, komperatif, dan sinergis yang ideal

berkelanjutan, sebagai arah cakupan, dan perspektif jangka panjang keseluruhan yang ideal dari individu atau organisasi.

Jenis-jenis strategi adalah sebagai berikut:

1. Strategi Integrasi
2. Strategi Intensif
3. Strategi Diversifikasi
4. Strategi Defensif

Pengertian Pemasaran

Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Hanya saja sebagian pelaku pemasaran tidak atau belum mengerti ilmu pemasaran, tetapi sebenarnya mereka telah melakukan usaha-usaha pemasaran. Hal ini terjadi karena pelaku pemasaran belum pernah belajar atau bahkan belum pernah mendengar kata-kata pemasaran. Justru kejadian seperti ini banyak terjadi di kehidupan masyarakat.

Menurut Philip Kotler pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain

Pemasaran merupakan sistem keseluruhan dari berbagai kegiatan bisnis atau usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga barang atau jasa, mempromosikannya, dan mendistribusikannya kepada konsumen dan bisa memuaskan konsumen.

Mudharabah

adalah bentuk kerja sama antara dua atau lebih pihak di mana pemilik modal (*shahibul amal*) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (*mudharib*) dengan suatu perjanjian

Pembahasan

Strategi Pemasaran Tabungan Haji Segmentasi, Targeting, Positioning, dan Marketing Mix

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BTN Syariah terlebih pada produk tabungan

di awal. Bentuk ini menegaskan kerja sama dengan kontribusi seratus persen modal dari pemilik modal dan keahlian dari pengelola.

Rukun dan Syarat Mudharabah

Rukun mudharabah Menurut ulama syafi'iyah ada 6 yaitu :

- a) Pemilik barang yang menyerahkan barang-barangnya
- b) Orang yang bekerja, yaitu mengelola harta yang diterima dari pemilik barang
- c) Akad mudharabah, dilakukan dengan pemilik dengan pengelola barang
- d) Maal, harta pokok atau modal
- e) Amal, yaitu pekerjaan pengelola harta sehingga menghasilkan laba
- f) Keuntungan.

Jenis-jenis Mudharabah

Secara umum mudharabah terbagi kepada dua jenis : mudharabah muthlaqah dan mudharabah muqayyadah

a. Mudharabah muthlaqah

Yang dimaksud dengan transaksi mudharabah muthlaqah adalah bentuk kerja sama antara shahih al-mal dan mudharib yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis.

b. Mudharabah Muqayyadah

Mudharabah Muqayyadah atau disebut juga dengan istilah restricted mudharabah/specified mudharabah adalah kebalikan dari mudharabah muthlaqah. Si mudharib dibatasi dengan batasan jenis usaha, waktu, dan tempat usaha. Adanya pembatasan ini sering kali mencerminkan kecenderungan umum si shahih al-mal dalam memasuki jenis dunia usaha.

haji dengan memfokuskan pangsa pasar yang akan di tuju dengan menggunakan strategi *segmentasi, targeting dan positioning*.

1. *Segmentasi*

Segmentasi adalah merupakan proses untuk memetakan pasar heterogen kedalam kelompok pelanggan potensial yang mempunyai kebutuhan dan keinginan yang sama dengan tujuan untuk memenangkan persaingan maka perusahaan diharapkan memberikan pelayanan yang baik, penempatan suatu wilayah dengan baik dan komunikasi yang terjalin antara perusahaan serta sebagai penyedia produk dengan pelanggan agar lebih memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

2. *Targeting*

Target Pasar adalah sebuah kelompok konsumen yang menjadi sasaran pendekatan perusahaan agar mau membeli produk yang di pasarkannya. Target pasar juga dapat diartikan sebagai sekelompok pembeli yang memiliki sifat-sifat sama yang membuat pasar berdiri sendiri. Untuk menentukan target pasar, perusahaan harus menilai secara hati-hati segmen mana yang akan dimasuki dan berapa ukurannya.

3. *Positioning*

Positioning adalah tindakan perusahaan untuk merancang produk dan bauran pemasaran agar dapat tercipta kesan tertentu diingatan konsumen/nasabah. BTN Syariah memiliki *image* yang jelas, sebuah *brand* tetap ada di hati masyarakat meskipun harus menghadapi persaingan yang ketat. Upaya untuk memperkuat brand pun turut dilakukan oleh PT BTN Syariah Tbk.

4. *Unsur – Unsur Marketing Mix*

Marketing mix atau bauran pemasaran ini merupakan serangkaian unsur – unsur pemasaran yang dapat dikuasai oleh perusahaan dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran.

Agar mencapai target pasar, diperlukan *marketing mix* karena bagian inilah yang dilihat pasar, oleh sebab itu BTN Syariah memiliki beberapa unsur - unsur dalam pemasaran adalah sebagai berikut:

- a Strategi Produk
- b Strategi Harga
- c Strategi Distribusi
- d Strategi promosi

Kesimpulan

Berdasarkan ruang lingkup masalah dan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Tabungan Haji iB BTN Syariah Cabang Bogor menggunakan strategi *Segmentasi, Targeting, Positioning*, serta *Marketing mix*.
2. Faktor Pendukung : masyarakat Indonesia mayoritas muslim serta keinginan menunaikan ibadah Haji cukup tinggi.
Faktor Penghambat : sebagian masyarakat muslim di Indonesia belum bisa menunaikan ibadah haji karena berbagai macam kendala seperti Dana, Waktu dan Kepercayaan.

3. Keuntungan, Fasilitas dan Syarat Tabungan Haji BTN iB
Bank BTN Syariah telah memudahkan calon nasabah/jama'ah dengan berbagai Keuntungan, Fasilitas dan Syarat yang mudah.
Keuntungan : seperti Setoran awal Rp 100.000, sudah online dengan Siskohat Depag, Diprioritaskan terdaftar sebagai calon Jama'ah.
Fasilitas : Bagi Hasil diberikan setiap akhir bulan, Mendapatkan Kartu Debet BTN Syariah, Bebas administrasi.
Persyaratan : Mengisi dan menandatangani formulir, memberikan (KTP/NPWP), data di daftarkan pada SISKOHAT Depag.

Daftar Pustaka

Sumber Buku :

Kasmir, Dr. 2010. Pemasaran Bank (edisi revisi). Jakarta: Rajawali Pers.

Kasmir, Dr. (edisi revisi). 2014. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Jakarta: Rajawali Pers.

Ikatan Bankir Indonesia. 2014. Mengelola Kualitas Layanan Perbankan. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Kotler, Philip. Kevin Lane Keller. 2017. Manajemen Pemasaran (Edisi Kedua Belas Jilid 1). PT INDEKS

Sumber Internet :

<https://www.digitaltrainingcenter.id/peran-digital-banking-untuk-konsumen/> (Di akses 09 Mei 2018, 11:26)

<http://www.btn.co.id/corporate/BTN-Info/Tentang-Kami/Visi-Misi> (Di akses 23 Juni 2018, 16:53)

<http://www.btn.co.id/corporate/BTN-Info/Tentang-Kami/Struktur-Organisasi> (Di akses 23 Juni 2018, 16:55)

<http://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Panduan-Penyelenggaraan-Digital-Branch-oleh-Bank-Umum.aspx> (Di akses 23 Juni 2018, 19:08)

<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/01/15/051617226/btn-syariah-luncurkan-aplikasi-perbankan-digital-khusus-santri>. (Di akses 23 Juni 2018, 19:19)

<https://fayruzrahma.wordpress.com/2017/03/07/ragam-layanan-perbankan-digital-di-indonesia/> (Di akses 10 mei 2018, 11:32)