

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Konteks Penelitian

Indonesia merupakan negara yang sebagian besar masyarakatnya menganut agama Islam. Tetapi meskipun begitu tidak menjadikan Indonesia sebagai negara Islam dimana ketentuan-ketentuan Syariah menjadi dasar pembentukan hukum. Segala kebutuhan masyarakat Indonesia juga tidak lepas dari hukum termasuk masalah keuangan. Sudah menjadi tugas lembaga keuangan untuk membantu masyarakat umum dalam mengelola keuangan mereka. Bank misalnya, adanya bank yang menjalankan aktivitas dalam bidang keuangan menjadikan bank sebagai sarana dalam mengelola keuangan masyarakat. Dengan sebagian besar penduduk yang mayoritas Islam maka lembaga keuangan bank sekarang tidak hanya berbasis konvensional tetapi juga berbasis syariah.

Bank adalah sebuah lembaga intermediasi keuangan umumnya didirikan dengan kewenangan untuk menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan menerbitkan promes atau yang dikenal sebagai banknote.<sup>1</sup>

Sedangkan Bank syariah sendiri resmi diperkenalkan kepada masyarakat Indonesia pada tahun 1992, diikuti dengan berlakunya UU No. 7 Tahun 1992 mengenai perbankan. Tidak hanya itu undang-undang tersebut juga diartikan dalam berbagai ketentuan lainnya termasuk memberikan peluang beroperasinya prinsip syariah dalam perbankan di

---

<sup>1</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/Bank> diakses pada 20 September 2018

Indonesia. Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan fungsi perantara (*intermediary*) dalam penghimpunan dana masyarakat serta menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat sesuai prinsip-prinsip syariah.<sup>2</sup>

Bank syariah yang semua kegiatan dan produknya berbasis pada prinsip syariah menjadikan bank syariah berbeda dengan bank konvensional yang lebih mengarah pada keuntungan bank melalui bunga yang telah ditentukan oleh bank sendiri, tetapi tidak dengan bank syariah yang keuntungannya diperoleh menggunakan sistem bagi hasil. Dan itu yang membuat bank syariah mengalami perkembangan yang pesat meskipun saat ini belum bisa dikatakan bank syariah mengalahkan bank konvensional karena pengetahuan mengenai aturan dan ketentuan bank syariah yang belum dimengerti oleh masyarakat awam.

Bank syariah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal tersebut terlihat dengan semakin banyaknya bank-bank umum yang mulai beralih menjadi bank syariah dan hampir seluruh bank umum yang ada di Indonesia pada saat ini sudah mempunyai produk bank yang proses pengelolaan dananya berdasarkan prinsip syari'ah. Dengan begitu, bank syari'ah diharuskan memiliki strategi pemasaran yang jitu. Dalam melakukan pemasaran, bank memiliki beberapa sasaran yang hendak dicapai, nilai penting pemasaran bank terletak dari tujuan yang ingin dicapai tersebut seperti dalam hal meningkatkan mutu pelayanan dan

---

<sup>2</sup>M.Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoretis Praktis* (Bandung,CV Pustaka Setia,2012), hlm 99

menyediakan ragam produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah.<sup>3</sup>

Karena strategi pemasaran merupakan hal yang paling mendasar dari kegiatan pemasaran, serta strategi pemasaran tidak pernah lepas dengan dari bauran pemasaran 4P yaitu *produk, place, price, dan promotion*.<sup>4</sup> Dari empat strategi pemasaran tersebut, *promotion* atau promosi adalah salah satu strategi pemasaran yang digunakan dalam suatu bisnis. Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan.<sup>5</sup>

Banyak perubahan yang terjadi pada awal adanya bank syariah hingga sekarang mulai dari produk, nasabah hingga cara bank syariah dalam menarik nasabah mereka. Setiap bank pasti memiliki cara dan strategi promosi sendiri dalam menarik nasabah dan mempertahankan nasabah bank itu sendiri. Salah satu upaya yang dilakukan suatu bank yaitu adanya suatu produk yang dikeluarkan dengan menuruti keinginan pasar. Produk sendiri menurut Philip Kotler, Produk adalah suatu yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli,

---

<sup>3</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT RajaGrafindoPersada, Cet. 9, 2010), 170-171

<sup>4</sup>Sutisna, *Perilaku Konsumendan Komunikasi Pemasaran*. (Bandung PT. RemajaRosdakarya, 2002), 9.

<sup>5</sup> Alma Buchari, *Manajemen Pemasarandan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2004), 179

untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.<sup>6</sup>

Suatu produk yang dikeluarkan oleh bank tidak serta merta hanya dibuat begitu saja tanpa diawasi perkembangannya, tetapi setiap bank mengeluarkan suatu produk akan dilihat setiap pergerakan melalui tahapan-tahapan yang ada supaya produk yang telah dikeluarkan itu bertahan untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Mulai dari memperkenalkan dan menjelaskan produk pada nasabah, lalu pengembangannya hingga menjaga eksistensinya dan memberikan peningkatan pada penjualan produk tersebut.

Produk yang ditawarkan oleh bank syariah hampir sama dengan bank konvensional pada umumnya yang membedakan adalah prinsip yang digunakan. Secara garis besar, produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah terbagi menjadi tiga bagian besar, yaitu produk penghimpunan dana (*funding*), produk penyaluran dana (*financing*), dan produk jasa (*service*).<sup>7</sup>

Produk penghimpunan dana meliputi: tabungan, deposito dan giro. Sedangkan produk penyaluran dana terdiri atas: pembiayaan dengan prinsip jual beli, pembiayaan dengan prinsip sewa, pembiayaan dengan prinsip bagi hasil dan pembiayaan dengan akad pelengkap. Dan produk jasa meliputi: Sharf dan Wadi'ah.

Demi menjaga eksistensinya, maka bank harus mengeluarkan terobosan baru guna menarik perhatian para nasabah, salah satunya pada

---

<sup>6</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi, (Jakarta: Erlangga, 1988), Edisi Keenam, h. 54.

<sup>7</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoretis Praktis* (Bandung, CV Pustaka Setia, 2012), hlm

produk penghimpunan dana berupa tabungan maupun deposito. Sebagai salah satu unit Lembaga Keuangan Syariah yang bergerak secara khusus melayani jasa perbankan berbasis non ribawi bagi nasabahnya. Dimana promosi sebuah produk harus dikemas secara ringkas dan menarik untuk dapat menjadi suatu pertimbangan dalam keputusan nasabah memilih suatu produk pada bank. Keputusan nasabah Keputusan nasabah merupakan tindakan-tindakan dan hubungan sosial yang dilakukan oleh nasabah perorangan, kelompok organisasi untuk menilai, memperoleh dan menggunakan barang-barang serta jasa melalui pertukaran atau pembelian yang diawali dengan proses pengambilan keputusan yang menentukan tindakan-tindakan tersebut.<sup>8</sup> Maka dari itu sudah tugas bank dalam menyuguhkan inovasi baru agar dapat menarik dan mempertahankan nasabah.

PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Kediri telah memperkenalkan berbagai variasi produk tabungan dengan berbagai kegiatan promosi yang diterapkan. Selain melakukan kegiatan promosi, perbankan syariah dalam melakukan kegiatan operasionalnya menggunakan strategi program pemberian hadiah bagi nasabah. Pemberian hadiah tidak hanya untuk mempertahankan nasabah lama tetapi juga untuk menarik nasabah baru supaya menabung pada bank tersebut.

Salah satu produk tabungan PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Kediri yang menggunakan strategi pemberian hadiah adalah Tabungan BNI iB Hasanah dan Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah. Tabungan BNI iB

---

<sup>8</sup>Maliyah, *Jurnal Hukum Bisnis Islam*, (Surabaya:Jurusan Muamalah Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel Surabaya,2011), hlm, 24

Hasanah ini merupakan tabungan syariah yang dapat dibuka oleh siapa saja. Akad yang digunakan yaitu Mudharabah yang memberikan kemudahan kepada nasabah dalam menabung menggunakan mata uang Rupiah. Sedangkan Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah merupakan simpanan dalam bentuk mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah muthlaqoh.<sup>9</sup>

Pemberian Hadiah langsung sendiri secara umum merupakan hadiah yang diberikan kepada nasabah baru maupun eksisting yang melakukan pembukaan rekening tabungan pada Tabungan BNI iB Hasanah dan Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah. Hadiah adalah pemberian yang bersifat tidak mengikat dan bertujuan agar nasabah loyal kepada Lembaga keuangan Syariah.

Program tersebut adalah program unggulan BNI Syariah dengan pemberian hadiah langsung kepada nasabah baru atau eksisting dengan menempatkan dana *fresh fund* di rekening Tabungan BNI iB Hasanah dan Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah atau pemindahan dana deposito minimal sebesar Rp 25.000.000,- dan diblokir selama jangka waktu 6 (enam) atau 12 (dua belas) bulan.<sup>10</sup>

Program ini memberikan keuntungan nasabah akan menerima hadiah langsung di awal dan nasabah dapat memilih sendiri hadiahnya dalam bentuk barang yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan nasabah. Besarnya hadiah tergantung pada besarnya nominal yang di tabungkan dan lamanya jangka waktu dana yang diendapkan.

---

<sup>9</sup>Ahmad Ifham, *Ini Loh Bank Syariah Mmenahami Bank Syariah dengan Mudah*,(Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama,2015), hlm. 80

<sup>10</sup>[www.bnisyariah.co.id](http://www.bnisyariah.co.id) diakses pada tanggal 4 Oktober 2018 pukul 09:34 WIB

Program Pilih Hasanahmu, sistem pemberian hadiah secara langsung sebagai rewardnya sudah memberikan kontribusi yang baik bagi bank BNI Syariah Kantor Cabang Kediri terbukti dengan masih berjalannya program ini selama 3 tahun tetapi sudah berhasil menarik nasabah hampir 12 nasabah pada tahun 2018 ini, meskipun sedikit tetapi hasil ini membuktikan bahwa nasabah loyal kepada BNI Syariah Kantor Cabang Kediri.<sup>11</sup>

BNI Syariah Kantor Cabang Kediri melakukan pelayanan kepada nasabah dengan sistem syariah melalui produk jasa yang berbasis syariah. Peneliti memilih BNI Syariah Cabang Kediri karena BNI Syariah Cabang Kediri mulai beroperasi pada tahun 2007 memiliki sekitar ratusan ribu nasabah dan telah menerapkan sistem hadiah langsung ini sejak tahun 2015 diterapkan serentak di seluruh kantor cabang BNI Syariah lainnya di seluruh Indonesia.

Bank BNI adalah sebuah institusi bank milik pemerintah, dalam hal ini adalah perusahaan BUMN, di Indonesia. Bank ini semula bernama Unit Usaha Syariah Bank Negara Indonesia yang merupakan anak perusahaan PT BNI, Persero, Tbk. Sejak 2009. Pada tahun 2010 Unit Usaha BNI Syariah berubah menjadi bank umum syariah dengan nama PT Bank BNI Syariah.<sup>12</sup> BNI syariah telah memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah berupa dana tabungan dan pembiayaan serta pelayanan yang lainnya sesuai dengan keinginan konsumen atau nasabah untuk membantu pengambilan keputusan nasabah.

---

<sup>11</sup>Karyawan BNI Syariah Kantor Cabang Kediri

<sup>12</sup>[https://id.wikipedia.org/wiki/Bank\\_BNI\\_Syariah](https://id.wikipedia.org/wiki/Bank_BNI_Syariah) diakses pada tanggal 5 Oktober 2018

Dengan adanya program pemberian hadiah, BNI Syariah mampu meningkatkan Dana Pihak Ketiga BNI Syariah sudah mencapai Rp.35,82 Triliun atau tumbuh 20,82% pada tahun 2018. Komposisi DPK tersebut didominasi oleh dana murah (Giro dan Tabungan) yang mencapai 55,82%. Komposisi dana murah ini juga meningkat jika dibanding dengan tahun sebelumnya (51.60%). Pada tahun 2018 BNI Syariah sudah meraih 57 Penghargaan diantaranya 3 penghargaan Internasional semua itu tidak lepas dari kepercayaan *stakeholders* atas kinerja BNI Syariah.<sup>13</sup>

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik melakukan penelitian tentang peran hadiah langsung dalam keputusan nasabah memilih program pilih hasanahmu di BNI Syariah Cabang Kediri dilihat dari dengan judul skripsi:

**“PERAN PEMBERIAN HADIAH LANGSUNG TERHADAP  
KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PROGRAM PILIH  
HASANAHMU DI BNI SYARIAH KANTOR CABANG KEDIRI”**

**B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme dan kegunaan pemberian hadiah langsung pada program “Pilih Hasanahmu” pada bank BNI Syariah Kantor Cabang Kediri?

---

<sup>13</sup> [www.bnisyariah.co.id](http://www.bnisyariah.co.id) diakses pada tanggal 12 Juni 2019 pukul 09:34 WIB



2. Bagaimana Peran Pemberian Hadiah Langsung terhadap keputusan nasabah memilih program “Pilih Hasanahmu” pada bank BNI Syariah Kantor Cabang Kediri?

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui :

1. Mengetahui mekanisme dan kegunaan pemberian hadiah langsung pada program “Pilih Hasanahmu” pada bank BNI Syariah Kantor Cabang Kediri.
2. Mengetahui bagaimana peran hadiah langsung terhadap keputusan Kediri nasabah memilih program “Pilih Hasanahmu” pada bank BNI Syariah Kantor Cabang Kediri.

### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Bagi Peneliti

Hasil peneliti diharapkan dapat memberi pengetahuan dan pengalaman dalam melakukan penelitian ilmiah sebagai penerapan ilmu yang didapat semasa kuliah.

2. Kegunaan Teoritis

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menambah kontribusi ilmu pengetahuan dan pengalaman tentang produk perbankan syariah.

3. Kegunaan Praktis

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi lembaga keuangan khususnya berkenaan dengan pelaksanaan program tersebut yang berdasarkan pada prinsip syariah.

## E. Telaah Pustaka

1. Tri Warita (2011) dengan judul “Pemberian Hadiah Pada Program Tabungan Muamalat Berbagi Rejeki Menurut Perspektif Ekonomi Islam”. Dengan tujuan Untuk mengetahui bagaimana analisis terhadap motivasi, kriteria dan yang meliputi motivasi dan kriteria serta respon nasabah, yang meliputi motivasi, kriteria dan yang meliputi motivasi dan kriteria serta respon nasabah dan juga hukum hadiah tersebut. Hasil penelitian yang mana Program Tabungan Muamalat Berbagi Rejeki merupakan undian berhadiah, tinjauan ekonomi Islam tentang hal ini banyak para mufti yang berbeda pendapat. Menurut Yusuf Qhardhawi hadiah-hadiah yang bertujuan sebagai motivasi dan mengajak kepada ilmu pengetahuan dan amal sholeh, hal semacam ini diperbolehkan dalam syara’. Bentuk hadiah seperti ini adalah disediakan kepada orang-orang yang memenuhi syarat-syarat tertentu. Apabila ada orang yang telah memenuhi syarat sesuai dengan panitia khusus, maka ia berhak mendapatkan hadiah tersebut. Dari itu, pemberian hadiah pada Program Tabungan Muamalat Berbagi Rejeki yang dilaksanakan oleh PT. Bank Muamalat Tbk Cabang Pekanbaru diperbolehkan syara’ sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Yusuf Qhardhawi, karena salah satu tujuan dari program tersebut untuk memotivaasi nasabah dalam menabung dan untuk ucapan terimakasih atas hubungan kerjasama kemitraan.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup>Tri Warita, “Pemberian Hadiah Pada Program Tabungan Muamalat Berbagi Rejeki Menurut Perspektif Ekonomi Islam” (Riau:2011).

2. Akhla Karunia (2014) dengan judul “Analisis Pemberian Hadiah dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas nasabah di Bank BNI Syari’ah KCP Ngagel Surabaya”. Dengan tujuan untuk mengetahui peran pemberian hadiah dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah di BNI Syari’ah KCP Ngagel Surabaya. Hasil penelitian bahwa Program pemberian hadiah di BNI Syariah Cabang Pembantu Ngagel Surabaya mempunyai peran yang penting dalam meningkatkan loyalitas nasabah.<sup>15</sup>
3. Rizky Purnomo (2015) dengan judul “Konsep Hadiah dalam Akad Wadiah di Bank Syariah (Perspektif Fatwa DSN-MUI No: 86/DSN-MUI/XII/2012)”. Dengan tujuan untuk mengetahui konsep hadiah yang diterapkan oleh Bank Syariah terutama pada akad wadiah berdasarkan fatwa DSN-MUI No: 86/DSN-MUI/XII/2012) tentang Hadiah dalam penghimpunan dana Lembaga Keuangan Syariah. Dengan hasil penelitian menyatakan bahwa pemberian hadiah pada Lembaga Keuangan Syariah atau Bank Syariah diperbolehkan selama tidak diperjanjikan, tidak menjurus kepada praktik riba terselubung dan juga tidak merugikan salah satu pihak. Pada intinya harus sesuai dengan syariat Islam, tetapi ada beberapa lembaga keuangan syariah yang masih belum sesuai dengan Fatwa yang ditetapkan oleh DSN-MUI No: 86/DSN-

---

<sup>15</sup>Akhla Karunia, “Analisis Pemberian Hadiah dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas nasabah di Bank BNI Syari’ah KCP Ngagel Surabaya”:(Surabaya:2014).

MUI/XII/2012), konsep yang dilakukan masih sama dengan konsep yang diterapkan oleh lembaga keuangan konvensional.<sup>16</sup>

Dari beberapa penelitian sebelumnya tentang pemberian hadiah ditarik kesimpulan bahwa mereka sama-sama fokus pada konsep, mekanisme dan juga penerapan bahkan hukum mengenai pemberian hadiah. Yang membedakan penelitian ini dengan yang sebelumnya tentu pada Objek atau tempat penelitiannya, dan fokus yang diambil di skripsi ini adalah tentang pemberian hadiah secara langsung tidak melalui undian maupun kupon yang menjadi peran dalam keputusan nasabah mengambil suatu produk. Tetapi tidak lepas dari penelitian sebelumnya sebagai acuan pembuatan skripsi ini.

---

<sup>16</sup>Rizky Purnomo, "*Konsep Hadiah dalam Akad Wadiah di Bank Syariah (Perspektif Fatwa DSN-MUI No: 86/DSN-MUI/XII/2012)*" (Bandar Lampung:2015).