

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama yang menjadi rahmat bagi alam semesta. Oleh karena itu, sifat dari ajaran Islam adalah komprehensif dan universal. Komprehensif berarti syariah Islam merangkum seluruh aspek kehidupan, baik ritual (ibadah) maupun sosial (*mu'āmalah*) dan universal bermakna syariah Islam dapat diterapkan dalam setiap waktu dan tempat sampai hari akhir nanti.¹ Semua aspek kehidupan manusia tidak luput dari aturan Islam, termasuk disini mengenai hubungan manusia dengan manusia salah satunya dalam melakukan transaksi ekonomi (*mu'āmalah*). Kegiatan ekonomi yang dilakukan sudah semestinya mendasarkan pada kaidah-kaidah hukum, dan hukum yang dimaksud disini adalah hukum ekonomi Islam.

Mendasarkan pada ketentuan hukum Islam diharapkan perbuatan manusia sebagai hamba Allah akan selalu berorientasi kepada jalan kebenaran. Begitu pula dalam hal kegiatan bermu'āmalah, meskipun hubungan sesama manusia itu bersifat keduniaan, namun nilai-nilai trasendental (*illāhiyyah*) tidak mungkin dapat dipisahkan. Kenyataan ini membuktikan bahwa sesama manusia di dunia saat ini mempunyai konsekuensi di hari akhir, sesuai dengan pertanggungjawaban amal perbuatan masing-masing. Begitu pula dalam

¹Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm. 8.

kehidupan ekonomi dan dalam dunia perbankan sesuai dengan firman Allah swt. Dalam Q.S. *Al-Mudāsir*/74: 38.

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ

“Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya”.²

Wacana sistem ekonomi Islam diawali dengan konsep ekonomi dan bisnis *non ribawi*. Pada sekarang ini, terkesan bahwa ekonomi Islam itu identik dengan konsep keuangan dan perbankan, kecenderungan ini dipengaruhi oleh petunjuk dari Alquran dan hadis yang dilihat dan menjadi pusat perhatian utama para ulama dan cendikiawan muslim yakni transaksi *non ribawi*.³ Larangan adanya praktik yang mengandung riba ini sudah sangat jelas terdapat dalam Q.S. *Al-Baqarah*/2: 275.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُنَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba),

²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, jilid x (Jakarta: Lentera Abadi, 2010), hlm. 430.

³Adiwarman Karim, *Hukum Perbankan Syariah di Indonesia* Cet. 1 (Yogyakarta: UII Press, 2008), hlm. 2.

Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”.⁴

Bank Syariah yang secara konstitusional diakui di Indonesia sejak 1992 dengan berlakunya Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Untuk pengembangan selanjutnya, terbit pula Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 yang memberi peluang lebih luas bagi perbankan syariah, termasuk pemberian kesempatan kepada bank umum konvensional untuk membuka kantor cabang khusus unit syariah.⁵

Perkembangan yang paling signifikan dibidang perbankan syariah terjadi pada tahun 2008 dengan lahirnya Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Dalam Undang-Undang tersebut dijelaskan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melakukan kegiatan usahanya.⁶ Undang-Undang ini dikeluarkan untuk mengantisipasi tantangan sistem keuangan yang semakin maju dan kompleks dalam mempersiapkan infrastruktur memasuki era globalisasi. Selain itu, dikeluarkannya Undang-Undang ini dimaksudkan sejalan dengan tujuan pembangunan nasional untuk mencapai terciptanya masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan demokrasi ekonomi dengan

⁴Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, jilid I (Jakarta: Lentera Abadi, 2010), hlm. 420.

⁵Hamka Haq, *ISLAM Rahmah untuk Bangsa* (Jakarta: PT. Wahana Semesta Intermedia, 2009), hlm. 97.

⁶Republik Indonesia, “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 tentang Bank Indonesia & Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, cet 1 (Bandung: Citra Umbara, 2011), hlm. 140.

mengembangkan sistem ekonomi berlandaskan nilai keadilan kebersamaan, pemerataan sesuai dengan prinsip syariah.⁷

Pengesahan Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah telah mendorong bertambahnya jumlah Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia. Hal tersebut terlihat dari bertambahnya jumlah BUS yang semula hanya 3 (tiga) sampai tahun 2008, menjadi 11 (sebelas) pada akhir tahun 2010. Kondisi tersebut membawa konsekuensi pada semakin tajamnya persaingan di antara BUS. Persaingan yang semakin tajam menuntut suatu keputusan yang tepat harus didukung oleh perencanaan yang baik sebagai dasar operasional dan pencapaian keuntungan yang diharapkan.⁸

Kondisi seperti di atas membuat persaingan untuk merebut konsumen semakin ketat dan diperlukan strategi yang baik untuk menyiasati hal tersebut dan salah satu strategi yang dapat dijalankan adalah strategi promosi.

Upaya memperkenalkan produk kepada konsumen merupakan awal dari kegiatan promosi. Promosi tidak hanya sebatas memperkenalkan produk kepada konsumen saja, akan tetapi harus dilanjutkan dengan upaya untuk mempengaruhi agar konsumen tersebut menjadi senang dan kemudian membeli produknya.⁹

Promosi dalam suatu bank merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank

⁷Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2009), hlm. 7.

⁸Adiwarman Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), cet ke-3, hlm. 18.

⁹Masrinah, "Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Perumahan di Kota Citra Grha" (Skripsi, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri Antasari, Banjarmasin, 2014), hlm. 4-5.

adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata nasabah.¹⁰

PT. BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Pasar Baru merupakan salah satu kantor cabang pembantu dari PT. BRI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin yang berlokasi di Jl. Pasar Baru, Komp. Pasar Baru Permai Blok E/6 Kel. Kertak Baru Ilir Banjarmasin. Bank tersebut mulai beroperasi pada 04 April 2013. Sesuai dengan tempat beroperasinya maka sasaran utama dari bank adalah para nasabah yang mempunyai usaha disekitar pasar. Kebanyakan para nasabah yang ada disekitar pasar tersebut lebih banyak tertarik dengan produk pembiayaan dibandingkan dengan produk lain, hal ini dikarenakan produk pembiayaan tersebut akan digunakan para nasabah untuk menambah modal usaha.¹¹

Berhadapan dengan dunia perbankan, pasti ada yang namanya pesaing. Oleh karena itu, PT. BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Pasar Baru harus lebih giat dalam memperkenalkan dan mempromosikan produk terutama produk pembiayaan yang lebih dari bank lain yang berada disekitar lokasi. Bank lain yang juga beroperasi disana antara lain, Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Danamon, Panin Bank, Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Central Asia (BCA), Bank Tabungan Negara (BTN), Bank Mandiri, Bank

¹⁰M. Nur Rianto Al arief, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 170.

¹¹Imelda Safitri, Account Officer di PT. BRI Syariah KCP Pasar Baru wawancara pribadi hari Kamis, 14 Januari 2016.

Mega, Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN), Bank Muamalat dan Bank Syariah Mandiri (BSM).

Berawal dari latar belakang di atas maka dalam kesempatan ini, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dan mempelajari masalah ini secara lebih mendalam dalam bentuk penelitian dan menuangkannya kedalam sebuah karya ilmiah yang berjudul **“Strategi Promosi Pembiayaan Sebagai Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Pasar Baru Di Kota Banjarmasin”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka terdapat beberapa hal yang menjadi poin penting untuk dikaji lebih mendalam. Oleh karena itu, dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana strategi promosi pembiayaan sebagai upaya peningkatan jumlah nasabah pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Pasar Baru di kota Banjarmasin?
2. Bagaimana kendala-kendala yang ada terkait dengan strategi promosi pembiayaan sebagai upaya peningkatan jumlah nasabah pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Pasar Baru di kota Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi promosi pembiayaan sebagai upaya peningkatan jumlah nasabah pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Pasar Baru di kota Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui kendala-kendala yang ada terkait dengan strategi promosi pembiayaan sebagai upaya peningkatan jumlah nasabah pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Pasar Baru di kota Banjarmasin.

D. Signifikansi Penelitian

Setelah menyelesaikan penelitian ini, maka harapan penulis penelitian ini memberikan manfaat untuk:

1. Bahan kajian pustaka yang ingin mengadakan penelitian lebih mendalam mengenai masalah ini dari sudut pandang yang berbeda dan dapat dijadikan referensi perpustakaan IAIN Antasari Banjarmasin.
2. Bahan masukan bagi PT. BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Pasar Baru.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam mengartikan judul yang akan diteliti dan kekeliruan dalam memahami tujuan penelitian, maka perlu adanya definisi operasional agar lebih terarahnya penelitian ini, yaitu:

1. Strategi adalah suatu pendekatan pokok suatu perusahaan untuk mencapai sasaran.¹² Strategi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah cara bank dalam memasarkan produk pembiayaan.
2. Promosi merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produknya dan meyakini konsumen agar mau melakukan tindakan pembelian.¹³ Promosi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh PT. BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Pasar Baru di Kota Banjarmasin dalam mengenalkan produk pembiayaan kepada masyarakat.
3. Pembiayaan adalah menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan biaya.¹⁴ Maksudnya di sini adalah biaya ataupun dana yang disalurkan atau dipinjamkan pihak bank kepada nasabah yang memerlukan dana.
4. Nasabah merupakan konsumen dari pelayanan jasa perbankan.¹⁵ Maksudnya adalah masyarakat yang menggunakan jasa perbankan khususnya produk pembiayaan.
5. Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang kelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana untuk

¹²Wimardi, *Kamus Ekonomi (Inggris-Indonesia)* (Bandung: CV. Mandar Maju, 1996), hlm.81.

¹³Husein Umar, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), hlm. 31.

¹⁴Tim Penyusun Kamus Pusat dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)* edisi 3 (Jakarta: Balai Pustaka, 2003), hlm. 111.

¹⁵Muhammad Djumhana, *Hukum Perbankan di Indonesia* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), hlm. 282.

kegiatan usaha maupun kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam.¹⁶ Bank Syariah yang dimaksud dari penulis adalah PT. BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Pasar Baru di Kota Banjarmasin.

F. Kajian Pustaka

Untuk memperjelas permasalahan yang penulis angkat, maka diperlukan kajian pustaka untuk membedakan penelitian yang telah ada. Penelitian yang dimaksud, antara lain yaitu:

Maulika Ervina (1101160217) yang meneliti mengenai "*Persepsi Nasabah Terhadap Sistem Jemput Bola Pada BMT Darussalam Kecamatan Seruyan Hilir Kalimantan Tengah*". Penelitian ini membahas tentang bagaimana persepsi nasabah terhadap salah satu strategi promosi dari BMT Darussalam yaitu sistem jemput bola. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah penulis meneliti secara menyeluruh strategi promosi bukan salah satunya saja.

Samiatul Husna (1101150128) yang meneliti mengenai "*Strategi Pemasaran Citra Sasirangan Dalam Mempertahankan Kesuksesan*". Penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh CV. Citra Sasirangan dalam rangka mempertahankan kesuksesan. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah penulis meneliti salah satu dari strategi pemasaran yaitu strategi promosi.

Masrinah (1101150113) yang meneliti mengenai "*Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Perumahan Di Kota Citra Grha*". Penelitian

¹⁶Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta: PT. Sinar Grafika, 2008), hlm. 1.

ini membahas tentang strategi promosi dalam rangka meningkatkan jumlah penjualan perumahan di Kota Citra Grha. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah perbedaan lokasi penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Penelitian saudara Masrinah dilakukan pada perusahaan yang bergerak di bidang pakaian sedangkan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu pada perusahaan lembaga keuangan.

Tuti Hasanah (0601157332) yang meneliti mengenai "*Strategi Pemasaran Produk Kumpulan PT. Asuransi Syariah Mubarakah Banjarmasin*". Penelitian ini membahas mengenai strategi pemasaran produk kumpulan pada PT. Asuransi Syariah Mubarakah. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah penelitian saudara Tuti Hasanah dilakukan pada lembaga non keuangan sedangkan penelitian yang dilakukan penulis yaitu pada lembaga keuangan.

Nida Amelia (0701158001) yang meneliti mengenai "*Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Bank BRI Syariah Cabang Banjarmasin*". Penelitian ini membahas mengenai strategi pemasaran produk yang ada pada BRI Syariah cabang Banjarmasin. Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah meskipun sama-sama meneliti pada tempat yang hampir sama tetapi perbedaan terletak pada apa yang akan diteliti. Penelitian saudara Nida Amelia yaitu pada produk Gadai Emas sedangkan penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu pada produk pembiayaan.

Dari beberapa kajian pustaka di atas terdapat ruang lingkup pembahasan yang berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan penulis, perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah selain

dilakukan di tempat dan lokasi yang berbeda, maksud dan tujuan penulis juga berbeda meskipun pada dasarnya berhubungan dengan strategi promosi. Perbedaan juga terletak dalam latar belakang masalah yang penulis angkat. Dalam penelitian ini penulis akan meneliti tentang **“Strategi Promosi Pembiayaan Sebagai Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Pasar Baru Di Kota Banjarmasin”**.

G. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab yang disusun secara sistematis dengan susunan sebagai berikut:

Bab pertama merupakan pendahuluan, dalam bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kajian pustaka dan sistematika penulisan. Latar belakang masalah yang menguraikan alasan mengangkat judul skripsi dan gambaran atau penjelasan dari permasalahan yang akan diteliti. Permasalahan yang sudah tergambarakan akan dirumuskan dalam bentuk rumusan masalah dan tujuan dari penelitian tersebut untuk mengetahui apa yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah. Definisi operasional dirumuskan untuk membatasi istilah-istilah dalam judul penelitian yang bermakna umum. Kajian pustaka disajikan sebagai informasi adanya tulisan atau penelitian dari aspek lain yang mempunyai perbedaan dengan penelitian yang dilakukan. Adapun sistematika penulisan yaitu susunan skripsi secara keseluruhan.

Bab kedua merupakan landasan teoritis, dalam bab ini membahas teori-teori tentang strategi pemasaran dan promosi, yang akan dijadikan

penulis sebagai tolak ukur penyajian data yang ditemukan dalam penelitian dan pedoman data.

Bab ketiga merupakan metode penelitian, dalam bab ini terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data yang berisi tentang data apa saja yang diperlukan dan sumber datanya, untuk proses pengumpulannya maka dituangkan pada teknik pengumpulan dan pengolahan data, setelah semua data terkumpul kemudian data itu dianalisis yang prosesnya dituangkan pada teknik analisis data.

Bab keempat merupakan laporan penelitian, dalam bab ini berisi laporan hasil penelitian dari gambaran umum lokasi tentang pemaparan umum, PT. BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Pasar Baru, penyajian data dan analisis data.

Bab kelima merupakan penutup, dalam bab ini berisikan simpulan dan saran-saran. Simpulan adalah jawaban atas permasalahan yang ada sedangkan saran-saran adalah masukan-masukan yang bermanfaat berkenaan dengan penelitian.