

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam memandang bahwa bumi dan segala isinya merupakan amanah Allah SWT kepada manusia agar dipergunakan sebaik-baiknya bagi kesejahteraan bersama, untuk kehidupan di dunia menuju kehidupan di akhirat. Untuk mencapai tujuan suci ini, manusia diwajibkan beribadah kepada Allah SWT semata. Sebagaimana Firman Allah SWT. pada QS. adz-Dzariyaat ayat 56 yang berbunyi:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ .

Artinya: “Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya menyembah-Ku.”¹

Ayat ini menegaskan bahwa setiap makhluk, baik jin ataupun manusia untuk merendahkan diri dan tunduk kepada-Nya, menerima apa yang ditakdirkan, dan diberi rezeki sama dengan apa yang telah Ia tentukan. Tak seorangpun yang dapat memberikan manfaat atau mendatangkan mudharat karena semuanya adalah dengan kehendak Allah SWT.²

Berdasarkan penjelasan ayat di atas sudah dapat kita simpulkan bahwa semua manusia wajib beribadah kepada Allah SWT, baik itu ibadah wajib maupun ibadah sunat yang sudah diberikan petunjuk oleh Allah SWT melalui para Rasul-Nya.

¹ Departemen Agama RI, *Alqur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: CV Naladana, 2004), h. 756

² Departemen Agama RI, *Alqur'an dan Terjemahnya Jilid IX*, (Jakarta: CV Darmapala, 1976), h. 519

Petunjuk tersebut meliputi segala sesuatu yang dibutuhkan manusia, baik aqidah, akhlak maupun syariah.

”Syariah Islam merangkum seluruh aspek kehidupan, baik ritual (ibadah) maupun sosial (muamalah). Ibadah diperlukan untuk menjaga ketaatan dan keharmonisan hubungan manusia dengan Khaliqnya. Manusia sebagai khalifah-Nya di muka bumi ini. Adapun muamalah adalah ketantuan-ketentuan yang mengatur hubungan manusia dengan manusia, baik hubungan pribadi maupun antara perorangan dengan masyarakat dalam kehidupan sosial”.³

Muardi Chatib dalam bukunya *Bunga Bank Dalam Pandangan Ulama dan Cendekiawan Muslim* mengatakan :

”Muamalah sangat terkait dengan perekonomian. Untuk itu harus ada yang mengatur sistem perekonomian tersebut, di antaranya tentang pengaturan keuangan. Institusi yang melaksanakan pengaturan keuangan ini dinamakan dengan *Bank*. Dalam tata laksana keuangan, bank ini ada yang disebut dengan bank konvensional yaitu lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa lalu lintas pembayaran dan peredaran uang”.⁴

Selain itu juga ada yang disebut dengan bank syariah, yaitu lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan layanan jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang yang operasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam dan mengikuti tata cara bermuamalah secara Islam”.⁵

Pada tahun 1992 secara resmi bank syariah diperkenalkan kepada masyarakat umum dengan diberlakukannya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Namun bank syariah mulai berkembang pesat sejak diberlakukannya Undang-Undang nomor 10 Tahun 1998 yang memberikan peluang lebih luas kepada

³ Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Hukum Muamalah*, (Yogyakarta: UII Press, 2002), h. 13.

⁴ Muardi Chatih, *Bunga Bank Dalam Pandangan Ulama dan Cendekiawan Muslim* (Jakarta: Tim Muzakarah Perpustakaan PP Muhammadiyah, t. th), h. 54.

⁵ Warkum Sumitro, *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-lembaga yang Terkait BMI dan Takaful di Indonesia*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, t. th), h. 5.

bank syariah untuk menjalankan usahanya, termasuk pemberian kesempatan kepada bank konvensional untuk membuka kantor cabang yang khusus melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.

Bank ini hadir sebagai bank yang mengkombinasikan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani Islam yang melandasi operasinya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank BRI Syariah sebagai alternatif jasa perbankan di Indonesia. Bank BRI Syariah mempunyai tujuan, yaitu mengembangkan ideologi informasi yang diarahkan kepada peningkatan layanan nasabah dan penyediaan sistem informasi manajemen yang handal. Maka seiring dengan perkembangan tersebut, Bank BRI Cabang Syariah Banjarmasin ikut merealisasikan serta mempromosikan beberapa produk yang akan ditawarkan, seperti :

1. Simpanan

- Tabungan Mudharabah ;
- Deposito Mudharabah;;
- Tabungan Haji;
- Giro Wadiah;
- Tabungan Britama Syariah.

2. Pembiayaan

- Murabahah;
- Mudharabah;
- Musyarakah;

Berdasarkan latar belakang kondisi ekonomi yang morat-marit serta dukungan berbagai pihak khususnya pemerintah telah memberi ruang gerak yang cepat pada gerakan ekonomi Islam, khususnya lembaga keuangan syariah (perbankan syariah). Namun dari kuantitas dan kualitas pengelolaannya masih jauh kekurangan. Mencermati keadaan tersebut, maka lembaga pendidikan sebagai bagian dari *agen of development* diharapkan selalu responsif terhadap perkembangan keilmuan dan keislaman, utamanya yang berkaitan dengan masalah muamalah atau ekonomi. Oleh karena itu, harus disusun strategi pemasaran yang komprehensif.⁶

Kegiatan pemasaran ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk/jasa.⁷ Tugas pemasaran adalah merubah kebutuhan menjadi peluang yang menguntungkan.⁸

Usaha untuk menghadapi persaingan yang ada, maka perusahaan menempuh kebijakan yang salah satunya adalah dengan melakukan promosi. Kegiatan promosi merupakan kegiatan yang penting bagi suatu perusahaan dalam usahanya untuk mengenalkan produk yang ditawarkannya, memberi pengetahuan dan menyakinkan masyarakat tertarik dengan produk tersebut.⁹

Bagi perusahaan syariah, untuk komponen tawaran (*offer*), produk dan harga haruslah didasari dengan nilai kejujuran dan keadilan sesuai dengan prinsip-prinsip

⁶ Ahmad Azhar Basyir, *Op.Cit*, hal. 1

⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2004), h.168

⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, (Yogyakarta: Andi, 2002), hal. 1

⁹ Didih Suryadi, *Promosi Efektif Menggugah Minat dan Loyalitas Pelanggan*, (Yogyakarta: Tugu Publiser, 2006), hal. 25

syariah. Kualitas produk yang diberikan harus sesuai dengan yang ditawarkan. Jadi, sangat dilarang jika perusahaan menyembunyikan kecacatan dari produk yang mereka tawarkan. Sedangkan dalam menentukan harga, perusahaan haruslah mengutamakan nilai keadilan. Jika kualitas produknya bagus, harganya tentu bisa tinggi. Sebaliknya, jika seseorang telah mengetahui keburukan yang ada di balik produk yang ditawarkan, harganya pun harus disesuaikan dengan kondisi produk tersebut.¹⁰

Komponen akses (*access*) sangat berpengaruh terhadap bagaimana usaha dari perusahaan dalam menjual produk dan harganya. Promosi bagi perusahaan yang berlandaskan syariah haruslah menggambarkan secara riil apa yang ditawarkan dari produk-produk atau servis-servis perusahaan tersebut. Promosi yang tidak sesuai dengan kualitas atau kompetensi, contohnya promosi yang menampilkan imajinasi yang terlalu tinggi bagi konsumennya, adalah termasuk dalam praktik penipuan dan kebohongan. Karena itu, promosi seperti itu sangat dilarang dalam *syariah marketing*. Dalam menentukan *places* atau saluran distribusi, perusahaan harus mengutamakan tempat-tempat sesuai dengan *target market* sehingga dapat efektif dan efisien. Sehingga pada intinya, dalam menentukan *marketing-mix*, proses integrasi terhadap *offer* dan *access*, harus didasari oleh prinsip-prinsip keadilan dan kejujuran.¹¹

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai kebijakan promosi yang dilakukan oleh Bank BRI Cabang

¹⁰ Hermawan Kartajaya dan M. Syakirsula, *Syariah Marketing*, (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), hal. 178

¹¹ *Ibid*

Syariah Banjarmasin yang kemudian akan dituangkan ke dalam sebuah skripsi yang berjudul **”KEBIJAKAN PROMOSI BANK BRI CABANG SYARIAH BANJARMASIN”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, antara lain sebagai berikut :

1. Bagaimana cara Bank BRI Cabang Syariah Banjarmasin dalam melakukan kebijakan promosi terhadap produk-produk yang ditawarkan kepada masyarakat?
2. Apa saja keunggulan kebijakan promosi yang dilakukan Bank BRI Cabang Syariah Banjarmasin?
3. Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap kebijakan promosi yang dilakukan oleh Bank BRI Cabang Syariah Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui bagaimana cara Bank BRI Cabang Syariah Banjarmasin dalam melakukan kebijakan promosi terhadap produk-produk yang ditawarkan kepada masyarakat.
2. Mengetahui keunggulan-keunggulan kebijakan promosi yang dilakukan Bank BRI Cabang Syariah Banjarmasin.

3. Mengetahui tinjauan etika bisnis Islam terhadap kebijakan promosi yang dilakukan oleh Bank BRI Cabang Syariah Banjarmasin.

D. Signifikansi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berguna untuk:

1. Memberikan gambaran tentang pentingnya kebijakan promosi yang harus dilakukan oleh setiap perbankan dalam menghadapi persaingan.
2. Memberikan gambaran kebijakan promosi yang tepat untuk diterapkan Bank BRI Cabang Syariah Banjarmasin guna menambah jumlah nasabah.
3. Menambah khazanah literatur perpustakaan syariah pada khususnya dan perpustakaan pusat IAIN Antasari Banjarmasin pada umumnya.

E. Definisi Operasional

Untuk memperjelas maksud dan tujuan skripsi ini, maka penulis mendefinisikannya sebagai berikut:

1. Kebijakan ialah kepandaian atau kemahiran.¹²
2. *“Promotion is communication information between seller and potential buyer or others in the channel to influence attitudes behavior. The marketing manger’s main promotion job is to tell target costumer that right product is avalible at the right place at the right price“.* Promosi adalah saluran informasi komunikasi antara penjual dan pembeli potensial untuk mempengaruhi tingkah laku pekerjaan promosi yang utama dari manajer

¹² Poerwadarminta, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2006), Ed. Ke-3, h. 157

pemasaran adalah memberitahukan kepada konsumen bahwa produk yang tepat berada pada harga dan tempat yang tepat.¹³

Secara sederhana, promosi dapat diartikan sebagai upaya menyampaikan pesan tentang hal yang kurang dikenal sehingga menjadi lebih dikenal oleh publik.¹⁴

3. Kebijakan promosi adalah keahlian pemasar dengan menggunakan akal budinya untuk menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produknya dan membujuk konsumen sasaran agar membelinya.¹⁵
4. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak.¹⁶
5. Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariat Islam.¹⁷

Jadi yang dimaksud penulis dalam skripsi ini adalah bagaimana cara Bank BRI Cabang Syariah Banjarmasin dalam melakukan kebijakan promosi untuk mengenalkan produk-produknya kepada masyarakat sehingga masyarakat tertarik untuk menggunakan produk-produk tersebut.

¹³ William D. Derreault, (*“et.al”*), *Basic Marketing A Global Managerial Approach*, (New York: Mc Graw-Hill Comaries Inc, 2002), hal. 392

¹⁴ Didih Suryadi, *Op. Cit.*, hal. 61

¹⁵ Tim P3B (Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa), *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), cet. ke- 3, h. 115

¹⁶ Dewi Astuti, *Manajemen Keuangan Perusahaan*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), Cet.1, h. 43

¹⁷ Warkom Sumitro, *Loc. Cit.*

F. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelaahan terhadap beberapa penelitian terdahulu yang penulis lakukan dengan masalah analisis kebijakan promosi Bank BRI Cabang Syariah Banjarmasin, maka telah ditemukan penelitian sebelumnya yang mengkaji tentang promosi penjualan rumah pada PT Bumi Alam Persada dalam meningkatkan angka penjualannya. Antara lain dilakukan melalui: iklan surat kabar, iklan televisi, pameran perumahan, brosur, mengadakan kegiatan-kegiatan keagamaan. Sedangkan tinjauan ekonomi Islam yang dilakukan adalah semua bentuk muamalah (bisnis) boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya. Proses pemasaran dan promosi yang dilakukan oleh PT Bumi Alam Persada dalam proses pembangunan rumah, penawaran dalam bentuk promosi yang dilakukan, maupun proses penjualannya oleh Nortaibah (0301155813). Namun demikian, ditemukan substansi yang berbeda dengan persoalan yang penulis temukan.

Berkaitan dengan hal tersebut di atas, permasalahan yang akan penulis angkat dalam penelitian ini adalah cara Bank BRI Cabang Syariah Banjarmasin dalam melakukan kebijakan promosi terhadap produk-produk yang ditawarkan kepada masyarakat, keunggulan-keunggulan kebijakan yang dilakukan Bank BRI Cabang Syariah Banjarmasin serta tinjauan etika bisnis Islam terhadap kebijakan promosi yang dilakukan Bank BRI Cabang Syariah Banjarmasin serta

Dengan demikian terdapat pokok permasalahan yang sangat berbeda antara penelitian yang telah penulis kemukakan di atas dengan persoalan yang akan penulis teliti.

G. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi yang penulis lakukan ini terdiri dari lima bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

Bab Satu merupakan kerangka dalam melakukan penelitian yang terdiri dari pendahuluan yang berisikan gambaran secara umum tentang permasalahan yang akan diteliti dalam latar belakang. Dan untuk mencapai tujuan yang diinginkan dalam penelitian ini yang nantinya akan dibahas pada bab empat maka perlu dibuat tujuan penelitian. Serta agar terarahnya tujuan penelitian seperti yang diinginkan, maka dibuatlah rumusan masalah. Dalam rangka melakukan penelitian harus ada suatu tujuan dan kegunaan dari penelitian tersebut, maka dari itu perlu adanya signifikansi penelitian. Kemudian agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam mengartikan istilah-istilah yang dipakai dalam penelitian, maka harus dibuat defnisi operasional, pada bagian berikutnya terdapat kajian pustaka, yaitu penelaahan terhadap penelitian terdahulu. Pada bagian terakhir yaitu sistematika penulisan.

Bab Dua landasan teori, penulis menyajikan teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dikemukakan pada bab pendahuluan di atas, yakni berisikan pengertian pemasaran, pengertian promosi, tujuan promosi, bentuk-bentuk promosi, langkah-langkah dalam pemilihan media, strategi promosi bank syariah, kiat-kiat khusus pemasaran bank Islam serta teori etika bisnis Islam tentang promosi.

Bab Tiga adalah metode atau cara melakukan penelitian untuk mempermudah dalam melakukan penelitian, maka perlu dibuat jenis, Pendekatan dan Lokasi penelitian. Dalam melakukan penelitian agar tepat sasaran apa yang ingin dicapai, maka perlu adanya subjek dan objek penelitian. Data dan sumber data sangat

diperlukan dalam penelitian ini agar hasil dari penelitian ini menjadi jelas dan valid. Dalam mengumpulkan data harus ada suatu cara agar dapat terkumpul dengan akurat dan efektif, maka itu perlu adanya teknik pengumpulan data dan agar data yang terkumpul nantinya harus lengkap dan jelas, maka dibuatlah teknik pengolahan dan analisa data. Kemudian dalam melakukan penelitian harus ada jenjang-jenjang atau tahapan-tahapan yang dimasukkan dalam prosedur penelitian.

Bab Empat adalah bab yang memuat penyajian data dan analisis, yang terdiri dari gambaran perusahaan, cara Bank BRI Cabang Syariah Banjarmasin dalam melakukan kebijakan promosi terhadap produk-produk yang ditawarkan kepada masyarakat, keunggulan-keunggulan kebijakan promosi yang dilakukan Bank BRI Cabang Syariah Banjarmasin, serta tinjauan etika bisnis Islam terhadap terhadap kebijakan promosi yang dilakukan oleh Bank BRI Cabang Syariah Banjarmasin.

Bab Lima merupakan bab penutup yang berisikan tentang jawaban terhadap permasalahan tentang isi dan inti dari isi skripsi ini secara keseluruhan yang akan dimuat dalam simpulan, agar lengkapnya skripsi ini sebagai rekomendasi kepada pihak-pihak yang terkait dalam permasalahan ini perlu adanya saran.