BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai umat yang beragama Islam pada dasarnya agama membuka peluang kepada siapapun untuk mengembangkan usaha dibidang perekonomian, lebih-lebih menyangkut hajat utama umat islam. Sebab islam menginginkan penganutnya maju dan berkembang, tidak hidup didalam kemiskinan, dan saling tolong menolong dalam memenuhi kehidupan satu dengan yang lainnya. Seperti yang difirmankan Allah taala:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

> Artinya: "Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung." (QS. Jumu'ah: 10).[1]

Kenyataan dalam hidup sehari-hari, kebutuhan yang diperlukan tidak cukup hanya keperluan rohani saja, manusia juga membutuhkan keperluan jasmani. Seperti makan, minum, pakaian, tempat tinggal dan sebagainya. Untuk memenuhi kebutuhannya tersebut, dia harus berhubungan dengan secara ekonomi dengan sesamanya dan alam sekitarnya atau bisnis.[2]

---

[1] Departemen Agama RI, *Al-quran dan Terjemahnya* (Jakarta:Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-quran, 1996),hlm.553.

[2]Musthafa Husni Ash-Shibai, *Kehidupan Sosial Menurut Islam,* terj, M. Abda'i Ritomi. (Semarang: Diponegoro, 1981), hlm 20.

Paradigma baru yang berkembang pada masa krisis ekonomi tahun 1997 dan 1998 adalah perlu dikembangkannya ekonomi kerakyatan dimana pertumbuhan ekonomi didorong dari bawah. Hal ini berarti diperlukannya alokasi sumber daya untuk membangkitkan golongan ekonomi lemah dan koperasi. Tingkat bunga yang sangat tinggi pada masa krisis sampai 65% setahun jelas tidak mendukung ekonomi kerakyatan. Oleh karena itu diperlukan perangkat lembaga keuangan baru yang tentunya bukan berupa bunga. Karena itu pada dekade sekarang ini telah banyak bank-bank syariah yang menawarkan produk-produknya baik itu produk yang *tabarru'* ataupun yang *tijārah*. Wajar jika banyak perspektif negatif yang ditujukan masyarakat awam kepada bank syariah. Salah satu produk dalam perbankan syariah yaitu pembiayaan mudarabah. Sepintas memang ada kemiripan antara pembiayaan mudarabah di bank syariah dan kredit peminjaman uang/modal di bank konvensional. Hanya saja jika di bank konvensional menerapkan sistem bunga maka di bank syariah di ubah dengan istilah bagi hasil.Bank syariah mempunyai produk-produk yang beragam. Berbeda dengan bank konvensional yang hanya berfokus pada produk tabungan, deposito dan giro, serta penyaluran kredit seperti KPR.

Dalam UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang No 7 Tahun 1992 tentang perbankan disebutkan beberapa teknik finansial tersebut, yaitu mudarabah, musyarakah, *murābaḥah*, ijarah, dan *ijārah wa iqtinā*'. Dalam surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No. 32/34/KEP/DIR tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Umum Berdasarkan Prinsip Syariah, selain transaksi-transaksi yang disebut dalam Undang-undang No. 10 Tahun 1998 itu, disebutkan

pula beberapa jenis transaksi yang lain, yaitu *hiwālah, istiṣnā', kafālah, qarḍ, qarḍul hasan, rahn, ṣarf, wadi'ah, wadi'ah yaḍ amānah, wadi'ah yad ḍamanah, wakalah* dan kartu debit berdasarkan prinsip upah.[3]

Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin[4] adalah salah satu Bank Syariah yang ada di Banjarmasin. Produk yang ditawarkan oleh Bank BNI Syariah KC Banjarmasin pun bervariasi disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat seperti halnya produk simpanan seperti Giro Wadiah, Tabungan Mudharabah (Tabungan Syariah Plus), Tabungan Haji Mudarabah, Deposito Mudarabah, Pembiayaan mudarabah, *murābaḥah*, dan musyarakah.

Jasa-jasa perbankan Islam yang terkait dengan jasa pembiayaan yang ditawarkan oleh Bank BNI Syariah KC Banjarmasin, salah satunya adalah pembiayaan mudarabah. Pembiayaan mudarabah ini merupakan jasa pembiayaan dengan mengambil bentuk akad kerjasama antara dua pihak dimana pihak pertama menyediakan seluruh modal (100%) sedangkan pihak lain menjadi pengelola. Keuntungan usaha mudarabah dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak kerugian ditanggung oleh pemodal selama kerugian tidak akibat kelalaian pengelola.

Dalam melakukan kegiatan perekonomian seseorang dianjurkan bekerjasama dengan satu dan lainnya dalam berbisnis atau membangun usaha. Dalam usaha atau perusahaan tersebut pasti diperlukan yang namanya pemasaran. Sebelum itu kita harus mengetahui apa arti pemasaran. Pemasaran dapat diartikan fungsi bisnis yang mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan

[3]Abdullah Jayadi., *Beberapa Aspek Tentang Perbankan Syariah*,(Mitra Pustaka), hlm 38.

[4] Selanjutnya penulis akan menulis Bank BNI Syariah KC Banjarmasin.

(*customer*), menentukan pasar sasaran yang paling dapat dilayani dengan baik oleh perusahaan, dan merancang produk jasa, dan program yang tepat untuk melayani pasar tersebut. Akan tetapi, pemasaran tidak sekedar sebuah fungsi bisnis yang terpisah dari yang lain pemasaran merupakan sebuah falsafah yang menjadi pedoman seluruh perusahaan.

Dalam sebuah perusahaan atau suatu bisnis tentulah mempunyai tujuan atau target yang harus dicapai. Selain keuntungan pasti ada kerugian yang didapat dalam menjalankan suatu usaha atau berbisnis. Maka dari itu dalam pemasaran harus memiliki tujuan untuk memajukan bisnis atau usaha tersebut. Diantaranya tujuan pemasaran adalah menciptakan kepuasan pelanggan, dengan membangun hubungan timbal-balik yang menguntungkan dengan pelanggan. Departemen pemasaran tidak dapat mencapai tujuan ini sendirian.

Departemen pemasaran harus bekerjasama dengan departemen-departemen lain dalam perusahaaan, dan bermitra dengan perusahaan lain melalui seluruh sistemnya, agar menghasilkan nilai yang terbaik bagi pelanggan. Jadi, pemasaran mengajak setiap orang dalam perusahaan untuk memikirkan pelanggan dan melakukan apa saja untuk membantu menciptakan dan memberikan nilai dan kepuasan tertinggi bagi pelanggan. Pemasaran ada disekekliling kita semua harus mengetahuinya. Pemasaran tidak hanya digunakan oleh perusahaan manufaktur, pedagang besar, dan pedagang eceran, tetapi oleh setiap jenis individu dan organisasi termasuk dalam perbankan.[5]

[5]Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, terj, Damos Sihombing, (Jakarta, Erlangga, 2001), hlm. xi.

Dunia perbankan sendiri terdapat strategi-strategi dalam pemasaran tentunya saja dalam bank syariah yang ada di Banjarmasin, tidak dipungkiri bahwa strategi pemasaran yang dilakukan bank syariah sedikit banyaknya sama dengan bank konvensional namun pasti ada perbedaan yang memedakan antara cara bank syariah dan bank konvensional dalam memasarkan produk-produknya. Dalam memasarkan produk-produk suatu bank tentunya bank syariah yang perlu diperhatikan dalam melakukan pemasaran adalah menganalisis lingkungan pemasaran. Para pemasar dapat memperbaiki dan menyesuaikan strategi-strategi pemasaran dengan tantangan dan peluang baru menarik calon nasabah. Selain daripada itu menganalisis perilaku calon nasabah juga sangat perlu karena itu bisa menunjang keefektifan kita untuk menawarkan suatu produk terhadap calon nasabah tersebut. Perhatian utama pemasar adalah sumber informasi utama yang akan dicari nasabah dan kepentingan relatifnya terhadap keputusan pembelian sesudahnya. Sumber-sumber informasi konsumen antara lain:

1. Sumber komersial: iklan, tenaga penjual.
2. Sumber umum: media masa.
3. Sumber pengalaman: penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk.

Pemasaran harus ada yang namanya *Relationship Marketing* yang merupakan upaya menarik, mempertahankan dan meningkatkan hubungan pelanggan. Mind set pemasaran adalah menarik pelanggan baru, merupakan langkah pertama dalam proses pemasaran.[6]

[6]Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, Jacky Mussry, *Pemasaran Jasa,* (Erlangga Jakarta, 2012), hlm 165.

Dalam melakukan pemasaran pun tidak sedikit pula hambatan yang harus dihadapi terutama dalam hal memasarkan produknya, rendahnya pemahaman masyarakat terhadap sistem perbankan syariah merupakan kendala eksternal yang dihadapi Bank BNI Syariah KC Banjarmasin. Masyarakat umum masih memerlukan keterangan dan penjelasan mengenai seluruh aspek lembaga keuangan dengan prinsip syariah, terutama fasilitas dan produk yang dapat dimanfaatkan oleh calon nasabah.

Agar dapat menarik minat para calon nasabah Bank BNI Syariah KC Banjarmasin harus mampu meyakinkan masyarakat bahwa produk pembiayaan mudarabah lebih memberikan keuntungan dibandingkan produk tabungan di bank lainnya, karena berhasil atau tidaknya proses proses pemasaran ini sangat bergantung pada cara atau strategi komunikasi perusahaan dalam memasarkan produknya.

Berdasarkan Latar Belakang tersebut saya tertarik untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul "STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN MUDARABAH PADA BANK BNI SYARIAH KANTOR CABANG BANJARMASIN". Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi yang diterapkan pada Bank BNI Syariah KC Banjarmasin, karena pembiayaan mudarabah sendiri cenderung beresiko tinggi. Pada awalnya peneliti ingin meneliti judul ini pada lokasi bank lain, dikarenakan pada bank yang awal mulanya dituju itu tidak ada produk pembiayaan mudarabah maka peneliti berpindah lokasi ke Bank BNI Syariah KC Banjarmasin.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah

1. Bagaimana gambaran strategi pemasaran pembiayaan mudarabah yang ada di Bank BNI Syariah KC Banjarmasin, dan
2. apa kendala pemasaran pembiayaan mudarabah pada Bank BNI Syariah KC Banjarmasin.

C. Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran strategi dalam memasarkan suatu produk pada Bank BNI Syariah KC Banjarmasin yaitu pembiayaan mudarabah dan mengetahui kendala yang dihadapi Bank BNI Syariah KC Banjarmasin untuk memasarkan produk pembiayaan mudarabah.

D. Signifikansi Penulisan

Adapun signifikansi penulisan di sini adalah:

1. Bagi penulis supaya mengkaji lebih dalam tentang bagaimana pemasaran harus di lakukan sesuai dengan langkah-langkah yang ditentukan. Dan menambah pengetahuan serta wawasan sebagai bentuk implementasi teori yang didapat di bangku kuliah dengan realita yang ada serta dapat memberikan sumbangan pemikiran mengenai strategi pemasaran produk pembiayaan mudarabah.

2. Bagi Bank BNI Syariah KC Banjarmasin, peneliti diharapkan dapat memberi masukan positif demi kemajuan dan kelangsungan pemasaran pada produk pembiayaan mudarabah. Serta dapat memberikan pembelajaran terhadap penulis guna menunjang pengalaman penulis untuk lebih mengetahui tentang ilmu dari strategi pemasaran pada bank.
3. Bagi masyarakat dengan penelitian ini masyarakat diharapkan dapat mengenal lebih jauh produk yang ada di Bank BNI Syariah KC Banjarmasin.
4. Bagi Jurusan Perbankan Syariah sebagai tambahan referensi dan informasi bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan mudarabah.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Strategi adalah ilmu siasat perang atau tipu muslihat untuk mencapai maksud tertentu.[7] Strategi yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu cara pihak pemasar dalam memasarkan produk-produknya khususnya produk pembiayaan mudarabah.
2. Pemasaran adalah proses, cara, perbuatan memasarkan suatu barang dagangan.[8] Pemasaran yang dimaksud dalam penelitian ini adalah suatu kegiatan pihak Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam memperkenalkan produk pembiayaan mudarabah yang dikeluarkannya.

---

[7]Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia,* cet 3 (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hlm. 1146.

[8]*Ibid*, hlm. 834.

3. Pembiayaan adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga.[9] Pembiayaan yang dimaksud disini adalah pembiayaan mudarabah yang ada pada Bank BNI Syariah KC Banjarmasin.
4. Mudarabah adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (shahibul mal) menyediakan seluruh(100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola.[10]
5. Bank BNI Syariah KC Bnjarmasin berlokasi di Jl. Jend. Ahmad Yani Km.4 No.385, Kebun Bunga, Kec. Banjarmasin Timur, Kalimantan Selatan.

F. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini kajian pustaka sangat diperlukan untuk menghindari penelitian yang sama dengan penelitian yang akan diteliti. Oleh karena itu penulis melakukan penelaahan terhadap penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan pembiayaan mudarabah. Namun demikian, ditemukan substansi yang berbeda dengan persoalan yang penulis angkat, penelitian yang dimaksud yaitu:

1. "Strategi Pembiayaan Murabahah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP A. Yani Banjarmasin" oleh saudari Fitrianti (1206111445). Masalah yang

---

[9]M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: ALFABETA, 2010), hlm.42.

[10]Abdullah Jayadi., *Beberapa Aspek Tentang Perbankan Syariah,* Mitra Pustaka, hlm 39.

diteliti juga meliputi tentang strategi namun penelitian yang diteliti oleh saudari Fitrianti ini lebih menekankan bagaimana cara Bank Syariah Mandiri memasarkan produk murabahah. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah jenis pembiayaan yang dilakukan. Penulis meneliti tentang pembiayaan akad mudarabah sedangkan saudari Fitrianti meneliti tentang akad *murābaḥah*. Sedangkan persamaannya terletak pada jenis penelitian, yaitu penelitian kualitatif.

2. "Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Faedah IB pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Pasar Baru Banjarmasin" oleh saudari Anita Purwandari (1206111442) masalah yang diteliti oleh saudari Anita Purwandari adalah mengenai analisis strategi pemasaran. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah tempat penelitiannya berbeda, dimana penulis melakukan penelitian di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Barkah Gemadana Banjarmasin, sedangkan saudari Anita Purwandari melakukan penelitian di PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor cabang pembantu Pasar Baru Banjarmasin.
3. "Strategi Meminimalisasi Terjadinya Asimetri Informasi Pembiayaan Mudharabah pada BMT Ahsanu Amala Sekumpul" oleh Saudara Sujarno (0601157359). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi meminimalisasi terjadinya asimetri informasi pembiayaan mudarabah di Baitul Maal Wat Tamwil. Dengan jenis penelitian kualitatif. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah

tempat penelitian dan masalah yang diteliti. Sedangkan persamaannya terletak pada jenis penelitian, yaitu penelitian kualitatif. Meskipun demikian penulis dapat menjadiakn contoh analisis ini sebagai kajian pustaka pada penelitian yang penulis teliti.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah mencari laporan penelitian ini perlu adanya sistematika penulisan. Tugas akhir ini terbagi dalam lima bab yang tersusun secara sistematis, tiap-tiap bab memuat pembahasan yang berbeda-berbeda, tetapi merupakan satu kesatuan yang saling berhubungan, secara sistematika penulisan tugas akhir ini berisikan lima bab adalah sebagai berikut:

Bab pertama yang berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, telaah pustaka, dan sistematika penulisan. Semua disusun sesuai dengan teori serta permasalahan yang ada, dan data yang didapat sesuai dengan data yang ada dilapangan.

Bab kedua yaitu berisikan tentang landasan teori, pada bab ini akan dijabarkan masalah-masalah yang akan berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan juga sumber informasi dari penelitian sebelumnya.

Bab ketiga yaitu mode penelitian merupakan metode yang dipergunakan untuk menggali data yang diperlukan yang terdiri dari jenis, sifat, dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian dan data sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan serta prosedur penelitian.

Bab keempat yaitu merupakan bab yang berisikan laporan hasil penelitian yang terdiri dari gambaran umum lokasi penelitian, penyajian data dan analisis data.

Di akhir adalah bab kelima, pada bab ini penulis memberikan simpulan terhadap permasalahan yang telah dibahas dalam uraian sebelumnya, selanjutnya akan dikemukakan beberapa saran yang dirasa perlu.