

BABI

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya bank-bank syariah di Negara-negara Islam berpengaruh ke Indonesia. pada awal periode 1980-an, diskusi mengenai bank syariah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan. Para tokoh yang terlibat dalam kajian tersebut adalah Karnaen A. Perwataatmadja, M. Dawam Rahardjo, A.M. Saefuddin, M. Amin Rais, dan lain-lain. Beberapa uji coba pada skala yang relative terbatas telah diwujudkan. Diantaranya adalah baitut Tanwil – Salman, Bandung, yang sempat tumbuh mengesankan. Di Jakarta juga dibentuk lembaga serupa dalam bentuk koperasi, yakni Koperasi Ridho Gusti.

Akan tetapi, prakarsa lebih khusus untuk mendirikan bank Islam di Indonesia baru dilakukan pada awal 1990. Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 18-20 Agustus 1990 menyelenggarakan Lokakarya Bunga Bank lebih mendalam pada Musyawarah Nasional IV MUI yang berlangsung di hotel Sahid Jaya Jakarta, 22-25 Agustus 1990. Berdasarkan amanat Munas IV MUI, dibentuk kelompok kerja untuk mendirikan bank Islam di Indonesia¹.

Saat ini keberadaan bank syariah di Indonesia telah di atur dalam Undang-undang yaitu UU No. 10 tahun 1998 tentang Perubahan UU No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan serta lebih spesifiknya pada Peraturan Pemerintah NO 72 tahun

¹Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah: dari Teori ke Praktik* Jakarta: Gema Insani, 2001, hal. 25

1992 tentang Bank Berdasarkan Rinsip Bagi Hasil.² Peluang tersebut ternyata disambut antusias oleh masyarakat perbankan. Sejumlah bank mulai memberikan pelatihan dalam bidang perbankan syariah bagi para stafnya. Sebagian bank tersebut ingin menjajaki untuk membuka divisi atau cabang syariah dalam institusinya. Sebagian lainnya bahkan berencana mengkonversi diri sepenuhnya menjadi bank syariah. Hal demikian diantisipasi oleh Bank Indonesia dengan mengadakan “Pelatihan Perbankan Syariah” bagi para pejabat Bank Indonesia dari segenap bagian, terutama aparat yang berkaitan langsung seperti DPNP (Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan), kredit, pengawasan, akuntansi, riset, dan moneter.³

Kemunculan bank-bank dan lembaga keuangan Islam sebagai organisasi baru, relative menimbulkan tantangan baru terutama mengenalkan produk-produk yang ada dalam lembaga keuangan Islam seperti Perbankan Syariah Indonesia. Penyajian informasi dan promosi produk yang ada di bank. Inilah salah satu tantangan perbankan ini yang dihadapi untuk mengajak masyarakat menabung di bank tersebut. Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan.

Dalam hal itu penulis ingin mengetahui bagaimana BNI Syariah mempromosikan produknya kepada masyarakat. Saat ini perkembangan Bank Syariah di Indonesia cukup pesat dengan munculnya Undang-Undang Perbankan

²<http://www.sinarharapan.co.id/ekonomi/Keuangan/2005/0103/keu2.html>

³ Muhammad Syafi’I Antonio, *Op. Cit*, hal. 26

Syariah. Banyak bank umum membuka UUS kemudian menjadi Bank Umum Syariah. Dengan persaingan yang banyak dengan competitor sesama perbankan syariah juga dengan perbankan konvensional yang sudah lama berdiri di Indonesia. Bank BNI Syariah Semarang, Bank Syari'ah, dan Lembaga-lembaga Keuangan Syari'ah lainnya lahir untuk memperkenalkan dan memberikan produk-produk perbankan yang berlandaskan syari'ah dengan skala yang lebih besar dengan bank umum yang lainnya.

Pada akad murabahah BNI Syari'ah menggunakan sistem jual beli, dimana penjualan barang kepada nasabah dilakukan atas dasar cost-plus profit. Dalam akad murabahah pihak BNI Syari'ah selaku penjual menyebutkan harga pembelian barang kepada nasabah sebagai pihak pembeli yang kemudian mensyaratkan atas laba dalam jumlah tertentu sesuai kesepakatan bersama.⁴

Di BNI SYARIAH Cabang Semarang juga mempunyai berbagai macam produk pembiayaan untuk menunjang kebutuhan masyarakat dalam mengajukan pembiayaan. Produk tersebut diharapkan dapat memfasilitasi untuk memenuhi keinginan masyarakat supaya dapat memenuhi kebutuhan barang untuk digunakannya dan mengembangkan usaha menjadi maju dari sebelumnya. Produk itu adalah sebagai berikut: Pembiayaan Griya iB Hasanah, Pembiayaan Oto iB Hasanah, Pembiayaan Multiguna iB Hasanah, Pembiayaan iB Fleksi Hasanah dan Pembiayaan Produktif.

Penulis berkonsentrasi terhadap pemasaran Pembiayaan Oto iB Hasanah di Bank BNI Syariah Cabang Semarang. Hal ini untuk mengetahui perkembangan pemasaran dari pembiayaan itu. Sehingga penulis juga dapat mengetahui strategi

⁴ Wiroso, *Jual Beli Murabahah*, Yogyakarta: UII Press, 2005, Hal. 24

pemasaran produk mereka terutama yang difokuskan pada produk Pembiayaan Oto iB Hasanah. Perkembangan produk ini tidak begitu baik dengan produk pembiayaan lainnya seperti pembiayaan Griya dan pembiayaan haji. Dengan demikian penulis dapat mengetahui kendala apa yang di hadapi dalam memasarkan produk dari pembiayaan Oto.

Dari uraian diatas, peneliti tertarik pada produk pembiayaan dengan akad murabahah yang ada di BNI Syari'ah cabang Semarang, sehingga penulis mengambil judul tentang “STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN OTO iB HASANAH DI BNI SYARIAH CABANG SEMARANG”. Disini penulis bermaksud mengetahui prosedur pemberian pembiayaan pada akad Murabahah serta simulasi penghitungan angsurannya.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini penulis mencoba merumuskan persoalan dalam bentuk pertanyaan:

1. Bagaimana strategi pemasaran pembiayaan Oto iB Hasanah di BNI Syariah Cabang Semarang ?
2. Kendala-kendala apa saja yang dihadapi dalam memasarkan produk pembiayaan Oto iB Hasanah ?

1.3 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan dari penulisan antara lain:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran pembiayaan Oto iB Hasanah di BNI Syari'ah cabang Semarang.

2. Untuk mengetahui kendala-kendala dalam pemasaran Pembiayaan Oto iB Hasanah di BNI Syariah Cabang Semarang.

1.4 Manfaat Penulisan

Adapun manfaat yang bisa diambil antara lain:

1. Secara teoritis, penelitian ini dapat menambah informasi, tentang pembiayaan Oto iB Hasanah dengan akad murabahah, sehingga penulis mengetahui strategi pembiayaan Oto iB Hasanah di BNI Syari'ah.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan perbandingan antara teori yang di dapat ketika masa kuliah dan praktek aplikasi langsung dalam per magangan di BNI Syari'ah.

1.5 Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan penulis gunakan adalah jenis penelitian lapangan (field research), yaitu research yang dilakukan di kancah atau medan terjadinya gejala-gejala.⁵ Dengan tempat penelitian di BNI Syari'ah cabang Semarang.

2. Sumber Data

- a. Data Primer, adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian yang mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari.⁵ Dalam hal ini data yang diambil langsung dari BNI Syari'ah cabang Semarang.

⁵ Husain Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000, hlm. 83

b. Data Sekunder, adalah data yang diperoleh lewat pihak lain. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah ada.⁶ Dalam hal ini data yang diperoleh dari beberapa buku, di antaranya: Teknik Perhitungan Bagi Hasil di Bank Syariah, Jual-beli murabahah, dan lain-lain.

3. Metode Pengumpulan Data

a. Metode Dokumentasi

Adalah mencari data tentang hal-hal yang berkaitan dalam pembahasan dalam penelitian ini, yang berupa arsip-arsip dan pedoman umum kegiatan operasional PT. BNI Syari'ah (persero) Tbk.

b. Observasi

Metode observasi adalah pengamatan terhadap suatu objek dengan menggunakan indera, baik langsung maupun tidak langsung (dengan alat bantu).⁷ Observasi yang dilakukan penulis dengan mengamati secara langsung Strategi Pemasaran Pembiayaan Oto iB Hasanah di BNI Syari'ah cabang Semarang.

c. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab sepihak antara pewawancara dengan koresponden.⁸ Di sini penulis mewawancarai beberapa karyawan BNI Syari'ah mengenai Pembiayaan Oto iB Hasanah.

1.6 Metode Analisis Data

⁶ Ibid, hlm. 83

⁷ Husain Umar, *Research in Finance and Banking*, hlm. 116

⁸ Saifiddin Anwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: PT. Pustaka Pelajar 2001, hlm. 125

Dalam penelitian ini Penulis menggunakan metode deskriptif analisis, yaitu suatu metode penelitian bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang subjek penelitian berdasarkan data dan variabel yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti.⁹ Data – data yang diperoleh kemudian penulis analisa.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bagian ini, dipaparkan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : GAMBARAN UMUM BNI SYARIAH CABANG SEMARANG

Dalam bab ini dipaparkan tentang sejarah berdirinya PT. BNI Syari'ah (Persero)Tbk, visi misi dan tujuan BNI Syari'ah cabang Semarang , struktur organisasi dan *jobs description* masing-masing bidang serta produk-produk BNI Syari'ah cabang Semarang.

BAB III : PEMBAHASAN

Dalam bab ini membahas pengertian Oto iB Hasanah, pengetahuan pembiayaan Oto iB Hasanah, progam pemasaran pembiayaan Oto iB Hasanah, kendala-kendala yang dihadapi , strategi yang digunakan.

BAB IV : PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan, saran, dan penutu

⁹ *Ibid*, hlm. 126