

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Deskripsi PT. BPRS Suriyah Cabang Semarang

1. Sejarah PT. BPRS Suriyah Cabang Semarang

BPRS diatur dalam PBI No.6/17/PBI/2004 tentang Bank Perkreditan Rakyat berdasarkan prinsip syariah.¹ Tetapi pada tanggal 1 Juli 2009 dikeluarkan perundang-undangan baru sebagai penyesuaian dan sekaligus mencabut peraturan sebelumnya. Sehingga BPRS mengikuti peraturan PBI No.11/23/PBI/2009 tentang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.² Secara umum aturan untuk bank Islam dan BPRS adalah sama, hanya sedikit perbedaan misalnya dalam hal pemilik, modal yang disetor, jumlah anggota direksi dan dewan komisaris. BPRS adalah bank yang tata cara beroperasinya mengacu pada ketentuan-ketentuan Islam (Al-Qur'an dan Hadits).³ Dalam tata cara tersebut di jauhi praktek-praktek yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba dan penipuan.

PT. BPRS Suriyah berdiri pada tanggal 6 Januari tahun 2005, dan mulai beroperasi pada tanggal 1 April 2005. Didirikan oleh tokoh pengusaha Cilacap yaitu Bapak Drs. H. Mulia Budy Artha dan Ibu Dra. Hj. Sitti Fatimah beserta keluarga yang berada dari beberapa

¹ Zainul Arifin, *Memahami Bank Syariah –Lingkup Peluang, Tantangan dan Prospek*, Jakarta: Alvabet, 2000, hlm.135

² <http://id.m.wikipedia.org/wiki/BPRS> diakses pada tanggal 14 April 2014

³ Wirdyaningsih,dkk, *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2005, hlm. 61

daerah. Pendirian ini di latar belakang karena banyaknya keinginan dari masyarakat untuk membuat lembaga keuangan yang operasionalnya berdasarkan prinsip syari'ah di Kabupaten Cilacap. Nama Suriyah sendiri berasal dari nama ibu kandung ibu Sitti Fatimah. Pada lambang BPRS Suriyah juga terdapat 13 garis, hal itu menunjukkan saudara kandung dari ibu Sitti Fatimah yaitu sebanyak 13 bersaudara. Ijin operasi / usaha PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Suriyah dari Gubernur Bank Indonesia No. 7/014/KEP.GBI/2005 tanggal 21 Maret 2005 dengan modal disetor sebesar 1 Milyar. Setelah beroperasi selama kurang dari 4 tahun, per Desember 2008 asset BPRS Suriyah telah mencapai Rp 15,37 Milyar dan per November 2010 memiliki asset sebesar Rp 25 Milyar. Dengan meningkatnya asset ini BPRS Suriyah mendirikan kantor Cabang di Semarang pada tanggal 16 Oktober 2010 ,di Jalan Indarpasta no. 39 Pindrikan Lor Semarang BPRS Suriyah cabang Semarang menjadi cabang keempat BPRS Suriyah, Latar belakang pendirian BPRS Suriyah kantor cabang Semarang didasari masih terbukanya pasar keuangan syariah di ibu kota provinsi Jawa Tengah, terutama pasar mikro, perdagangan, dan industri rumah tangga. Atas dasar faktor tersebut maka pada tanggal 16 Oktober 2010, diresmikan BPRS Suriyah Kantor Cabang Semarang melalui surat keputusan BI Purwokerto No. 12/56/DPbS/PAdBS/Pwt pada tanggal 6 Oktober

2010. BPRS Suriyah menambah kantor kas Cabang Semarang di Jalan Supriyadi no.215 B Semarang Timur.

2. Visi, Misi dan Motto PT. BPRS Suriyah Cabang Semarang

a. Visi BPRS Suriyah

- a) Menjadi BPRS yang kompetitif, efisien, dan memenuhi prinsip kehati-hatian.
- b) Mampu mendukung sektor riil secara nyata melalui kegiatan pembiayaan berbasis bagi hasil dan transaksi riil dalam rangka keadilan,tolong menolong menuju kebaikan dan kemaslahatan umat.
- c) Sehat diukur dari ketentuan/peraturan Bank Indonesia.
- d) Memperluas jaringan pelayanan.
- e) Pembinaan Sumber Daya Insani (SDI) yang profesional dan berintegritas.

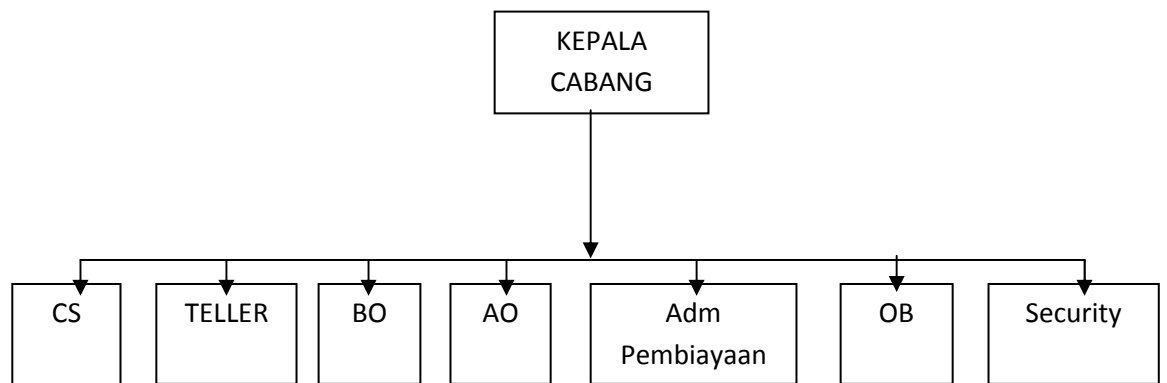
b. Misi BPRS Suriyah

- a) Ikut membangun ekonomi umat.
- b) Menyediakan produk-produk perbankan syariah yang mampu mendorong masyarakat untuk menjalankan bisnis secara produktif,efisien, dan akuntabel.
- c) Pertumbuhan bank secara optimal.
- d) Memelihara hubungan kerja yang baik.

c. Motto BPRS Suriyah

“Maju Bersama dalam Usaha Sesuai syari’ah”

c. Struktur Organisasi



Keterangan :

Kepala cabang : Anang Jatmiko Setiaji, SE

Customer Servis : Vinna Dwi Anggraeni

Teller : Puspa Sari K , Anggarita w

Back Office : Sri Indah Dwi

Account Officer

1. Funding : M.qostholani , Angke Winnetou, sentot
spto Nugroho

2. Lending : Alfianto imam santoso , Prayudianto

Adm,Pembiayaan : asiful Umam

Office Boy : Muhammad Wakhidun

Security : Himawan Yulian

Nunung Efendi

Syaeful Ashari

3. Produk - Produk PT. BPRS Suriyah Cabang Semarang

a. Produk Penghimpunan Dana (Funding)

Ada beberapa macam produk penghimpunan dana pada BPRS Suriyah antara lain:

a) Tabungan Wadi'ah

Adalah simpanan pihak ketiga pada bank (perorangan atau badan hukum, dalam mata uang rupiah) yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan menggunakan media slip penarikan atau pemindah bukuan lainnya.

Implementasi tabungan wadi'ah:

- i. Produk Tabungan iB Suriyah
- ii. Produk Tabungan iB Pelajar dan Santri

b) Tabungan Mudharabah

Adalah jenis simpanan pada bank yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha dalam mata uang rupiah dan penarikannya dapat dilakukan dengan cara tertentu.

Implementasi tabungan Mudharabah :

- i. Tabungan iB haji Baitullah
- ii. Tabungan iB Qurban
- iii. Tabungan iB Masa Depan Syari'ah Suriyah (Tamansari)

c) Deposito iB Mudharabah

Adalah deposito dengan prinsip Mudharabah mutlaqoh memberikan bagi hasil yang kompetitif yang diberikan setiap bulannya, dapat diperpanjang secara otomatis (ARO) dengan jangka waktu 1,3,6,12 bulan. Akad produk ini adalah bagi hasil dengan nisbah sebagai berikut:

- i. Jangka waktu 1 bulan (nasabah:bank) 45 : 55
- ii. Jangka waktu 3 bulan (nasabah:bank) 50 : 50
- iii. Jangka waktu 6 bulan (nasabah:bank) 55 : 45
- iv. Jangka waktu 12 bulan (nasabah:bank) 57,5 : 42,5

b. Produk Pembiayaan (Lending)

Ada beberapa produk pembiayaan pada BPRS Suriyah antara lain:

a) Pembiayaan Menggunakan Sistem bagi Hasil:

i. Mudharabah

Adalah pembiayaan untuk modal usaha dengan modal 100 % dana bank, sedangkan nasabah bertanggung jawab melaksanakan kegiatan usaha dan manajemen. Bank hanya melakukan kontrol atas usaha yang dilaksanakan. Keuntungan berdasarkan nisbah sesuai dengan kesepakatan bersama.

ii. Musyarakah

Adalah akad kerja sama diantara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu yang masing – masing pihak

memberikan porsi dana dengan ketentuan bahwa keuntungan akan dibagi sesuai kesepakatan dan kerugian ditanggung sesuai porsi dana masing – masing.⁴

b) Pembiayaan Menggunakan Sistem Jual Beli:

i. Murabahah

Adalah piutang untuk modal kerja, investasi ataupun konsumsi dimana pihak bank menjual barang sesuai dengan harga pokok yang dibeli dari supplier atau pemasok ditambah dengan margin yang disepakati.

ii. Salam

Adalah piutang untuk modal kerja maupun konsumsi dimana pihak bank menjual barang berdasarkan pesanan nasabah dengan pembayaran dimuka sesuai dengan harga jual yang disepakati. Dari transaksi ini bank memperoleh margin.

iii. Istishna

Adalah piutang untuk investasi maupun konsumsi dimana pihak bank menjual barang berdasarkan pesanan nasabah sesuai dengan harga jual yang disepakati dimana barang yang dipesan lebih spesifik. Dari transaksi ini bank memperoleh margin.

c) Pembiayaan Menggunakan Sistem Sewa:

i. Ijarah

⁴ Andri Soemitra, M.A, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta : Kencana,cetakan pertama, 2009, hlm.80-83

Adalah pembiayaan untuk sewa dimana pihak bank menyediakan barang atau objek yang disewa dan menyewakan pada nasabah. Dan bank mengambil jasa sewa dari barang/objek yang disewakan.

ii. Ijarah Multijasa

Adalah pembiayaan untuk pembayaran rumah sakit, sekolah/pendidikan, tenaga kerja dan pariwisata. Dimana pihak bank menyediakan barang atau obyek yang disewa dan menyewakan pada nasabah. Dan bank mengambil jasa sewa dari barang/objek yang disewakan.

iii. Ijarah Muntahiya Bitamlik

Adalah pembiayaan untuk investasi ataupun konsumsi dimana pihak bank menyediakan barang yang disewa dan biaya pemeliharaannya ditanggung sesuai kesepakatan dan sekaligus menyewakan pada nasabah yang akhirnya barang tersebut menjadi milik nasabah. Dari transaksi ini bank memperoleh margin

d) Pembiayaan menggunakan sistem pinjaman:

i. Qard

Merupakan produk pelengkap yang diberikan kepada nasabah dan karyawan yang sudah terbukti loyalitasnya dan membutuhkan dana talangan segera. digunakan untuk membantu keuangan nasabah secara cepat dan berjangka pendek.⁵

⁵ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syari'ah*, Yogyakarta: Ekonisia, 2004, hlm. 36

B. Landasan Teori

1. Pengertian Pemasaran

Arti pemasaran menurut (Kotler, 2000: 7) adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

2. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Promosi merupakan salah satu unsur dalam bauran pemasaran (*marketing mix*). Tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Tanpa promosi konsumen tidak dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan karena dengan adanya promosi dapat menarik perhatian konsumen.⁶ Sedangkan bauran promosi (strategi promosi) adalah suatu rencana penggunaan yang optimal atas sejumlah elemen-elemen promosi, antara lain: periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi, dan promosi penjualan. Bauran promosi adalah ramuan khusus dari iklan pribadi, promosi penjualan dan hubungan masyarakat yang dipergunakan perusahaan untuk mencapai tujuan iklan dan pemasarannya.⁷ Konsep bauran pemasaran terdiri dari 4P, yaitu :

⁶ Kasmir, S.E.,M.M, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006, hlm. 183

⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*, Jakarta: Prenhallindo, 2002, hlm. 645

a. *Product* (produk)

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

b. *Price* (harga)

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang ditukar dengan sejumlah uang dimana berdasarkan nilai tersebut seseorang atau perusahaan bersedia melepaskan barang atau jasa yang dimiliki kepada pihak lain

c. *Place* (tempat)

Tempat atau lokasi yang strategis akan menjadi salah satu keuntungan bagi perusahaan karena mudah terjangkau oleh konsumen, namun sekaligus juga menjadikan biaya retail atau investasi tempat menjadi semakin mahal.

d. *Promotion* (promosi)

Promosi merupakan suatu aktivitas dan materi yang dalam aplikasinya menggunakan teknik, dibawah pengendalian penjual atau produsen, yang dapat mengkomunikasikan informasi persuasif yang menarik tentang produk yang ditawarkan oleh penjual/produsen, baik secara langsung maupun melalui pihak yang dapat mempengaruhi pembelian.

Tinjauan Islam tentang promosi

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً
وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah Maha Penyayang kepadamu” (QS. Ali Imran ayat 130).

Selain jujur, dalam mempromosikan juga harus berlaku benar, dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana menginginkannya dengan cara menjelaskan cacat barang dagangannya yang dia ketahui dan yang tidak terlihat oleh pembeli.

Rasulullah *Shallallahu ‘alaihi wa sallam* telah mengajarkan pada umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika keislaman. Dalam beraktivitas ekonomi, umat Islam dilarang melakukan tindakan *bathil*. Namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan saling *ridho*, sebagaimana firman Allah *Ta’ala*, yang artinya, “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisaa: 29)

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٤﴾

Dalam kegiatan perdagangan (muamalah), Islam melarang adanya unsur manipulasi (penipuan), sebagaimana hadis Nabi Muhammad *Shallallahu ‘alaihi wa sallam:* ”*Jauhkanlah dirimu dari banyak bersumpah dalam penjualan, karena sesungguhnya ia memanipulasi (iklan dagang) kemudian menghilangkan keberkahan.*” (HR. Muslim, An-Nasa’i dan Ibnu Majah). Islam menganjurkan umatnya untuk memasarkan atau mempromosikan produk dan menetapkan harga yang tidak berbohong, alias harus berkata jujur (benar). Oleh sebab itu, salah satu karakter berdagang yang terpenting dan diridhoi oleh Allah *Subhanahu wa ta’ala* adalah kebenaran. Sebagaimana dituangkan dalam hadis:

“*Pedagang yang benar dan terpercaya bergabung dengan para nabi, orang-orang benar (siddiqin), dan para syuhada di surga.*” (HR. Turmudzi).

3. Simpanan Tabungan

Pengertian simpanan tabungan menurut Jopie Jusuf (2008:30).

Menyebutkan bahwa :

“Simpanan tabungan adalah Simpanan pihak ketiga di bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan berdasarkan syarat-syarat tertentu.”

Alat yang sering digunakan untuk menarik dana yang ada direkening tabungan adalah sebagai berikut :

- a. Buku tabungan
- b. Slip penarikan
- c. Kartu yang terbuat dari plastik
- d. Kombinasi.

4. Wadi'ah

a. Pengertian

Dalam tradisi fiqih islam, prinsip titipan/simpanan dikenal dengan prinsip wadi'ah. Al-wadi'ah dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang dijaga dan dikembalikan saja si penitip menghendaki.

a) Rukun dan syarat wadi'ah

Rukun Wadi'ah

Orang yang berakad, yaitu :

- a) Pemilik barang / penitip (muwadi')
- b) Pihak yang menyimpan / dititipi (mustauda')
- c) Barang / uang yang dititipkan (wadi'ah)
- d) Ijab qobul / kata sepakat (sighot)