

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

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

Akan tetapi, prakarsa lebih khusus untuk mendirikan bank Islam di Indonesia baru di lakukan 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 Indonesia.<sup>1</sup>

Saat ini keberadaan bank syariah di Indonesia telah diatur 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 1992 tentang Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil. 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

---

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

mengadakan “Pelatihan Perbankan Syari’ah” bagi para pejabat Bank Indonesia dari segenap bagian, terutama aparat yang berkaitan langsung seperti DPNP (Direktorat Penelitian dan Pengaturan Bank), kredit, pengawasan, akuntansi, riset dan moneter.<sup>2</sup>

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 Syari’ah Indonesia. Penyajian informasi dan promosikan produk yang ada di bank. Inilah salah satu tantangan perbankan yang di hadapi untuk mengajak masyarakat menabung di bank tersebut. Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung bearti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan.

Dalam hal ini penulis ingin mengetahui bagaimana BNI Syari’ah mempromosikan produknya kepada masyarakat. Saat ini perkembangan Bank Syari’ah di Indonesia cukup pesat dengan munculnya Undang-undang Perbankan Syari’ah. Banyak bank umum membuka UUS kemudian menjadi Bank Umum Syari’ah. Dengan persaingan yang banyak dengan competitor sesama perbankan syariah juga dengan perbankan konvensional yang sudah lama berdiri di Indonesia. Bank BNI Syari’ah Semarang, Bank Syari’ah, dan Lembaga-lembaga Keuangan Syari’ah lainnya lahir untuk memperkenalkan dan memberikan produk-produk perbankan yang berlandaskan syariah dengan skala yang lebih besar dengan bank umum lainnya.

Di BNI Syari’ah Cabang Semarang juga mempunyai berbagai macam produk pembiayaan untuk menunjang kebutuhan masyarakat dalam mengajukan pembiayaan. Produk tersebut diharapkan dapat memfasilitasi untuk memenuhi kebutuhan barang untuk di gunakannya dan mengembangkan usaha menjadi maju

---

<sup>2</sup> Muhammad Syafi’I Antonio, *Bank Syariah: dari Teori ke Praktik*, hal. 26

dari sebelumnya. Produk itu adalah sebagai berikut: BNI iB Gadai Emas, BNI iB Multijasa, BNI iB Griya, BNI iB Oto dan masih banyak lagi.

Penulis berkonsentrasi terhadap pemasaran produk iB Gadai Emas di Bank BNI Syari'ah Cabang Semarang. Hal ini untuk mengetahui perkembangan pemasaran dari produk tersebut dan bagaimana cara BNI Syariah meningkatkan jumlah nasabah, sehingga penulis juga dapat mengetahui strategi pemasaran produk mereka terutama yang di fokuskan pada produk dana iB Gadai Emas. Dari uraian diatas, penulis tertarik pada produk dana dengan akad rahn yang ada di BNI Syari'ah Cabang Semarang, sehingga penulis mengambil judul tentang "STRATEGI PEMASARAN PRODUK DANA iB GADAI EMAS DI BNI SYARIAH CABANG SEMARANG". Disini penulis bermaksud mengetahui prosedur pemberian dana pada akad *rahn*.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk dana iB Gadai Emas di BNI Syari'ah Cabang Semarang?
2. Bagaimana mekanisme proses pada produk dana iB Gadai Emas di BNI Syari'ah Cabang Semarang?

## **C. Tujuan dan Manfaat Hasil Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

- Untuk menyelesaikan Tugas Akhir guna memperoleh gelar Ahli Madya.
- Untuk mengetahui prosedur penyaluran pembiayaan dengan akad Rahn di BNI Syari'ah Cabang Semarang.
- Untuk mengetahui strategi pemasaran produk dana iB Gadai Emas di BNI Syariah Cabang Semarang.

### **2. Manfaat Penelitian**

- Bagi penulis
  - Dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang strategi pemasaran.
  - Dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang dunia kerja diperbankan.
- Bagi Bank
  - Sebagai media publik ke masyarakat untuk memperkenalkan produk rahn yang sesuai Syari'ah kepada masyarakat.
  - Memperkenalkan produk-produk yang ada di Perbankan Syari'ah terutama di BNI Syari'ah cabang Semarang.

### 3. Bagi UIN Walisongo Semarang

- Sebagai tambahan referensi.
- Untuk memperkaya pengetahuan pembaca mengenai produk pembiayaan murabahah.

### 4. Bagi PT. BNI

Dapat dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan langkah bijaksana pada masa yang akan datang.

## **D. Tinjauan Pustaka**

Kajian pustaka adalah deskripsi ringkas tentang kajian atau penelitian yang sudah dilakukan di seputar masalah yang akan diteliti sehingga terlihat jelas bahwa tidak ada pengulangan atau duplikasi penelitian yang sudah ada. Penulis menelusuri kajian pustaka yang mempunyai penelitian yang hampir sama dengan penulis ini. Adapun penelitian yang hampir sama dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Damasiri mahasiswa UIN Walisongo 2012, dalam Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Pemasaran Pembiayaan OTO iB Hasanah di BNI Syariah Cabang Semarang” penulis tertarik pada produk

pembiayaan dengan akad murabahah yang bermaksud mengetahui prosedur pemberian pada akad murabahah serta simulasi penghitungan angsurannya.<sup>3</sup>

## **E. Metodologi Penelitian**

### **1. Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada BNI Syari'ah cabang Semarang yang bertempat di Jl. Ahmad Yani No. 152, Semarang 50242.

### **2. Jenis Penelitian**

Penelitian ini termasuk *field research*, yaitu penelitian yang dilakukan di lingkungan masyarakat tertentu, baik di lembaga pemerintahan maupun di lembaga-lembaga sosial masyarakat. Maka dalam hal ini penulis akan mengadakan penelitian di BNI Syari'ah cabang Semarang.

### **3. Sumber Data**

Dalam penyusunan Tugas Akhir klasifikasi data yang diperlukan penulis terbagi dalam:

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh peneliti dari sumber asli. Data ini diperoleh dari responden melalui hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi. Sumber data yang ada langsung memberikan data kepada pengumpul data.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang sudah tersedia sehingga peneliti hanya mencari dan mengumpulkan. Data peneliti ini didapat dari catatan, buku, majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel dan buku-buku sebagai teori, majalah, dan lain sebagainya. Sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpulan data.

### **4. Metode Pengumpulan Data**

- a. Metode Observasi, yaitu tehnik pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung kegiatan dan suasana kerja di BNI

---

<sup>3</sup> Damasiri "Strategi Pemasaran Pembiayaan OTO iB Hasanah di BNI Syariah Cabang Semarang", Tugas Akhir

Syari'ah cabang Semarang dan mencatat segala sesuatu yang berhubungan dengan Tugas Akhir ini.

- b. Metode Wawancara, yaitu tehnik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab dengan petugas, pegawai, dan pihak yang berwenang tentang bagaimana memasarkan produk Gadai Emas.
- c. Metode Dokumentasi, yaitu metode pengumpulan data kualitatif sejumlah besar fakta dan tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Sebagian besar data terbentuk surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, jumlah kegiatan, dan sebagainya. Data jenis ini mempunyai sifat utama tak terbatas pada ruang dan waktu sehingga bisa dipakai untuk menggali informasi yang terjadi dimasa silam.

#### 5. Metode Analisi Data

Peneliti yang dilakukan untuk mengetahui nilai masing-masing variabel, baik satu variabel atau lebih sifatnya independen tanpa membuat hubungan maupun perbandingan dengan variabel yang lain. Variabel tersebut dapat menggambarkan secara sistematis dan akurat mengenai populasi atau mengenai bidang tertentu.<sup>4</sup>

### **F. Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran dan arahan selama penulisan dalam penelitian ini, maka secara garis besar pokok-pokok uraian dan isi dari penelitian ini akan disajikan sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini, penulis mendeskripsikan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat hasil penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, sistematika penulisan.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Berisi tentang ulasan singkat yang membahas secara menyeluruh tentang pokok pembahasan yang akan diteliti.

---

<sup>4</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi penelitian*, Yogyakarta:Pustaka baru press, 2014. hal.73

### BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Berisi tentang gambaran umum perusahaan, identitas perusahaan, visi misi dan motto layanan, nilai-nilai perusahaan, keunggulan perusahaan, struktur organisasi dan uraian tugas perusahaan.

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang inti dari permasalahan yang akan diteliti oleh penulis tentang strategi pemasaran produk dana gadai emas pada BNI Syari'ah cabang Semarang.

### BAB V PENUTUP

Berisi tentang Kesimpulan, saran/ rekomendasi, dan penutup.