

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah adalah suatu sistem perbankan yang dasar pelaksanaannya berpedoman pada hukum islam (syariah). Lahirnya perbankan syariah didasarkan oleh adanya larangan dalam ajaran agama islam untuk memungut biaya pinjaman seperti halnya bunga pinjaman karena masuk dalam usaha-usaha yang diharamkan. Undang-undang Perbankan Syariah No.21 Tahun 2008 Bab I pasal 1 menjelaskan pengertian tentang bank syariah, yaitu bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.¹

Kegiatan utama dari perbankan adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat sehingga perbankan dapat mempunyai peranan yang sangat penting dalam pertumbuhan perekonomian. Proses penyaluran kembali kepada masyarakat salah satunya yaitu mengadakan pembiayaan. Pembiayaan yang ada di BNI Syariah saat ini sangat beragam. Dibawah ini, penulis akan sedikit menjelaskan macam-macam produk pembiayaan yang ada di BNI Syariah beserta perbedaan akad pada Perbankan Syariah.

1.) Produk pembiayaan di BNI Syariah.

a. Pembiayaan Produktif

1. Wirausaha iB Hasanah
2. Tunas Usaha iB Hasanah

¹ *Undang-Undang Perbankan Syariah 2008* (UU RI No.21 Tahun 2008), Jakarta: Sinar Grafika, 2009.

3. Usaha Kecil iB Hasanah
- b. Pembiayaan Konsumtif
 1. Griya iB Hasanah
 2. Oto iB Hasanah
 3. Mutiguna iB Hasanah
 4. Multijasa iB Hasanah
 5. Fleksi iB Hasanah
 6. Umrah iB Hasanah
 7. Murabahah Emas
 - c. Pembiayaan Lain-lain
 1. CCF iB Hasanah
 2. Gadai iB Hasanah
 3. iB Hasanah Card

2.) Perbedaan akad pada pembiayaan di Perbankan Syariah.

Sama halnya dengan bank konvensional, produk pembiayaan pada bank syariah juga sangat banyak dan bervariasi. Hal yang membedakan pembiayaan pada bank syariah dengan bank konvensional salah satunya adalah terletak pada akad. Akad-akad pembiayaan dalam sistem perbankan syariah antara lain:

a. Prinsip Bagi Hasil (Profit Sharing)

- 1.) Musyarakah: yaitu akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana atau amal dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama. Pada bank BNI Syariah, produk pembiayaan yang

menggunakan akad musyarakah salah satunya adalah pembiayaan Wirausaha Syariah baik kebutuhan modal kerja maupun investasi.

- 2.) Mudharabah: berasal dari kata dharb yang berarti memukul atau berjalan. Secara teknis mudharabah berarti akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama sebagai shahibul mal yang menyediakan 100% modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha mudharabah dibagi sesuai kesepakatan yang ditulis pada kontrak. Sedangkan kerugian akan ditanggung oleh shahibul mal selama kerugian bukan terjadi atas kelalaian pihak pengelola. Produk pembiayaan di BNI Syariah yang menggunakan akad mudharabah antara lain: Branch Financing Management dan wirausaha iB Hasanah baik untuk kebutuhan modal kerja maupun investasi.

b. Prinsip Jual Beli (Sale and Purchase)

- 1.) Murabahah: Transaksi jual beli dimana bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli, serta bank menyebutkan jumlah keuntungannya. Produk pembiayaan yang menggunakan akad ini adalah jenis produk pembiayaan konsumtif antara lain Griya iB hasanah, Oto iB hasanah, Multiguna iB Hasanah dan Murabahah Emas.
- 2.) Salam: Transaksi jual beli, dimana barang yang diperjualbelikan belum ada. Barang diserahkan secara tangguh, sedangkan pembayaran dilakukan secara tunai. Bank bertindak sebagai pembeli, kemudian menjual barangnya kepada nasabah. Dalam transaksi ini ada syarat kualitas, kuantitas, harga dan waktu penyerahan barang harus ditentukan secara

pasti. Saat ini belum ada produk pembiayaan yang menggunakan akad salam di BNI Syariah.

c. Prinsip Sewa (Operational Lease and Financial Lease)

- 1.) Ijarah: Transaksi ijarah dilandasi adanya perpindahan manfaat. Prinsip ijarah ini hampir sama dengan jual beli, namun perbedaannya terletak pada objek transaksi yaitu pada ijarah objek transaksinya adalah jasa bukan barang. Produk pembiayaan di BNI Syariah yang menggunakan akad ijarah adalah: Umrah iB Hasanah, Multijasa iB Hasanah dan iB Hasanah Card (credit card).
- 2.) Qardh: Qardh adalah pinjaman uang. Aplikasi qardh pada perbankan syariah biasanya sebagai pinjaman tunai (pada kartu kredit), pinjaman kepada pengusaha kecil dan pinjaman kepada pengurus bank. Produk pembiayaan yang menggunakan akad ini adalah iB Hasanah Card (kartu kredit). Jadi pada akad qardh ini, bank bertindak sebagai penyedia talangan kartu kredit bagi nasabah/ pemegang kartu.
- 3.) Kafalah: kafalah dalam bahasa arab berarti menanggung. Pada aplikasi kafalah ini, perbankan bertindak sebagai penanggung, dan nasabah sebagai tertanggung. Kafalah dapat diberikan dengan tujuan untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban pembayaran. Bank dapat mempersyaratkan nasabah untuk menempatkan sejumlah dana untuk fasilitas ini sebagai rahn. Produk pembiayaan yang menggunakan akad ini adalah iB Hasanah Card (kartu kredit).

Dalam melancarkan proses pembiayaan, bank tentu membutuhkan jumlah dana yang cukup. Untuk mencapai jumlah dana yang dibutuhkan dengan meningkatkan volume penjualan, strategi-strategi promosi (*promotional mix*) yang dapat digunakan antara lain periklanan, *personal selling*, hubungan masyarakat/publisitas dan promosi penjualan.² Promosi merupakan upaya yang sangat penting guna proses penyampaian produk kepada konsumen. Bentuk komunikasi baik langsung maupun tidak langsung dapat digunakan untuk mempengaruhi nasabah agar melakukan pembiayaan. Penyampaian promosi yang baik sangat berpengaruh terhadap minat nasabah dalam mengambil keputusan pembiayaan.

Bank BNI Syariah saat ini sudah melakukan banyak promosi baik melalui media cetak, radio, televisi bahkan melalui jejaring sosial seperti instagram dan twitter. Sedangkan iklan yang dilakukan BNI Syariah untuk kantor cabang pembantu wilayah Tulungagung saat ini adalah iklan melalui radio. Untuk promosi non media BNI Syariah kantor cabang pembantu menggunakan *personal selling*. Penulis bermaksud mengetahui efektifitas jenis promosi yang digunakan BNI Syariah saat ini.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang diatas penulis ingin mengetahui peranan *personal selling* dan iklan media (*advertising*) terhadap tinggi rendah tingkat penjualan pembiayaan di bank BNI Syariah KCP Tulungagung. Pada penelitian ini penulis akan mengangkat judul “Analisis Peranan *Personal Selling* dan *Advertising* terhadap Penjualan Produk Jasa Pembiayaan di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung”.

B. Rumusan Masalah

² Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2005), hlm.349.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis mengidentifikasi bahwa rumusan masalahnya yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana peranan *personal selling* dalam meningkatkan penjualan produk jasa pembiayaan di BNI Syariah KCP Tulungagung?
2. Bagaimana peranan *advertising* dalam meningkatkan penjualan produk jasa pembiayaan di BNI Syariah KCP Tulungagung?
3. Bagaimana jenis promosi yang lebih berperan dalam meningkatkan penjualan produk jasa pembiayaan di BNI Syariah KCP Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Agar dapat mendeskripsikan peranan *personal selling* dalam meningkatkan penjualan produk jasa pembiayaan di bank BNI Syariah KCP Tulungagung.
2. Agar dapat mendeskripsikan peranan *advertising* dalam meningkatkan penjualan produk jasa pembiayaan di bank BNI Syariah KCP Tulungagung.
3. Agar dapat mendeskripsikan jenis promosi yang lebih berperan dalam meningkatkan penjualan produk jasa pembiayaan di bank BNI Syariah KCP Tulungagung.

D. Batasan Masalah

Agar masalah yang dibahas hanya fokus pada tujuan penelitian, penulis merasa perlu menjelaskan identifikasi masalah dan batasan masalah. Identifikasi masalah penelitian ini adalah:

1. Keberadaan perbankan syariah dalam sistem perbankan nasional di Indonesia diharapkan dapat mendorong perkembangan perekonomian nasional.
2. Terdapat perbedaan yang esensial antara bank syariah dan bank konvensional, baik dalam nama, akad, maupun transaksinya.
3. Banyak faktor yang mempengaruhi minat dan keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan.
4. Penyampaian promosi yang baik sangat berpengaruh terhadap minat nasabah dalam mengambil keputusan pembiayaan.

Batasan masalah penelitian ini hanya sampai pada peranan jenis promosi terhadap tingkat penjualan produk jasa pembiayaan di bank BNI Syariah KCP Tulungagung. Yang dimaksud promosi tersebut adalah *advertising* dan *personal selling*. Kemudian pembiayaan yang dimaksud disini adalah pembiayaan Griya iB Hasanah.

E. Manfaat Penelitian

Secara teoretis

a. Bagi Mahasiswa

Sebagai bahan mengajar dan memberikan gambaran nyata untuk mahasiswa, serta sebagai bahan pertimbangan bagi mahasiswa dalam penyusunan laporan. Untuk menambah ilmu, pengetahuan dan sebagai bahan referensi.

Secara praktis

a. Bagi Bank BNI Syariah KCP Tulungagung

Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dan pertimbangan dalam menentukan strategi promosi di bank BNI Syariah.

b. Bagi Peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi perbandingan untuk penyusunan laporan selanjutnya

c. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat memperkaya khazanah keilmuan dibidang promosi dan pemasaran.

d. Bagi Institusi

Penelitian ini dapat dijadikan referensi oleh peneliti selanjutnya.

e. Bagi Pihak lain

Penelitian ini dapat dijadikan bahan bacaan bagi masyarakat luas.

F. Penegasan Istilah

Untuk menghindari pembahasan yang meluas serta menghindari kesalahpahaman pembaca dalam memahami istilah yang dipakai dalam skripsi ini, maka perlu dibuat penjelasan terhadap istilah-istilah tersebut, yaitu:

1. Pembiayaan

Pembiayaan merupakan aktivitas dari lembaga keuangan syariah/ perbankan syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak lain selain dari lembaga keuangan syariah berdasarkan prinsip syariah. Pembiayaan Griya iB Hasanah adalah salah satu jenis pembiayaan konsumtif yang ada di BNI Syariah KCP Tulungagung. BNI Griya iB Hasanah merupakan fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada masyarakat untuk membeli, membangun, merenovasi bangunan (termasuk rumah, ruko, rusun, apartemen, dan sejenisnya) dan membeli tanah kavling serta rumah indent, yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan membayar kembali masing-masing calon nasabah.

2. Advertising

Advertising yaitu suatu penyajian materi atau pesan *persuasive* (pesan yang sifatnya mengajak) kepada masyarakat atau calon konsumen melalui media masa yang bertujuan untuk mempromosikan produk atau jasa yang dijual oleh sebuah perusahaan.

3. *Personal Selling*

Personal Selling merupakan salah satu jenis promosi yang menggunakan metode *face to face*. *Personal Selling* sangat dibutuhkan oleh perusahaan dalam rangka menciptakan kepercayaan konsumen, menyampaikan keunggulan dengan baik, dan menyampaikan produk pada nasabah yang membutuhkan agar tepat sasaran.

G. Sistematika Pembahasan

Skripsi ini disusun dalam 6 bab pembahasan sebagai acuan dalam berfikir secara sistematis. Adapun rancangan sistematika pembahasan skripsi ini sebagai berikut:

- BAB I Pendahuluan, yang merupakan gambaran umum isi penelitian.
- Bab pendahuluan ini terdiri dari: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika pembahasan.
- BAB II Kajian pustaka, yang berisi teori yang berhubungan dengan variable penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka konseptual.
- BAB III Metode penelitian yang berisi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.
- BAB IV Laporan hasil penelitian yang berisi paparan data dan temuan penelitian.
- BAB V Pembahasan, yakni diskusi hasil penelitian tentang isi dari skripsi.
- BAB VI Penutup yang berisi tentang simpulan, implikasi dan saran.