

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia mengalami peningkatan pesat dari tahun ke tahun. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja perbankan syariah cukup baik sehingga berkontribusi positif bagi pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Bukti nyata kinerja perbankan syariah cukup baik adalah ketika badai krisis ekonomi melanda Indonesia, dimana perbankan konvensional terpuruk, sedangkan perbankan syariah relatif dapat bertahan bahkan menunjukkan perkembangannya.

Berdirinya perbankan syariah diawali dengan adanya Deregulasi Paket Kebijakan Oktober (Pakto) yang dikeluarkan pemerintah pada tanggal 27 Oktober 1988 yang menyebabkan perombakan secara mendasar pada industri perbankan. Sehingga pada tahun 1992 terbitlah UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan, dimana perbankan bagi hasil diakomodasi. Selanjutnya untuk memberikan landasan hukum yang lebih kuat dan kesempatan yang lebih luas bagi pengembangan perbankan Syariah di Indonesia maka diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998 dimana isinya merupakan perubahan UU No. 7 tahun 1992 dan sejumlah ketentuan pelaksanaan dalam bentuk SK direksi BI/Peraturan Bank Indonesia. Perundang-undangan tersebut memberikan kesempatan luas bagi perbankan syariah untuk mengembangkan jaringan melalui ijin pembukaan Kantor Cabang Syariah (KCS) oleh bank konvensional. Dengan kata lain, bank

umum dimungkinkan untuk menjalankan kegiatan usahanya secara konvensional sekaligus dapat melakukan berdasarkan prinsip Syariah.

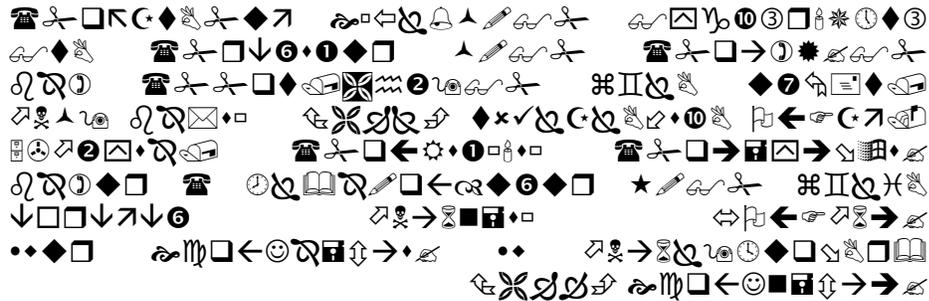
Selain dari pada itu UU No. 23/1999 tentang Bank Indonesia (BI), dimana Bank Indonesia ditugaskan untuk mempersiapkan perangkat peraturan atau fasilitas-fasilitas penunjang yang mendukung operasional Bank Umum Syariah. Kedua UU tersebut di atas menjadi dasar hukum penerapan *Dual Banking System* di Indonesia. *Dual Banking System* yang dimaksud adalah terselenggaranya dua sistem perbankan (konvensional dan syariah) secara berdampingan dalam melayani perekonomian nasional yang pelaksanaannya diatur dalam berbagai peraturan yang berlaku.¹

Untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah, maka setiap perbankan syariah dituntut dapat memasarkan produk jasa keuangan syariahnya sesuai dengan syariat Islam. Di dalam mempromosikan produk dan jasanya, perusahaan perbankan bergantung pada kemampuannya dalam mengalokasi anggaran promosi serta segmen pasar yang akan dituju. Semua hal di atas sesuai dengan definisi promosi yang dikemukakan oleh Basu Swastha, dimana promosi adalah arus informasi persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran². Jadi jelaslah disini bahwa promosi merupakan suatu alat untuk mempengaruhi calon konsumen dengan tujuan meningkatkan permintaan sehingga berakibat meningkatkan volume penjualan.

¹ Dimaz Pradana Putra, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penghimpunan Tabungan Masyarakat pada PT.Bank Syariah Mandiri*, Skripsi UPN Surabaya, Fakultas Ekonomi, 2011:12.

² Basu Swastha, *Azas-azas Marketing, Edisi ke-2*, Yogyakarta, Penerbit PT.Erlangga, 1998:237.

Produk jasa yang dipasarkan dalam tujuan menghimpun dana pihak ketiga, perbankan syariah tidak terlepas dari hukum islam. Salah satu hukum islam yang mengharamkan praktek bunga atau riba secara tegas dinyatakan dalam Al-Qur'an yaitu dalam Surat Al-Baqarah ayat 278-279, yang berbunyi:



Artinya : Wahai orang-orang yang beriman! Bertaqwalah kamu kepada Allah dan tinggalkanlah sisa dari riba-riba itu, jika kamu betul-betul orang yang beriman. Maka jika kamu tidak kerjakan (tiada kamu tinggalkan sisa riba itu), maka ketahuilah, akan adanya (pernyataan) perang dari Allah dan Rasul Nya. bahwa Allah dan Rasul-Nya. Dan jika kamu bertaubat (yakni meninggalkan riba riba), Maka kamu boleh mengambil harta-harta kamu; kamu tidak boleh menganiaya dan tidak boleh kamu aniaya.³

Sebagai lembaga keuangan syari'ah yang berhubungan langsung dengan masyarakat, maka perbankan syariah mempunyai tugas penting dalam mengembangkan misi keislaman dalam segala aspek kehidupan masyarakat. Sedangkan penerapan prinsip syariah pada perbankan syariah adalah aturan perjanjian antara bank dan pihak lain dalam hal penyimpanan dana dan pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dilakukan.

³M. Rifa'I dan Rasihin Abdulghoni, *al-Qur'an dan Terjemahnya Ayat Pojok*, Semarang: CV. Wicaksono, 2002:48

Beberapa penerapan prinsip syariah adalah pembiayaan bagi hasil (*mudārabah*), pembiayaan penyertaan modal (*musyārahah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijārah*) atau dengan pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain.

Pada lembaga keuangan syari'ah, dimana penghimpunan dananya berbentuk giro, tabungan dan deposito, maka prinsip operasional berdasarkan syari'ah. Penerapan syariah dalam penghimpunan dana masyarakat berupa prinsip *wadi'ah* dan *mudārabah*.

Prinsip *wadi'ah* yang diterapkan adalah *wadi'ah yad damanah* dimana pihak yang dititipi atau bank bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut. Sedangkan *wadi'ah amanah* adalah harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi.

Prinsip *mudārabah* adalah penyimpan atau deposan bertindak sebagai *shahibul māl* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola). Dana tersebut digunakan bank untuk melakukan usaha dimana hasil usaha akan dibagi hasilnya kepada *shāhibul māl* dan *mudharib* berdasarkan nisbah yang disepakati.⁴ Definisi *mudārabah* lain adalah suatu kontrak kemitraan (*partnership*) yang berlandaskan pada prinsip pembagian hasil dengan cara seseorang memberikan modalnya kepada orang lain untuk melakukan bisnis dan kedua belah pihak membagi keuntungan atau memikul beban kerugian berdasarkan isi perjanjian

⁴ Veithzal, Rivai dan Andrian Permata Veithzal. *Islamic Financial Management*. Edisi 1, Jakarta: Rajawali Grafindo Persada. 2008:47

bersama.⁵ Sedangkan pembagian hasil usaha akan dibagi hasil atau *profit sharing*. Definisi *profit sharing* menurut Veithzal dan Andrian adalah ”bagi hasil merupakan konsep pembiayaan yang adil dan memiliki nuansa kemitraan yang sangat kental, dan hasil yang diperoleh berdasarkan perbandingan atau nisbah yang disepakati dan bukan sebagaimana bunga pada bank konvensional”.⁶

Sebagai lembaga keuangan syariah yang dipercaya pemerintah untuk mengadakan penghimpunan dana masyarakat, maka perbankan syariah menawarkan prinsip syariah agar supaya masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim berminat menyimpan dananya pada lembaga keuangan tersebut. Tujuan utama perbankan syariah adalah berusaha untuk mengumpulkan dana masyarakat sebanyak-banyaknya dan menyalurkan kembali kepada masyarakat sebagai pinjaman kredit sesuai prinsip Islam.

Dengan adanya promosi tentang keberadaan sistem keuangan syariah dengan bagi hasilnya (*profit sharing*) serta didukung oleh regulasi pemerintah, maka lembaga keuangan syariah yang dalam hal ini adalah perbankan syariah, secara umum telah dianggap oleh sebagian masyarakat sebagai alternatif yang positif, dimana masyarakat sudah jenuh dengan sistem ekonomi kapitalis, sebuah sistem ekonomi yang sudah lama mendunia yang selalu mengutamakan kekayaan pribadi berdampak pada ketidak merataan distribusi kekayaan sehingga banyak terjadi kesengsaraan.

⁵ Zulkifli, Sunarto. *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*. Jakarta Timur: Penerbit Zikrul Hakim.2003:380-381.

⁶ Veithzal, Rivai dan Andrian Permata Veithzal.2008:117

Dari latar belakang ini penulis ingin mengetahui tentang peningkatan volume tabungan *mudārabah* melalui judul skripsi : **Pengaruh faktor promosi dan nilai *profit sharing* terhadap peningkatan volume tabungan *mudārabah* di Bank BNI Syariah KCP Ruko Megah Indah Surabaya.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah promosi dan nilai *profit sharing* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap peningkatan volume tabungan *mudārabah* nasabah di Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Ruko Megah Indah (RMI) Surabaya ?
2. Apakah promosi dan nilai *profit sharing* berpengaruh signifikan secara partial terhadap peningkatan volume tabungan *mudārabah* nasabah di Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Ruko Megah Indah (RMI) Surabaya ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian pengaruh promosi dan nilai *profit sharing* terhadap peningkatan volume tabungan *mudārabah* nasabah di Bank BNI Syariah kantor cabang pembantu RMI Surabaya adalah sebagai berikut :

1. Peneliti ingin mengetahui apakah promosi dan nilai *profit sharing* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap peningkatan volume tabungan *mudārabah* nasabah.

2. Peneliti ingin mengetahui apakah promosi dan nilai *profit sharing* berpengaruh signifikan secara partial terhadap peningkatan volume tabungan *mudārabah* nasabah.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

Peneliti sengaja mengambil penelitian tentang pengaruh promosi dan nilai *profit sharing* terhadap peningkatan volume tabungan *mudharabah* dikarenakan peneliti tertarik untuk mengetahui sejauh mana tanggapan nasabah terhadap strategi promosi yang diterapkan dan produk syariah yang ditawarkan perusahaan dalam hal ini Bank BNI Syariah KCP RMI Surabaya.

Sedangkan faktor lain yang dimungkinkan mempunyai pengaruh peningkatan volume tabungan *mudārabah* nasabah di BNI Syariah KCP RMI Surabaya, selain faktor promosi dan nilai *profit sharing* adalah *pertama* : faktor harga, dimana biaya minimum untuk membuka rekening terjangkau. *Kedua* : faktor produk, dimana produk yang ditawarkan bervariasi jenisnya dan menguntungkan, seperti tabungan berjangka, deposito, tabungan haji dll. *Ketiga* : faktor tempat, dimana tempat usaha mudah dijangkau oleh nasabah. Hal tersebut diatas sesuai dengan definisi marketing mix adalah deskriptif dari suatu kumpulan alat-alat yang dapat digunakan oleh manajemen untuk mempengaruhi penjualan yang terdiri dari *price, product, place*, dan promosi.

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat berguna bagi pihak lain dengan rincian sebagai berikut :

a. Manfaat teoritik

1. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian lanjutan atau penelitian yang berkelanjutan.
2. Mengembangkan khazanah ilmu pengetahuan dalam ekonomi syariah, yaitu *profit sharing* dan promosi dalam tujuan peningkatan volume tabungan *mudārabah* nasabah di Bank syariah.

b. Manfaat bagi praktisi

1. Pihak perbankan syariah, dapat dijadikan informasi bagi manajemen bank khususnya dalam menarik minat nasabah.
2. Memberikan kontribusi kepada para praktisi perbankan, terutama terkait dengan manajemen pemasaran perbankan syariah.
3. Hasil penelitian di atas, diharapkan berguna bagi masyarakat dan dunia praktisi dalam usaha mesyariatkan dunia perbankan sehingga dapat berkembang melalui Bank BNI Syariah KCP RMI Surabaya.