

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia perbankan Indonesia mulai menapak pada prinsip syariah, seiring dengan pembukaan Bank Muamalat pada November Tahun 1991. Istilah syariah sendiri dalam Pasal 1 (angka 13) Undang-Undang No. 10 tahun 1998, tentang Perubahan atau Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan disebutkan bahwa:

“ Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara Bank dengan pihak lain untuk menyimpan dan atau pembiayaan kegiatan badan usaha atau kegiatan lainnya yang sesuai dengan syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan dengan prinsip penyertaan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*) atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*).¹

Hal mana mengenai pembahasan syariah tentang prinsip bagi hasil tercermin dalam salah satu ayat Al-qur'an yaitu:

¹Priyonggo Suseno dan Heri Sudarsono, *Undang-Undang Peraturan Bank Indonesia, SK-DIR Tentang Perbankan Syariah* (Yogyakarta: UII Press, 2004), h.35

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعْمِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ ۖ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لِيَبْغِيَ
بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۗ
وَوَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ، وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ﴿٢٤﴾

Artinya:“ Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang bersarikah itu sebagian mereka berbuat zalim kepada sebagian lain kecuali orang yang beriman dan mengerjakan amal shaleh”.(QS. Shad:24)²

Membahas tentang ruang lingkup syariah kita tidak dapat melepas sumber dasar dari syariah itu sendiri yaitu Al-qur’an dan Al-Hadits. Aturan syariah diambil dan didasarkan atas firman Allah dan dijelaskan dalam Hadits nabi serta beberapa ijthadi para Alim ulama. Kemudian untuk menguatkan landasan secara struktral perundang-undangan pemerintah mengeluarkan peraturan perundang-undangan sebagaimana disebutkan di atas dan beberapa peraturan penunjang lain. Jadi perangkat hukumnya sudah komplit dan siap untuk dilaksanakan pada suatu perbuatan hukum yang berkaitan dengan perbankan syariah ini.

Kemajuan di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi di abad ini membuat dunia bisnis mengalami perkembangan yang luar biasa. Dan semakin beranekaragaman produk yang dipasarkan dengan perkembangan-perkembangan yang semakin bervariasi di dunia perbankan. Untuk dapat memenangkan suatu persaingan, perusahaan ataupun badan usaha-usaha perlu menerapkan etika yang tepat bagi usahanya. Ada beberapa etika yang dapat dilakukan antara lain etika pemasaran. Karena walaupun barang yang di perdagangkan sangat bagus dalam mutu, namun jika tidak memiliki etika pemasaran produk yang baik maka daya jualnya akan rendah.

²Al-Qur’an Surat Al-Shad ayat 24, *Terjemah Al-Qur’an Al-Karim* (Bandung:PT. Al-Ma’arif, 1993),h.410

Pada dasarnya kegiatan pemasaran merupakan fungsi utama dalam menentukan bisnis perusahaan. Dalam persaingan pemasaran yang begitu ketat, kadang kita menemukan perusahaan yang melakukan pemasaran tanpa memperhatikan etika. Hal ini mungkin secara jangka pendek untung, namun jika untuk jangka panjang akan rugi. Karena masyarakat akan meninggalkan perusahaan yang melakukan kegiatan yang tidak etis tersebut.

Sebuah bisnis yang baik harus memiliki etika dan tanggung jawab sosial sesuai dengan fungsinya baik secara mikro maupun makro. Dalam bisnis tidak jarang berlaku konsep tujuan menghalalkan segala cara, bahkan tindakan yang identik dengan kriminal pun ditempuh demi pencapaian suatu tujuan. Terjadinya perbuatan tercela dalam dunia bisnis khususnya pada kegiatan pemasaran, tampaknya tidak menampakkan kecendrungan tetapi sebaliknya, semakin hari semakin meningkat.

Menyadari tingkat terjadinya perbuatan tercela dalam kegiatan pemasaran, maka timbul pertanyaan bagaimana penerapan etika pemasaran Islam dan sejauh mana prinsip syariah dalam penerapan etika pemasaran Islam pada Bank Sumut Syariah Cabang Marelan Raya Medan untuk meningkatkan konten dan konteks agar nasabah terpicu. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk mengangkat penelitian berjudul **“Penerapan Etika Pemasaran Islam Pada PT. Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Marelan Raya”**.

B. Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang muncul dalam skripsi minor ini adalah:

1. Bagaimana penerapan etika pemasaran Islam pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Marelan Raya?

2. Sejauh mana prinsip syariah dalam penerapan etika pemasaran Islam Pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Marelan Raya?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, sebagai tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui penerapan etika pemasaran Islam pada PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Marelan Raya.
2. Untuk mengetahui prinsip Syariah dalam penerapan etika pemasaran Islam Pada PT. Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Marelan Raya.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian tugas akhir ini adalah:

1. Bagi penulis, selain sebagai bahan masukan juga merupakan pengalaman yang dapat menambah pengetahuan penulis khususnya mengenai dunia perbankan.
2. Bagi Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Marelan Raya, dapat menjadi salah satu sumbangan pemikiran dan informasi dalam pengambilan keputusan perusahaan.
3. Bagi akademisi, dapat menambah sarana informasi dan referensi bagi mahasiswa program Studi Perbankan Syari'ah pada khususnya dan sebagai bahan bacaan ilmiah di perpustakaan pada umumnya.

E. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif.

Melalui data deskriptif, data dikumpulkan, disusun, dikelompokkan, dianalisa, kemudian

diintegrasikan sehingga menjadi gambaran yang jelas dan terarah mengenai masalah yang diteliti.

2. Jenis Data

Jenis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah:³

- a. Data primer, data yang didapati dari sumber pertama baik individu atau perorangan seperti hasil dari wawancara atau data yang dikumpulkan secara langsung dan objek penelitian.
- b. Data sekunder, data yang didapat tidak secara langsung dari objek penelitian.

3. Teknik pengumpulan data

- a. Data dan informasi dengan bantuan bermacam-macam, buku, majalah, artikel yang berhubungan dengan judul penelitian dan dijadikan sebagai landasan pembahasan teori.
- b. Wawancara, merupakan proses komunikasi tanya jawab secara langsung untuk mendapatkan data secara detail.

4. Teknik Pengolahan dan Analisis data

Setelah data dikumpulkan, maka data tersebut diolah secara kualitatif, dan di analisis dengan menggunakan metode deskriptif yaitu menguraikan dan menggambarkan data sesuai dengan kategori dan masalah penelitian.

F. Sistematika Pembahasan

³Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*(Jakarta: PT. Raja Canfando Persada Edisi kedua,2011),h. 410

Untuk lebih lanjut dan mempermudah penulis dalam menyelesaikan permasalahan yang diteliti dengan tujuan agar nantinya penulis lebih terarah dan mudah untuk dipahami, maka penulis akan menguraikan secara sistematis dengan lima bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORITIS

Pada bab ini penulis akan menguraikan tentang pengertian etika pemasaran, pengertian etika pemasaran Islam, pemasaran bank dan lingkungan pemasaran bank.

BAB III : GAMBARAN UMUM

Pada bab ini penulis menguraikan tentang keadaan objek pembahasan yang terdiri dari sejarah, visi dan misi, struktur organisasi, serta jenis-jenis produk yang ada pada Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Marelan Raya Medan.

BAB IV : TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis menguraikan hasil penelitian tentang Etika Pemasaran Islam Pada Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Marelan Raya.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini akan menguraikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang dilakukan.