

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perbankan, sebagai salah satu bagian dari bisnis keuangan dalam masyarakat. Ciri utama dalam menjalankan bisnis perbankan adalah bersandar kepada kepercayaan. Kepercayaan tersebut seringkali menjadi sebuah momen yang dapat disalahgunakan oleh semua pihak dalam kegiatan operasional, mulai dari tingkatan karyawan sampai dengan manajemen, dengan berbagai modus operandi yang dapat merugikan masyarakat/nasabahnya. Penyalahgunaan kepercayaan tersebut merupakan kejahatan perbankan.

Mereka dalam melakukan kejahatan, karena ada kesempatan, penuh perhitungan, serta mengantisipasi kemungkinan-kemungkinan untuk menyelamatkan hasil kejahatannya apabila tertangkap. Modus untuk melakukannya berbeda dengan modus kejahatan konvensional, sedangkan nilai obyek pencuriannya sangat besar.¹

Kasus pelanggaran dan kejahatan perbankan terjadi pada nasabah Bank Riau Kepri. Pada Rabu 31 Maret 2021 Polda Riau menangkap dua mantan teller PT Bank Riau Kepri atau BRK yang berinisial AS dan NH, terduga pelaku melakukan pembobolan uang simpanan nasabah senilai Rp 1.3 miliar. Modus kejahatan keduanya baru terungkap setelah tiga nasabah BRK melaporkan ke Polda

¹ Ida Nurhayati dan Rita Farida, "Pelanggaran Etika Profesi Bankir dalam Dimensi Kejahatan Perbankan", *Epigram*, Vol. 15, No. 1, (April 2018), 73.

Riau atas berkurangnya uang tabungan mereka sebanyak Rp 9.7 juta. Mengetahui hal tersebut, ketiganya kaget, karena sejak tahun 2005 menabung di BRK mereka mengakui tidak pernah melakukan penarikan dana di rekening mereka.

Dari hasil pemeriksaan kepolisian, Kepala Bidang Humas Polda Riau, Kombes Pol Sunarto mengatakan kedua tersangka tersebut melakukan pembobolan rekening dengan memalsukan tanda tangan ketiga nasabah tersebut. Pada saat itu, pelaku berinisial AS menjabat sebagai Head Teller sedangkan rekan satunya berinisial NH yang menjabat sebagai Teller. Keduanya terbukti bersalah dengan ditemukan barang bukti berupa 135 slip transaksi penarikan uang serta buku tabungan dari ketiga nasabah.

Mantan Pimpinan Divisi Pelayanan Nasabah, juga ikut terseret dalam kasus ini, selaku atasan dari pelaku AS dan NH. Mantan Pimpinan Divisi Pelayanan Nasabah ini ditetapkan sebagai tersangka dengan kelalaiannya dalam menjalankan prosedur penarikan dana nasabah yang dilakukan kedua pelaku. Kedua pelaku saat ini telah ditahan di Mapolda Riau untuk menjalani proses hukum. Keduanya terjerat UU Perbankan, dengan ancaman maksimal 15 tahun penjara, atau denda senilai Rp 5 miliar.²

Dari kejadian kejahatan perbankan tersebut, menunjukkan bahwa didalam kejahatan perbankan para pelakunya sebagian besar adalah orang dalam atau para banker itu sendiri dengan memiliki nilai kerugian uang yang cukup besar.

² S. Dian Andryanto, "6 Kasus Pembobolan Rekening Nasabah Bank sepanjang 2021, Jebol Milliaran Rupiah," *Bisnis Tempo.CO*, diakses dari <https://bisnis.tempo.co/read/1448803/6-kasus-pembobolan-rekening-nasabah-bank-sepanjang-2021-jebol-milliaran-rupiah>, pada tanggal 13 Februari 2022 pukul 08.36 WIB.

Dalam pelanggaran perbankan bahkan sampai pada kejahatan perbankan, yang terjadi adalah suatu pelanggaran etika yang telah diketahui oleh para pelaku sebagai suatu pandangan, pedoman dalam berperilaku sehari-hari. Disinilah etika hanya sampai pada taraf diketahui, namun didalam mematuhi atau menjalankannya bisa saja ada yang menghalang-halangi atau membuat mereka tidak mematuhi.

Belum menempatkan etika sebagai pedoman yang efektif, dan lebih menyentuh kepada nilai-nilai moral perilaku individu. Belum berfungsinya kontrol internal sebagai unsur penjeratan. Untuk menghidupkan kembali paradigma kepatuhan, dengan membangun secara teratur dan meninjau kembali nilai-nilai moral, etika dengan lebih menekankan pada menanamkan budaya kepatuhan yang selaras dengan nilai-nilai masyarakatnya pada kaum professional bank.³

Masalah etika merupakan salah satu pondasi yang harus diciptakan dan dimiliki oleh setiap pelaku bisnis. Etika pada dasarnya adalah standar atau moral yang menyangkut benar-salah baik dan buruk. Etika dalam ajaran Islam menuntun seluruh aspek perilaku kehidupan manusia, hampir setiap individu berhadapan dengan berbagai permasalahan etis baik menjalankan bisnis maupun menjalankan aktivitas sehari-hari.⁴

Etika berasal dari kata Bahasa Yunani *ethos*. Dalam bentuk jamak (*ta etha*) berarti “adat istiadat” atau “kebiasaan”. Dalam kamus Inggris etika (*ethic*) mengandung empat pengertian. *Pertama*, etika adalah prinsip tingkah laku yang

³ Ida Nurhayati dan Rita Farida, “Pelanggaran Etika Profesi Bankir dalam Dimensi Kejahatan Perbankan”, *Epigram*, Vol. 15, No. 1, (April 2018), 74.

⁴ Abdul Hamid dan Muhammad Kamal Zubair, “Implementasi Etika Islam dalam Pemasaran Produk Bank Syariah”, *Jurnal Balanca*, Vol. 1, No.1, (Januari-Juni 2019), 17.

baik atau kumpulan dari prinsip-prinsip itu. *Kedua*, etika merupakan sistem prinsip-prinsip atau nilai-nilai moral. *Ketiga*, dalam kata-kata “ethics” yaitu “ethic” dengan tambahan “s” tapi dalam penggunaan mufrad atau singular, diartikan sebagai kajian tentang hakikat umum moral. *Keempat*, “ethics” yaitu “ethic” dengan tambahan mufrad (tunggal) dan jamak (*plural*), adalah ketentuan-ketentuan atau ukuran-ukuran yang mengatur tingkah laku para anggota suatu profesi.⁵

Seorang pengusaha dalam pandangan Islam tidak hanya sekedar mencari keuntungan semata, melainkan mencari keberkahan yaitu kemantapan usaha dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan mendapat ridha Allah SWT. Salah satu proses yang erat kaitannya dengan bisnis adalah pemasaran produk. Pada hakikatnya pemasaran bertujuan memberikan kepuasan pada konsumen. Meskipun demikian, pemasaran juga mendapat stigma sebagai tempat bagi para produsen mengeruk keuntungan yang sebesar-besarnya dari para konsumen. Jadi, tidak heran jika masih banyak nasabah yang menjadi korban iklan dan membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Di dalam al-Qur’an banyak dijelaskan tentang etika pemasaran, baik secara tersurat maupun tersurat.⁶

Keberadaan industri perbankan syariah yang menjunjung tinggi prinsip etika bisnis Islam adalah mutlak diperlukan sebagai fasilitator transaksi yang halal menurut syariat Islam. Angka pertumbuhan perbankan syariah menunjukkan hal yang menggembirakan akan tetapi perkembangan dari sisi kelembagaan dan produk keuangan syariah tersebut belum diimbangi dengan ketaatan terhadap etika bisnis

⁵ Nur Dinah Fauziah, dkk. *Etika Bisnis Syariah*, (Malang: Literasi Nusantara, 2019), 3.

⁶ Moh. Toriquddin, “Etika Pemasaran Perspektif Al-Qur’an dan Relevansinya dalam Perbankan Syariah”, *de Jure Jurnal Syariah dan Hukum*, Vol. 7, No. 2, (Desember 2015), 117.

syariah padahal penerapan prinsip etika bisnis syariah dalam operasional perbankan syariah mutlak diperlukan untuk mendukung kelangsungan usaha perbankan syariah di masa depan.⁷

Maka dari itu, dalam melaksanakan suatu apapun apalagi kegiatan ekonomi, Islam melarang segala perbuatan yang dapat merugikan orang lain. Begitu halnya dalam kegiatan pemasaran. Oleh sebab itu, penerapan etika penting dalam kegiatan pemasaran. Dalam hal ini etika berfungsi sebagai pemberi nilai atau menetapkan perbuatan manusia apakah termasuk perbuatan baik, buruk, mulia, hina, berguna, dan lain-lainnya.⁸

Definisi pemasaran menurut Kasmir adalah suatu usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa.⁹ Pemasaran pada intinya adalah suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari nasabah dalam rangka memberikan kepuasan yang optimal kepada nasabah.¹⁰ Marketer memiliki peran dalam mendekatkan dan mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut.¹¹

Pemasaran syariah sendiri adalah penerapan suatu disiplin bisnis strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Jadi pemasaran syariah harus dijalankan berdasarkan konsep keIslman yang diajarkan Nabi Muhammad Saw. Konsep pemasaran syariah sendiri sebenarnya tidak berbeda jauh dari konsep

⁷ Afrida Putritama, "Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Industri Perbankan Syariah", *Jurnal Nominal*, Vol. 7, No. 1, (2018), 2-3.

⁸ Fajar Budiman, "Perilaku Etis dalam Islamic Marketing", *Jurnal At-Tasyri'iy*, Vol.1, No. 1, (2020), 45.

⁹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2010), 53.

¹⁰ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 6.

¹¹ Irham Fahmi, *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*, (Bandung: ALFABETA, 2019), 93.

pemasaran yang kita kenal. Konsep pemasaran yang kita kenal sekarang, pemasaran adalah sebuah ilmu dan seni yang mengarah pada proses penciptaan, penyampaian, dan pengkomunikasian *values* kepada para konsumen serta menjaga hubungan dengan para *stakeholdersnya*.

Menurut Alom dan Haque, penerapan etika memastikan suatu perusahaan akan membawa keuntungan bagi setiap pemangku kepentingan. Menurutnya, suatu bisnis tidak boleh hanya mementingkan dan mengejar maksimalisasi keuntungan saja, tanpa mengikuti petunjuk agama. Adanya etika akan memastikan terbentuknya keseimbangan antara dimensi material dan dimensi spiritual, serta memaksimalkan kesejahteraan dunia (seperti membangun persaudaraan diantara semua pemangku kepentingan serta keadilan sosial ekonomi) dan akhirat.¹²

Dalam dunia bisnis telah muncul kesadaran akan pentingnya etika, kejujuran dan prinsip-prinsip Islam lainnya. Artinya dalam pemasaran syariah, seluruh proses baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai tidak boleh ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariat.¹³

Penerapan etika yang dilakukan dalam kegiatan pemasaran berfokuskan pada pemasaran produk tabungan multiguna. Adanya penerapan etika pemasaran produk tabungan multiguna ini memungkinkan bisa menambah jumlah nasabah yang menabung di BPRS SPM Kantor Kas Bandaran. Semakin banyak jumlah nasabah yang menabung semakin besar pula keuntungan bagi bank dan juga masyarakat lainnya. Pihak bank memanfaatkan dana tabungan tersebut bukan untuk

¹² Nurul Huda, dkk. *Pemasaran Syariah Teori & Aplikasi* (Jakarta: Kencana, 2017), 118-119.

¹³ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 20-22.

kepentingan pribadi melainkan untuk kepentingan masyarakat lain yang memerlukan dana dengan mengajukan produk pembiayaan kepada BPRS SPM Kantor Kas Bandaran. Sebagian besar dana pembiayaan, juga berasal dari dana nasabah yang menabung di BPRS SPM Kantor Kas Bandaran dengan menggunakan produk tabungan multiguna.

Tabungan multiguna adalah produk simpanan BPRS SPM Kantor Kas Bandaran untuk nasabah perseorangan, dengan menggunakan akad *wadi'ah yad dhamanah*. Dalam hal ini nasabah sebagai penitip dana memberikan izin kepada pihak bank untuk menggunakan atau memanfaatkan dana yang dititipkannya dengan konsekuensi pihak bank bertanggung jawab terhadap keutuhan dana yang dititipkan serta mengembalikan dana tersebut kapan saja nasabah memintanya. Jadi, nasabah tidak perlu takut dan khawatir dananya tidak kembali seperti salah kasus diatas, karena dana yang disimpan di BPRS SPM Kantor Kas Bandaran sudah dijamin aman karena sudah dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).

Untuk menjaga hak-hak pemasar dan menghindari setiap transaksi-transaksi yang menyebabkan penyimpangan/pelanggaran etika, tenaga pemasar BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran memiliki kaidah-kaidah dan etika pemasaran yang dapat dijadikan acuan dalam kegiatan pemasaran yang dijalankan. Nilai-nilai etika senantiasa dijalankan dalam rangka untuk pemahaman etika pemasaran syariah dan diaplikasikan kepada masyarakat/calon nasabah untuk menuju perilaku yang etis dan berdampak baik bagi BPRS SPM Kantor Kas Bandaran.

Berdasarkan konteks penelitian di atas, penulis tertarik untuk mengangkat penelitian di salah satu lembaga keuangan yang berlokasi di Bandaran yaitu BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran dengan judul penelitian “Penerapan Etika Pemasaran syariah pada Produk Tabungan Multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran”.

B. Fokus Penelitian

Dalam uraian latar belakang di atas adapun yang menjadi pokok masalah yang diambil penulis adalah:

1. Bagaimana Prosedur Pembukaan Rekening Tabungan Multiguna di BPRS SPM Kantor Kas Bandaran?
2. Bagaimana Penerapan Etika Pemasaran syariah pada Produk Tabungan Multiguna di BPRS SPM Kantor Kas Bandaran?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah ditetapkan di atas, tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana Prosedur Pembukaan Rekening Tabungan Multiguna di BPRS SPM Kantor Kas Bandaran
2. Untuk mengetahui Penerapan Etika Pemasaran Syariah pada Produk Tabungan Multiguna di BPRS SPM Kantor Kas Bandaran.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan. Adapun manfaat atau kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Dapat menambah pengetahuan di bidang keilmuan maupun pengembangan ilmiah dari penulis maupun pembaca tentang penerapan etika pemasaran di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran serta dapat dijadikan dukungan empiris yang berkaitan dengan penelitian sejenis.

2. Manfaat Praktis

Adapun manfaat penelitian secara praktis adalah sebagai berikut:

a. Bagi BPRS Sarana Prima Mandiri Bandaran

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu masukan atau sumbangan pemikiran bagi BPRS Sarana Prima Mandiri Bandaran untuk menentukan langkah-langkah selanjutnya dalam menghadapi masalah penerapan etika pemasaran syariah di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

b. Bagi Nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Bandaran

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi nasabah dan calon nasabah terkait dengan manajemen sumber daya manusia khususnya penerapan etika pemasaran syariah di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

c. Bagi IAIN Madura

Hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan referensi perpustakaan khususnya untuk jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam.

d. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan, wawasan, inspirasi dan referensi tentang penerapan etika pemasaran syariah di BPRS Sarana Prima Mandiri

Kantor Kas Bandaran atau sebagai perbandingan dalam penelitian selanjutnya yang serupa.

E. Definisi Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami judul penelitian maka, penulis mendefinisikan istilah supaya memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai pengertian judul penelitian yang di maksud adalah sebagai berikut:

1. Penerapan Etika

Yang dimaksud penerapan etika Adalah pelaksanaan, atau tindakan bagaimana cara berperilaku atau bersikap ketika menghadapi atau berkomunikasi dengan nasabah maupun calon nasabah supaya mereka merasa puas atas pelayanannya.

2. Pemasaran Syariah

Adalah suatu kegiatan baik proses, cara, ataupun perbuatan seseorang dalam memasarkan suatu barang atau jasa yang dalam pelaksanaannya berdasarkan prinsip syariah

3. Tabungan Multiguna

Adalah produk simpanan dari Bank Syariah SPM untuk nasabah perseorangan yang menginginkan kemudahan transaksi keuangan sehari-hari.

Berdasarkan definisi diatas, maka yang dimaksud penulis dalam judul “Penerapan Etika Pemasaran Syariah pada Produk Tabungan Multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran” yaitu suatu tindakan seseorang dalam

melakukan kegiatan memasarkan produk Tabungan Multiguna kepada Masyarakat atau calon nasabah dengan berperilaku yang membuat nasabah puas atas pelayannannya.