

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank syariah pertama kali hadir di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992. Kemunculan bank Muamalat Indonesia ini kemudian diikuti dengan lahirnya UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan syariah yang berakomodasi dengan prinsip bagi hasil baik bank umum maupun BPRS.¹ Bank Syariah adalah bank yang operasionalnya tanpa adanya bunga, karena didalam penghimpunan dana dan penyaluran dana tidak dipungut bunga.² Perbankan Syariah adalah sistem dasar perbankan yang didalam perkembangannya menggunakan prinsip-prinsip syariah islam. Dasar pembentukan sistem ini adalah larangan riba yang dilarang oleh agama islam yang tidak dijamin dalam sistem perbankan konvensional.³

Menurut Undang-undang Perbankan No. 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.⁴

Perbankan syariah bukan hanya diminati oleh kalangan muslim saja, namun juga dari kalangan non-muslim. Ini dibuktikan oleh banyaknya nasabah bank

¹ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenanda Media Grup, 2009), 60-61.

² Naf'an, *Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 22.

³ Ingrid Tan, *Bisnis dan Investasi Sistem Syariah*, (Yogyakarta: UAJY, 2009), 61.

⁴ Drs. Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana.2011), 30.

syariah yang beragama non-muslim yang menggunakan jasa perbankan syariah yang daerahnya adalah penduduk mayoritas non-muslim seperti Bali.

Pulau Bali adalah pulau yang memiliki penduduk dengan mayoritas non-muslim. Dengan kehadiran bank syariah umat muslim mendapatkan solusi dengan menggunakan jasa perbankan dapat terhindar dari riba. Bank syariah juga di sambut hangat dan dapat diterima oleh kalangan non-muslim.⁵

Bank syariah di bali berkembang cukup pesat, bahkan jumlah pembiayaan di Bali mencapai 22,52% tahun 2019. Dengan demikian perkembangan perbankan syariah saat ini khususnya pulau Bali menunjukkan kemajuan yang sangat pesat dan membuktikan bahwa masyarakat Bali yang mayoritas berkeyakinan hindu di Indonesia bisa menggunakan produk-produk yang penawarannya berdasarkan hukum syariah atau perbankan syariah.

Gambar 1. 1



(sumber: Jumlah nasabah BRI Syariah tahun 2019)

Bagi bank syariah, perlu dilakukannya promosi produk dan pelayanan yang baik guna untuk menarik minat nasabah. Dapat dilihat dari tahun ketahun bahwa

⁵ Rizal Yaya, Hilda, *Minat Nasabah Muslim dan Non-Muslim Menyarankan Orang lain Menjadi Nasabah Bank Syariah*, (Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).

produk yang berdasar pada syariat islam menunjukkan peningkatan yang semakin membaik, perkembangannya dilihat dari hasil total deposito yang meningkat, dan produk lain yang vukan Cuma masyarakat islam yang menggunakan namun non muslimpun demikian.

Produk menurut M Nur Rianto adalah barang atau objek fisik, jasa atau pelayanan, pengalaman, kegiatan, informasi dan ide serta bauran dari berbagai wujud tersebut.⁶ Produk mempunyai daya tarik tersendiri, karena di bank syariah dalam operasionalnya menggunakan prinsip syariah. Produk dirancang untuk mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk yang ditawarkan.⁷ Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik, nasabah akan mudah mengerti dan cepat memahami tentang produk yang ditawarkan, oleh karena itu produk sangat bergantung pada kualitas pelayanan.

Dengan perkembangan bank syariah, tentu saja akan adanya persaingan, dan untuk menghadapi persaingan itu bank perlu melakukan kombinasi setiap produk yang ditawarkan. Agar masyarakat tahu dan mempunyai minat untuk menggunakan produk yang ditawarkan perlu adanya promosi melalui media massa dan lain sebagainya.⁸

Promosi yaitu kegiatan yang dilakukan oleh suatu bank agar masyarakat dapat mengenal dan menggunakan produk yang ada bank tersebut. Promosi merupakan satu dari beberapa hal yang dilakukan untuk memperkenalkan produk

⁶ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 140.

⁷ Sangadji, Etta Mamang, dan Sopiah, *Prilaku Konsumen* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013), 15.

⁸ Daniel Ortega, Anas Alhifni, *Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah* (Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah Volume 5, 1, 2017), 88.

jasa. Selain sebagai alat interaksi antara penyedia dan pengguna jasa, promosi menjadi alat untuk mempengaruhi penyedia jasa agar jasanya digunakan.⁹ Jadi dapat disimpulkan bahwasanya promosi dan keputusan erat hubungannya dengan keputusan nasabah untuk menabung, karena penilaian nasabah untuk menggunakan jasa tersebut bergantung pada kualitas promosi yang digunakan perusahaan.

Bank BRI Syariah KCP Singaraja adalah Lembaga keuangan yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dengan persaingan yang semakin hari semakin ketat baik dalam mendapatkan nasabah yang sesuai target maupun yang lain maka promosi dan peningkatan kualitas nasabah di sesuaikan dengan prosedur bank pula. Produk penghimpunan dana yang disediakan pada Syariah KCP Singaraja antara lain yaitu produk giro, produk deposito dan produk tabungan. Pada penelitian ini hanya akan berfokus membahas produk tabungan pada bank BRI Syariah KCP Singaraja.¹⁰

Dari hasil observasi diawal yang mewawancarai beberapa nasabah Bank BRI Syariah KCP Singaraja bahwasannya memang sebagian nasabah kurang memahami produk yang ada, serta manfaat yang terdapat. Mereka menggunakan jasa perbankan karena mengikuti teman yang juga menabung di bank BRI Syariah. Di bank syariah tidak ada yang membedakan antara nasabah muslim dan non-muslim, jasa-jasa perbankan dan pembiayaan juga dapat digunakan dan dikelola oleh nasabah non-muslim.

⁹ Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Selemba Empat, 2009), 120.

¹⁰ <http://www.brisyariah.co.id/produkPerbankan.php> (diakses pada tanggal 5 Juli 2020, jam 10.00).

Dari gambaran yang dijelaskan dapat dipahami peran produk, promosi dan kualitas pelayanan sangat penting bagi perkembangan bank syariah, khususnya di Singaraja-Bali yang menarik perhatian untuk di teliti mengingat Bali adalah pulau yang mayoritas penduduknya menganut agama Hindu terbesar di Indonesia, dengan demikian peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Produk, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Bank BRI Syariah KCP Singaraja Bali)”**.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah di paparkan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan nasabah menabung di bank BRI syariah KCP Singaraja?
2. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah menabung di bank BRI syariah KCP Singaraja?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di bank BRI syariah KCP Singaraja?
4. Bagaimana pengaruh produk, promosi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah menabung di bank BRI syariah KCP Singaraja?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk membuktikan pengaruh produk terhadap keputusan nasabah menabung di bank BRI syariah KCP Singaraja.
2. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah menabung di bank BRI syariah KCP Singaraja.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di bank BRI syariah KCP Singaraja.
4. Untuk menganalisis pengaruh produk, promosi, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah menabung di bank BRI syariah KCP Singaraja.

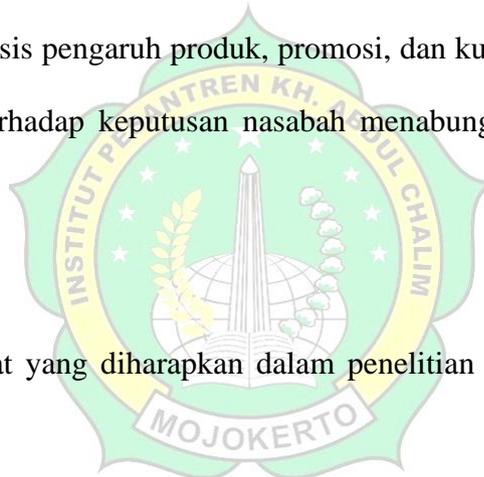
D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran atau informasi bagi perkembangan keilmuan di bidang perbankan syariah mengenai keputusan nasabah menabung di bank syariah, serta bisa menjadi rujukan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis



Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan tambahan wawasan bagi semua pihak-pihak yang berkepentingan dan untuk menambah wawasan pengetahuan tentang dunia pemasaran yang ada di perbankan syariah.

