

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia dengan sebutan negara yang memiliki keragaman suku, budaya dan agama, tercatat bahwa mayoritas penduduknya muslim. Istilah riba bagi umat muslim memiliki nilai yang buruk, hal ini yang menyebabkan adanya keresahan umat muslim dengan adanya riba pada lembaga-lembaga keuangan. Lembaga perbankan sebagai salah satu lembaga keuangan menjadi salah satu pihak yang memiliki kontribusi dalam kegiatan perekonomian negara.

Beberapa tahun kebelakang sebelum munculnya perbankan syariah, terdapat banyak keresahan dari umat muslim di Indonesia yang disebabkan dengan kemunculan riba pada perbankan. Keresahan ini membuat masyarakat lebih memilih nabung di rumah dari pada nabung di bank. Hingga pada tahun 1992 berdirilah untuk yang pertama kali lembaga perbankan syariah di Indonesia. Selama 6 tahun berjalan hingga tahun 1998, perkembangan bank syariah hanya ditujukan pada satu bank syariah saja yang sudah beroperasi yaitu Bank Muamalat Indonesia. Hal ini dapat disebabkan karena saat itu belum ada sistem bagi hasil yang diatur dalam regulasi UU No. 7 Tahun 1992 sampai UU Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan.¹

Bank syariah dapat diartikan sebagai bank tanpa riba yaitu bank yang memiliki ketentuan harus sesuai dengan prinsip syariah. Praktik bank syariah tidak ada imbalan bunga pada saat penghimpunan dana serta

¹ Zainuddin Ali, *Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), hal.88

tidak dipungut biaya ketika penyaluran dana.² Produk bank syariah dan bank konvensional baik dalam penghimpunan maupun penyaluran sebenarnya sama, namun pada bank syariah semua kegiatannya harus sesuai dengan prinsip syariah.³ Kolter dan Armstrong menyebutkan bahwa produk merupakan segala sesuatu yang memiliki daya tawar di pasaran untuk mendapat perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi sehingga memberikan kepuasan dalam keinginan atau kebutuhan seseorang.⁴

Regulasi pelayanan Bank Syariah Indonesia Kota Serang masih kurang dan memiliki kendala pada bagian penyedia layanan oleh *customer service* (CS) dan mengharuskan nasabah menunggu dalam waktu lama. Selain itu, adanya penggunaan masker oleh CS sering menimbulkan komunikasi yang kurang jelas salah satunya karena intonasi ucapan. Saat ini *banking digital* sudah tersedia dan dapat dengan mudah diakses oleh semua orang, namun pertemuan tatap muka masih diperlukan untuk kegiatan pendaftaran, intruksi tentang cara penggunaan dan penyampaian keluhan.⁵

Informasi mengenai sebuah produk yang dimiliki oleh bank perlu diketahui oleh masyarakat, khususnya meliputi manfaat, harga, dimana diperoleh dan kelebihan produk dibandingkan produk pesaing. Dalam menyampaikan informasi tersebut salah satunya melalui sarana promosi. Promosi dapat didefinisikan sebagai sebuah cara penyampaian atau

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

³ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2009), hal.72.

⁴ Philip Kolter dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsipPemasaran*, (USA: Pearson Education, 2011), hal. 224.

⁵ Yuyun Yunengsih, Suryani, Muhamad Fadil Azim. Hubungan Digital dan Kinerja Pelayanan Bank Syariah Terhadap Upaya Customer Retention di Masa Pandemi Covid-19 Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Perwakilan (KCP) Kota Serang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*.No. 1, Vol. 2 (Juni-Juli 2022).Hal.2.

pemberitahuan mengenai produk kepada khalayak umum atau calon nasabah. Artinya melalui adanya promosi maka nasabah dapat mengenal bank.⁶ Boone dan Kurtz mendefinisikan promosi sebagai fungsi penyampai informasi, proses membujuk dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.⁷

Tujuan utama promosi produk dan jasa perbankan tentu untuk menarik calon nasabah. Namun, selain peningkatan jumlah nasabah, promosi yang baik juga dapat meningkatkan citra perusahaan perbankan.⁸ Disisi lain, promosi juga dapat memberikan efek negatif jika dilakukan dengan cara tidak tepat, hal ini dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk mengambil keputusan. Beberapa sarana promosi yang dapat dilakukan pihak bank diantaranya yaitu *advertising, sales promotion, direct marketing, personal selling, publicity and guerrilla marketing*.⁹

Mengingat mayoritas penduduk kecamatan Serang beragama Islam, maka kebutuhan masyarakat mengenai keuangan syariah perlu mendapat perhatian dari pihak-pihak terkait. Berdasarkan fenomena tersebut, maka Bank Syariah Indonesia diharapkan mampu memaksimalkan peran dan fungsinya sebagai lembaga keuangan syariah. Selain itu, BSI juga disarankan untuk memaksimalkan kegiatan sosialisasi kepada masyarakat mengenai keuangan syariah yang baik. Di samping sosialisasi, kegiatan promosi juga perlu di maksimalkan agar masyarakat mengetahui dan memahami dengan baik mengenai produk dan jasa yang terdapat di Bank Syariah Indonesia. Dengan adanya sosialisasi dan promosi diharapkan

⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Prenada Media, 2004), Hal.175.

⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank*, h.175.

⁸ Boone dan Kurtz, *Pemasaran Kontemporer*, (USA: Thomson Higher Education, 2008), Hal.488.

⁹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, h.175-176.

mampu memberikan keyakinan kepada calon nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.

Penelitian Muhammad Arief Firmansyah Syarifudin menunjukkan kualitas produk paling berpengaruh diantara pengetahuan dan promosi terhadap keputusan nasabah menabung.¹⁰ Sedangkan dalam penelitian Taslim promosi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat.¹¹

Dari latar belakang diatas peneliti tertarik untuk menelaah dan meneliti, untuk menemukan fakta mengenai seberapa besar pengaruh dari produk dan promosi terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia, Maka berdasarkan dari paparan diatas, peneliti melakukan penelitiandenganjudul “PENGARUH PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA”.

B. Identifikasi Masalah

Permasalahan yang penulis ajukan ini dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Kurangnya promosi pada produk Bank Syariah Indonesia.
2. Kurangnya pelayanan pada Bank Syariah Indonesia.

C. Batasan Masalah

Mengingat banyaknya cakupan, maka perlu diadakan batasan terhadap masalah yang akan diteliti. Maka peneliti melakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

¹⁰ Muhammad Arief Firmansyah Syarifudin. “*Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar*”. (Skripsi: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. 2020)

¹¹Taslim.“*Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo*”. (Skripsi: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. 2018).

1. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Serang atau calon nasabah Bank Syariah Indonesia.
2. Variabel penelitian yang digunakan yaitu produk, promosi, dan minat nasabah.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, penulis dapat merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah produk secara parsial berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia?
2. Apakah promosi secara parsial berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia?
3. Apakah produk dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penulis dapat menyimpulkan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh produk secara parsial terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.
2. Mengetahui pengaruh promosi secara parsial terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.
3. Mengetahui pengaruh produk dan promosi secara simultan terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat yang terkandung dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a) Menambah referensi mengenai masalah seputar Bank Syariah Indonesia dan minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.
 - b) Menambah keilmuan dan wawasan untuk kemajuan pendidikan.
2. Manfaat Praktis

Penulis berpendapat bahwa temuan akhir dari penelitian ini akan menambah pengetahuan dan menjadikan referensi untuk mengetahui lebih lanjut tentang minat menjadinasabah Bank Syariah Indonesia.

G. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN TEORETIS

Pada bab ini berisi mengenai teori yang berkaitan dengan variabel penelitian yang dilakukan oleh peneliti, hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan, serta terdapat hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi uraian yang meliputi tempat dan waktu penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.

BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pada bab ini berisi mengenai gambaran umum objek penelitian, deskripsi data, uji persyaratan analisis pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian dan saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk penelitian yang akan datang.