

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Sebagai lembaga keuangan yang bertugas menghimpun dana dan menyalurkan dana dari masyarakat.<sup>1</sup> Keberadaan bank syariah belum begitu merakyat, ini dapat dilihat dari lokasi keberadaannya pada kota bisnis atau kota besar. Dari segi pelayanan pun keberadaannya tidak mampu menjangkau usaha mikro kecil ini dikarenakan usaha tersebut tidak memenuhi prosedur perbankan yang dibakukan UU.

Perbankan ekonomi Islam di Indonesia ditandai dengan perkembangan bank dan lembaga keuangan syariah. kebijakan pemerintah terhadap perbankan syariah di Indonesia terdapat dalam Undang-Undang Perbankan No. 7 tahun 1992 tentang perbankan dan Undang-Undang No. 10 tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang No. 7 tahun 1992.<sup>2</sup>

Berawal dari lahirnya bank muamalat Indonesia sebagai sentral perekonomian yang bernuansa Islami, maka bermunculan Bank dan lembaga keuangan lainnya. yaitu ditandai dengan semangat tingginya Bank Konvensional untuk mendirikan lembaga keuangan Islam yaitu Bank

---

<sup>1</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, ( Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 40

<sup>2</sup> DwiSuwiknyo, *Analisis Laporan Keuangan Perbankan Syariah*, ( Yogyakarta : Pustaka Pelajar 2010) hlm. 25

Syariah. sehingga secara otomatis sistem perekonomian Islam yang berorientasi sebagai lembaga sosial keagamaan.

Setelah perbankan konvensional berhasil membantu kebutuhan suatu negara akan lembaga keuangan. Berbagai ide untuk mengembangkan suatu lembaga keuangan dengan menggunakan sistem bagi hasilpun muncul sejak lama dinegara-negara dengan produk mayoritas muslim. Beberapa pemikir muslim telah menyampaikan ide tentang perlunya suatu Bank Islam, akan tetapi para pemikir muslim pada saat itu belum memberikan uraian yang lebih rinci mengenai konsep Perbankan Islam.<sup>3</sup> Pada tahun 1940-an, upaya untuk mewujudkan suatu lembaga secara nyata, terutama dengan berdirinya suatu lembaga keuangan yang mengelola dana jamaah haji dengan cara yang tidak sama dengan yang dilakukan oleh lembaga keuangan konvensional.<sup>4</sup>

Perbankan syariah memiliki produk penghimpun dana yang diantaranya adalah tabungan. Menurut Undang-Undang No. 10 tahun 1998 pasal 1, tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.<sup>5</sup>

Dari pengertian diatas tabungan adalah simpanan yang dapat ditarik kapan saja tetapi tidak bisa ditarik menggunakan cek, bilyet giro atau yang

---

<sup>3</sup> Nurul Huda dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam* (Jakarta : Kencana 2010), hlm. 26

<sup>4</sup> Nurul Huda dan Mohamad Heykal, hlm. 27

<sup>5</sup> Undang-undang Perbankan Nomor 10 tahun 1998

dipersamakan dengan itu. Nasabah jika ingin mengambil uang pada tabungannya harus datang langsung ke bank yang bersangkutan dengan membawa buku tabungan, mengisi slip penarikan, atau langsung melalui fasilitas ATM yang telah disediakan.

Pengertian yang hampir sama dijumpai dalam pasal 1 angka 21 Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah yang menyebutkan bahwa tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadiah atau investasi dan berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang telah disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau dengan alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.<sup>6</sup>

Perbankan syariah yang terus berkembang, menyebabkan persaingan industri perbankan yang sedemikian kompetitif yakni antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional atau sesama bank syariah dalam mendapatkan pendapatnya masing-masing. Salah satu cara yang ditempuh lembaga keuangan adalah dengan meningkatkan penghimpunan dana yang berasal dari masyarakat berupa tabungan. Begitu juga dalam meningkatkan penghimpunan dananya, Bank Muamalat Kantor Cabang Umum Cilegon menawarkan produk seperti tabungan *Ib martabe* bagi hasil mudharabah

---

<sup>6</sup> Khotibul Umam dan Setiawan Budi Utomo, *Perbankan Syariah* (Jakarta : Rajawali Pers 2017), hlm. 88-89

(marhamah) yaitu salah satu produk tabungan yang berdasarkan prinsip mudharabah muthlaqah dimana investasi yang dilakukan oleh nasabah dan pihak bank sebagai pengelola dengan nisbah bagi hasil yang telah ditentukan. Tabungan marhamah merupakan salah satu sumber pendanaan yang cukup besar, oleh karena itu Bank Muamalat Kantor Cabang Umum Cilegon senantiasa dituntut untuk melakukan usaha yang dapat menarik masyarakat untuk menabung, agar target kenarikan jumlah nasabah yang diharapkan pihak bank dapat terus meningkat dalam setiap tahunnya.

Keputusan nasabah untuk menabung merupakan efek akhir dari suatu pembelian, terdapat beberapa alasan yang menjadi pertimbangan masyarakat memutuskan untuk menjadi nasabah. Alasan tersebut salah satunya karena produk yang ditawarkan oleh suatu bank tak terkecuali Bank Muamalat Kantor Cabang Umum Cilegon menawarkan produk tabungan marhamah dengan startegi bagi hasil yang telah ditetapkan, tidak hanya itu bagi nasabah yang beruntung dan mendapatkan insentif berhadiah umroh. Tabungan marhamah sendiri sudah dijamin oleh lembaga penjamin simpanan.

Dalam menawarkan produk yang dimiliki, bank juga menginformasikan kepada masyarakat melalui kegiatan promosi. Promosi yang dilakukan oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Umum Cilegon adalah dengan melakukan sosialisasi langsung agar lebih efektif untuk calon nasabah baru yang ingin mendapatkan informasi secara jelas dan rinci, tidak hanya itu penyebaran brosur juga dilakukan dalam kegiatan promosi

tabungan marhamah. Dengan diadakannya kegiatanpromosi maka masyarakat akan mengetahui manfaat apa yang didapatkan dan menambah minat masyarakat untuk menabung. Ketika masyarakat telah memiliki informasi dari kegiatan promosi tersebut, maka tindakan masyarakat selanjutnya adalah melakukan keputusan menjadi nasabah. Adapun perkembangan jumlah nasabah tabungan marhamah di bank muamalat kantor cabang umum Cilegon dapat di lihat pada tabel berikut:

**Tabel 1.1**

**Perkembangan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Marhamah  
Bank Muamalat Kantor Cabang Umum Cilegon Tahun 2013-  
2016**

Tahun	Jumlah nasabah	Peresntase kenaikan /penuruan
2013	6479	-
2014	6973	7,6%
2015	7818	12%
2016	8119	3.8%

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa perkembangan jumlah tabungan marhamah pada tahun 2014 mengalami peningkatan sebanyak 495

nasabah atau sebesar 7,6% dan pada tahun 2015 mengalami peningkatan yang lebih besar dari tahun sebelumnya yaitu sebanyak 845 nasabah atau 12%, sedangkan pada tahun 2016 terjadi penurunan yang signifikan yaitu hanya 301 nasabah atau sebesar 3,8%. Kenaikan yang diharapkan terjadi setiap tahunnya tidak mencapai karena pada tahun 2016 perkembangan jumlah nasabah mengalami penurunan.<sup>7</sup>

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama menggunakan 2 variabel dependen dan independen yang membedakannya yaitu ada di variabel independen. Apabila penelitian terdahulu variabel independennya yaitu (X1) pengetahuan dan (X2) persepsi maka di penelitian sekarang variabel independennya yaitu (X1) produk dan (X2) promosi. Untuk objek penelitian perbedaannya yaitu: penelitian terdahulu objek penelitiannya dilakukan di Kampus UIN Banten untuk penelitian sekarang yaitu dilakukan di Bank Muamalat Kantor Cabang Umum Cilegon. Untuk periode penelitian, penelitian terdahulu hanya menggunakan 1 periode penelitian yaitu pada tahun 2017 sedangkan penelitian sekarang menggunakan 3 periode dari tahun 2013-2016.

Berdasarkan permasalahan dan latar belakang diatas, maka penulis merasa tertarik untuk meneliti mengenai “ **PENGARUH PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI TABUNGAN**”

---

<sup>7</sup> Observasi diambil dari Bank Muamalat Kantor Cabang Umum Cilegon.

# **MARHAMAH PADA BANKMUAMALAT KANTOR CABANG UMUM CILEGON”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang peneliti uraikan, maka terdapat pokok permasalahan. Adapun permasalahannya yaitu banyaknya lembaga perbankan syariah yang beroperasi secara syariah sehingga membuat persaingan antar lembaga perbankan dalam menghimpun dana dari masyarakat. Sehingga bank juga dapat menawarkan produknya dengan strategi yang lebih baik dan memperluas jangkauan dengan media promosi yang dilakukan.

## **C. Pembatasan Masalah**

Pembatasan masalah ini bertujuan agar dalam penelitian ini terfokus pada pokok permasalahan yang akan diteliti serta tidak menyimpang dalam pembahasan penelitian yang akan diteliti yaitu:

1. Peneliti hanya membahas produk
2. Peneliti hanya membahas promosi
3. Peneliti hanya membahas keputusan menjadi nasabah

## **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang dapat diteliti yaitu:

1. Apakah produk berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan marhamah pada bank muamalat kantor cabang umum Cilegon?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan marhamah pada bank muamalat kantor cabang umum Cilegon?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Setelah merumuskan perumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan marhamah pada bank muamalat kantor cabang umum Cilegon.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan marhamah pada bank muamalat kantor cabang umum Cilegon.

#### **F. Manfaat penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Secara akademis penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data bahan penyusunan skripsi sebagai salah satu persyaratan guna mencapai tujuan studi progra strata satu (S1) pada Fakultas



Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN “Sultan Maulana Hasanuddin”  
Banten.

2. Manfaat Teoris

- a. Dapat menambah pengetahuan, pengalaman dan pemahaman terhadap permasalahan yang diteliti.
- b. Untuk membentuk pola pikir yang dinamis serta untuk mengetahui kemampuan peneliti dalam mengaplikasikan ilmu yang diperoleh.

3. Manfaat Praktisi

- a. Dapat memberi jawaban terhadap permasalahan yang diteliti.
- b. Dapat memberikan masukan bagi para pihak yang berkepentingan dan referensi bagi penelitian berikutnya.

**G. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. BAB ke – satu: Pendahuluan, berisi Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Manfaat Penelitian, Kerangka Berfikir dan Sistematika Pembahasan.
2. BAB ke - dua: Landasan Teori, berisi Pengertian Produk, Pengertian Promosi dan Pengertian Keputusan Nasabah
3. BAB ke – tiga: Metode Penelitian, berisi Desain Penelitian, Jenis Pengumpulan data, Metode Analisis Data dan Operasional Variabel.

4. BAB ke – empat: Deskripsi Hasil Penelitian, berisi Gambaran Umum Objek Penelitian, Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan Penelitian.
5. BAB ke – lima: Penutup, berisi Kesimpulan dan Saran.