

BAB I

PENDAHULUAN

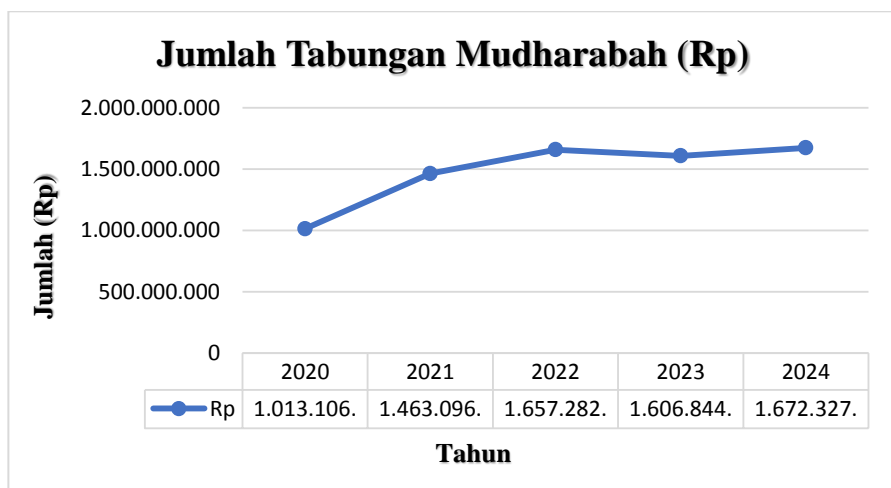
A. Latar Belakang

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia telah mengalami peningkatan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Bank syariah menawarkan layanan yang berlandaskan pada ajaran syariah Islam yang melarang praktik riba, ketidakpastian (*gharar*), serta perjudian (*maisir*). Dalam konteks ini, Bank Jabar Banten (BJB) termasuk dalam jajaran bank syariah di Indonesia yang menyediakan layanan sesuai prinsip syariat Islam. Perkembangan bank syariah yang sangat pesat, didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap keuangan berbasis syariah serta kebutuhan akan alternatif layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip Islam. Hal ini dapat dilihat dari populasi penduduk muslim Indonesia (Khasanah & Gunawan, 2021).

Produk tabungan pada bank syariah umumnya menggunakan prinsip bagi hasil. Sistem bagi hasil yang diterapkan di Bank Jabar Banten (BJB) Syariah memberikan keuntungan yang adil bagi kedua belah pihak, yaitu bank sebagai pengelola dana dan nasabah sebagai pemilik dana. Bagi hasil merupakan bentuk kerja sama yang dilakukan dengan akad mudharabah, di mana nasabah akan memperoleh bagian

keuntungan sesuai dengan dana yang disimpan melalui tabungan berbasis bagi hasil. Dalam sistem ini, pembagian keuntungan dilakukan berdasarkan nisbah atau persentase yang telah disepakati bersama pada awal perjanjian antara nasabah (*shahibul maal*) dan pihak bank (*mudharib*) tanpa adanya unsur paksaan. Menabung di bank syariah dipandang lebih aman dari perspektif Islam karena dana yang disimpan dikelola dalam usaha-usaha yang halal sehingga keuntungan yang diperoleh sesuai dengan prinsip syariah (Khasanah & Gunawan, 2021). Dengan demikian, sistem pembagian hasil yang diterapkan di BJB Syariah mendorong keputusan masyarakat untuk menabung, karena nasabah merasa memperoleh imbal hasil yang sesuai dengan kontribusi yang diberikan serta terjalin hubungan yang saling menguntungkan antara nasabah dan pihak bank.

Grafik 1.1 Jumlah Tabungan Mudharabah di BJB Syariah



Sumber: Laporan Tahunan (Bank Jabar Banten (BJB) Syariah, 2024)

Berdasarkan pertumbuhan jumlah tabungan mudharabah di Bank Jabar Banten (BJB) Syariah dalam beberapa tahun terakhir, terlihat adanya perkembangan positif di sektor perbankan syariah, meskipun disertai dengan fluktuasi pada periode tertentu. Pada tahun 2020, jumlah tabungan mudharabah tercatat sebesar Rp1,01 miliar, kemudian mengalami peningkatan signifikan pada tahun 2021 menjadi Rp1,46 miliar. Pertumbuhan ini berlanjut pada tahun 2022 yang mencapai Rp1,65 miliar. Namun, pada tahun 2023 terjadi sedikit penurunan menjadi Rp1,60 miliar, sebelum kembali naik pada tahun 2024 sebesar Rp1,67 miliar. Perkembangan ini menunjukkan adanya respons positif dari masyarakat terhadap layanan simpanan berbasis syariah. Meskipun demikian, kondisi ini juga menandakan perlunya upaya berkelanjutan agar pertumbuhan jumlah simpanan dapat lebih stabil dari tahun ke tahun, yang sekaligus menggambarkan bahwa pertumbuhan industri perbankan syariah tidak hanya tergantung pada jumlah produk yang ditawarkan, tetapi seberapa kuat sistem dan prinsip syariah yang diimplementasikan pada seluruh jenis tabungan.

Produk tabungan bank syariah yang menarik dapat mendorong nasabah untuk memutuskan menabung di bank tersebut. Produk

tabungan yang ditawarkan oleh industri perbankan syariah harus memperhatikan sistem dan prinsip yang sesuai syariah sehingga mampu meyakinkan nasabah dalam memilih produk tabungan syariah. Keputusan nasabah untuk menabung di bank berbasis syariah, dilandasi dengan teori yang mendukung kajian perilaku konsumen, yaitu *Theory of Planned Behavior (TPB)*. *Theory of Planned Behavior* yang dikembangkan Ajzen (1985) menjelaskan bahwa keputusan individu dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku yang dimiliki (Mahyarni, 2013). Teori ini relevan dalam menjelaskan faktor-faktor yang mampu mempengaruhi keputusan menabung di bank syariah. Faktor yang pertama yaitu promosi yang terbentuk dari sebuah institusi yang kemudian membentuk norma persepsi sosial dan memengaruhi sikap nasabah. Selain itu, kualitas pelayanan akan memengaruhi persepsi kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah. Sehingga promosi dan kualitas pelayanan akan memengaruhi tindakan nasabah dalam memilih/menggunakan layanan/produk. Teori ini menjadi landasan penting dalam penelitian ini untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah menabung dengan penerapan sistem bagi hasil sebagai variabel moderasi.

Berdasarkan teori dan variabel-variabel tersebut, penting untuk melihat bagaimana strategi promosi yang diterapkan oleh bank syariah

dapat memengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk jasa perbankan. Produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank syariah harus diperluas melalui upaya promosi oleh lembaga perbankan syariah. Promosi memiliki peran penting dalam meningkatkan kesediaan nasabah untuk menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan. Teori promosi yang dikeluarkan Kotler & Keller (2010) yang menyatakan bahwa promosi dapat diartikan sebagai berbagai aktivitas perusahaan yang bertujuan untuk menginformasikan manfaat produk serta membujuk konsumen agar tertarik untuk membeli (Kotler & Keller, 2010). Oleh karena itu, BJB syariah harus dapat memanfaatkan media promosi yang tersedia, seperti iklan, media cetak, media elektronik, promosi secara langsung, maupun penyelenggaraan *event*, harus dilakukan secara tepat agar promosi dapat berjalan efektif (Sari & Siregar, 2023). Promosi dilakukan untuk menyampaikan informasi, membujuk, memengaruhi, atau mendorong masyarakat agar lebih mengenal produk-produk perbankan yang ditawarkan oleh bank syariah. Penerapan strategi pemasaran yang tepat akan meningkatkan ketertarikan nasabah, yang pada akhirnya dapat meningkatkan jumlah nasabah baru serta mempertahankan nasabah lama (Ikhwan, M., & Sitohang, 2024).

Berbagai bentuk promosi yang dilakukan BJB Syariah antara lain berupa program hadiah langsung, promo potongan harga, penawaran

khusus pada momen tertentu seperti Hari Ulang Tahun Bank BJB, serta program kerja sama dengan pihak lain, misalnya dengan Rumah Zakat atau lembaga lain untuk mendukung kegiatan sosial dan keagamaan. Contoh promosi tersebut dapat berupa pemberian tiket acara, slot kegiatan olahraga, *cashback*, *voucher* belanja, atau penawaran produk pembiayaan dengan syarat yang lebih ringan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sakum dan Hidayat Iftia (2020) menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap minat menabung nasabah di Bank BJB Syariah KCP Cikarang. Promosi yang dilakukan bank mampu menarik perhatian masyarakat untuk mengenal dan mempertimbangkan produk tabungan syariah yang ditawarkan (Sakum & Iftia, 2020).

Selain promosi, pelayanan juga menjadi faktor penting dalam menarik dan mempertahankan nasabah. Pelayanan yang berkualitas diharapkan mampu mempengaruhi keputusan nasabah, dan memberikan dorongan kepada nasabah untuk menjalin hubungan yang kuat (Bella et al., 2023). Teori kualitas pelayanan dengan model SERVQUAL oleh Valarie A. Zeithaml, A. Parasuraman (1998) yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dirasakan oleh pelanggan sebagai hasil perbandingan antara harapan mereka terhadap pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan (Parasuraman et al., 1988). Selain itu, pelayanan dalam perbankan syariah berkontribusi dalam membentuk norma subjektif

nasabah, yang dipengaruhi oleh harapan sosial dan lingkungan sekitar dalam pengambilan keputusan keuangan. Dalam konteks perbankan syariah, layanan berkualitas seperti keramahan karyawan dan efisiensi transaksi berperan penting dalam memperkuat keyakinan nasabah untuk memilih produk perbankan syariah (Maslim & Andayani, 2023).

Bank Jabar Banten (BJB) Syariah juga berusaha untuk memberikan pengalaman pelayanan yang lebih personal, seperti dengan adanya layanan nasabah khusus untuk segmen tertentu, seperti layanan prioritas, layanan untuk UMKM, layanan untuk korporasi, dan layanan untuk segmen ritel dengan produk dan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing. Melalui layanan ini, nasabah merasa dihargai dan diperhatikan kebutuhan finansial mereka secara lebih spesifik. Pelayanan yang responsif terhadap pertanyaan dan kebutuhan nasabah, baik secara langsung maupun melalui saluran digital, semakin meningkatkan keputusan nasabah untuk menabung (Warsidi, 2020). Kecepatan dalam transaksi, kemudahan dalam membuka rekening, serta kenyamanan dalam berinteraksi dengan petugas adalah faktor-faktor yang sangat mempengaruhi kenyamanan nasabah dan keputusan mereka untuk menabung (Yunani et al., 2023). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sakum dan Hidayat Iftia (2020) juga menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menabung nasabah di

Bank BJB Syariah KCP Cikarang. Pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah mendorong kepercayaan dan kenyamanan nasabah dalam memutuskan untuk menabung (Sakum & Iftia, 2020).

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas serta survei yang telah dilakukan di Bank BJB Syariah cabang ini memiliki aktivitas layanan yang tinggi. Hal ini memberikan peluang bagi peneliti untuk memperoleh data dan responden yang relevan serta mendukung pencapaian tujuan penelitian. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan tentang sejauh mana tingkat pemahaman masyarakat terhadap promosi dan pelayanan, terhadap keputusan nasabah dalam menabung di BJB Syariah, serta bagaimana penerapan sistem bagi hasil dapat memperkuat hubungan tersebut. Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar dalam merumuskan strategi promosi dan peningkatan kualitas pelayanan yang lebih efektif dan sesuai dengan prinsip syariah, sehingga mampu menarik lebih banyak nasabah untuk mempercayakan dananya kepada BJB Syariah, maka penulis menetapkan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung dengan Penerapan Sistem Bagi Hasil sebagai Variabel Moderating pada Bank BJB Syariah”**.

B. Identifikasi Masalah

Permasalahan penelitian yang penulis ajukan ini dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut :

1. Jumlah tabungan mudharabah di Bank BJB Syariah periode 2020-2024 mengalami fluktuasi yang menunjukkan adanya perubahan minat dan keputusan nasabah untuk menabung.
2. Promosi yang dijalankan oleh Bank BJB Syariah berperan penting sebagai strategi pemasaran, namun pengaruhnya terhadap peningkatan jumlah tabungan nasabah masih menghadapi kendala.
3. Pelayanan yang diberikan oleh Bank BJB Syariah merupakan faktor penting dalam membentuk kepuasan dan loyalitas nasabah, tetapi kualitas pelayanan tersebut belum sepenuhnya optimal.
4. Keputusan nasabah untuk menabung di Bank BJB Syariah dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan, sehingga seringkali menimbulkan dinamika dalam jumlah tabungan.
5. Sistem bagi hasil yang diterapkan Bank BJB Syariah menjadi salah satu daya tarik utama bagi masyarakat untuk menabung karena sesuai dengan prinsip keuangan syariah. Namun demikian, penerapannya juga dapat memperkuat ataupun memperlemah pengaruh promosi dan pelayanan terhadap keputusan menabung.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian adalah nasabah yang menabung di Bank BJB Syariah Cabang Serang.
2. Data penelitian menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah.
3. Instrumen kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert* untuk mengukur persepsi responden terhadap setiap indikator penelitian.
4. Faktor-faktor yang diteliti dibatasi pada variabel promosi, pelayanan, sistem bagi hasil, dan keputusan nasabah menabung.
5. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis *Partial Least Square* (PLS-SEM) melalui aplikasi SmartPLS, sehingga data kuesioner diolah dalam bentuk numerik untuk menghasilkan kesimpulan yang objektif.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Jabar Banten (BJB) Syariah ?
2. Apakah pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Jabar Banten (BJB) Syariah ?
3. Apakah sistem bagi hasil berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Jabar Banten (BJB) Syariah?
4. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Jabar Banten (BJB) Syariah dengan penerapan sistem bagi hasil sebagai variabel moderating?
5. Apakah pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Jabar Banten (BJB) Syariah dengan penerapan sistem bagi hasil sebagai variabel moderating?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dijelaskan, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Jabar Banten (BJB) Syariah .
2. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pelayanan secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Jabar Banten (BJB) Syariah.

3. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh sistem bagi hasil secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Jabar Banten (BJB) Syariah.
4. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Jabar Banten (BJB) Syariah dengan penerapan sistem bagi hasil sebagai variabel moderating.
5. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pelayanan secara parsial terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Jabar Banten (BJB) Syariah dengan penerapan sistem bagi hasil sebagai variabel moderating.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan bisa memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan, khususnya dalam konteks pengembangan keilmuan dan peningkatan pemahaman terkait isu yang diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang terkait dengan penelitian pengaruh promosi, pelayanan dengan penerapan sistem bagi hasil sebagai variabel

moderating terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Jabar Banten (BJB) Syariah.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan peneliti tentang hal terkait lebih dalam lagi dan sebagai wadah untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama ini. Selain itu diharapkan dapat menjadi sarana belajar untuk mengidentifikasi dan menganalisis permasalahan yang ada pada perbankan syariah, sehingga dapat memperluas dan memperkaya ilmu pengetahuan.

3. Bagi Lembaga

Hasil ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan perbankan syariah di Indonesia, khususnya dalam meningkatkan kinerja melalui aspek inklusi keuangan. Hal ini berkaitan dengan upaya memaksimalkan pembiayaan, yang dipengaruhi oleh promosi dan pelayanan, dengan penerapan sistem bagi hasil sebagai variabel moderasi terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Jabar Banten (BJB) Syariah.

G. Sistematika Pembahasan

Penelitian yang akan dilakukan ini dilaporkan secara terperinci dalam lima bab dengan urutan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori-teori sebagai hasil dari studi pustaka. Teori yang didapat akan menjadi landasan pendukung mengenai masalah yang diteliti oleh penulis, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hubungan antar variabel, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang waktu dan tempat penelitian, objek dan subjek penelitian, populasi dan sampel, jenis metode penelitian, teknik pengumpulan data, operasional variabel dan indikator variabel, teknik analisis data.

BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian, analisis data, dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian yang diperoleh.