

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

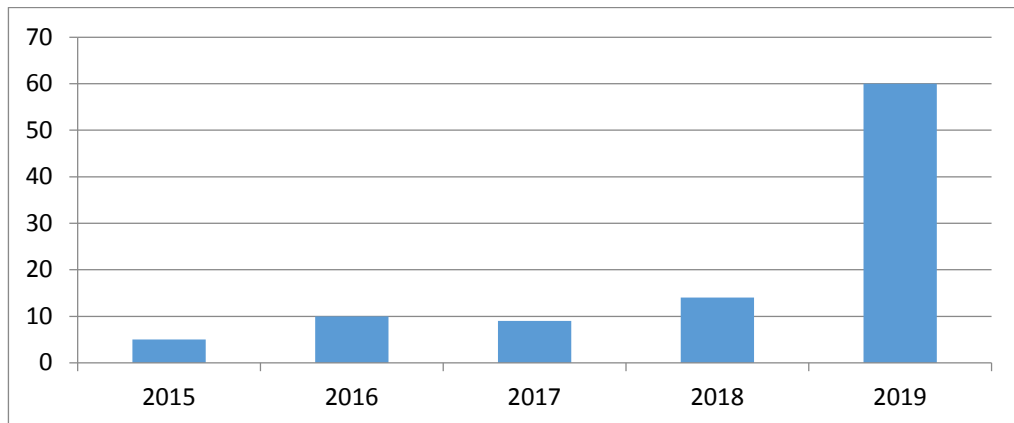
Di era globalisasi banyak perubahan yang terjadi pada kondisi perekonomian secara keseluruhan, hal ini menimbulkan suatu tuntutan yang harus dipenuhi oleh para pelaku ekonomi. Salah satunya ialah bagaimana perusahaan secara responsif menghadapi perubahan yang terjadi baik pada eksternal maupun juga internal perusahaan. (Setiyawati, 2019)

Perbankan syariah merupakan industri jasa keuangan yang tidak dapat terhindar dari perubahan tersebut. Hingga di tahun 2018 bank syariah terus mengalami perkembangan baik dalam jumlah secara nasional saat ini terdapat 14 bank umum, 21 unit usaha syariah, serta 168 BPRS yang mengalami pertumbuhan aset sebesar 10,9 persen dan pembiayaan sebanyak 7,5 persen, sementara dana pihak ketiga (DPK) tumbuh senilai delapan persen. (OJK, 2020)

Perkembangan perbankan syariah khususnya Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) juga ditandai dengan peningkatan aset yang dimiliki. Bprsyariah.com menuliskan pertumbuhan aset BPRS di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) mencapai 20% dengan total aset per Februari 2013 sebesar Rp241,8 miliar. Pada tahun 2017 pertumbuhan total simpanan dan jumlah rekening BPRS seluruh Indonesia per akhir Juni 2017 mengalami peningkatan Rp9,02 triliun atau setara dengan 11,37% yoy menjadi Rp88,3 triliun. Hingga

tahun 2018 aset BPRS tumbuh dua digit dibandingkan periode yang sama di tahun sebelumnya, mencapai Rp127 triliun atau tumbuh 11,02% yoy. (ekbis.sindonews)

BPRS Barokah Dana Sejahtera merupakan salah satu lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dan menyalurkan dana untuk masyarakat yang didirikan pada tahun 2007. Sebagai BPRS yang berkembang sudah cukup lama BPRS Barokah Dana Sejahtera. memiliki visi untuk menjadi menjadi Lembaga perbankan Syariah yang kompetitif, efisien, dan memenuhi prinsip kehati-hatian. Berdasarkan informasi dari pihak bank, memiliki 9 jenis tabungan yaitu Tabungan Berhadiah iB BDS, Tabungan Investasi Terencana (Tiara) BDS, Tabungan Titipan iB BDS, Tabungan Investasi iB BDS, Tabungan Haji iB BDS, Tabungan Sekolah iB BDS, Tabungan Pelajar iB BDS, Tabungan iB Qurma (Qurban, Walimah, dan Aqiqah) BDS, dan Deposito iB BDS. Tabungan Berhadiah iB BDS didirikan sejak tahun 2015 memiliki kurang lebih sebanyak 102 nasabah dan yang menggunakan produk Tabungan Berhadiah iB BDS sesuai kemauan sendiri lebih banyak dibandingkan menggunakan produk tabungan lainnya, seperti Tabungan Tiara IB BDS yang lama didirikan sejak tahun 2007 dengan akadnya bagi hasil, setoran yang ringan dalam jangka waktu 2 tahun tetapi banyak nasabah yang sudah tidak aktif menabung atau tidak melanjutkan, hal ini dikarenakan produk Tabungan Berhadiah dengan akadnya wadiah atau titipan, setoran awal lebih tinggi dari Tabungan Tiara IB BDS dan jangka waktunya panjang sampai 10 tahun. (bprs.bds, 2020)



Sumber : BPRS Barokah Dana Sejahtera. Diolah

**Gambar 1.1. Data Nasabah yang Memakai Tabungan Berhadiah iB BDS pada Tahun 2015-2019**

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa perkembangan jumlah nasabah yang menggunakan produk tabungan berhadiah iB BDS dari tahun 2015-2019 dapat dilihat dari tahun 2017 data nasabah yang memakai produk tabungan berhadiah menurun tetapi 2018-2019 meningkat, hal ini dikarenakan semangat para karyawan di PT. BPRS Barokah Dana Sejahtera dalam mempromosikan produk dengan harga dan kualitas produk yang baik. Ketertarikan nasabah ketika memilih produk tabungan berhadiah adalah keputusan yang benar-benar dipikirkan, dengan berkembangnya produk ini bisa menambah minat nasabah dalam menggunakan dan memanfaatkan produk tersebut. Apabila produk ini sangat bermutu maka akan membuat nasabah merasa beruntung telah memilih produk ini.

Berdasarkan banyaknya nasabah yang lebih memilih untuk menggunakan produk Tabungan Berhadiah iB BDS maka peneliti memilih produk Tabungan Berhadiah iB BDS sebagai Objek Penelitian. Produk Tabungan Berhadiah iB

BDS ialah produk yang didirikan sejak tahun 2015 termasuk tabungan cukup berkembang walaupun setoran awalnya tinggi tetapi nasabah tertarik memakai Tabungan Berhadiah iB BDS di PT BPRS Barokah Dana Sejahtera yang menggunakan prinsip *Al-Wadiah Yad Dhamanah* (titipan). Keistimewaan dari produk ini dibandingkan produk lain tidak ada potongan biaya administrasi per bulannya sehingga dana yang dititipkan oleh nasabah tidak akan berkurang, dan mendapatkan bonus per bulannya. Produk Tabungan Berhadiah iB BDS diberikan oleh BPRS Barokah Dana Sejahtera dengan tujuan memberikan kemudahan bagi nasabah untuk menarik dan menyetor tabungan kapan saja dalam waktu jangka pendek maupun jangka panjang kapanpun saat dibutuhkan atau diinginkan, tabungan dapat diakses oleh nasabah untuk melakukan berbagai transaksi seperti transfer dana antar rekening, pembayaran tagihan bulanan, isi ulang pulsa ponsel serta transaksi lainnya yang ada di BPRS Barokah Dana Sejahtera.

Hasil dari observasi wawancara pada pihak BPRS keuntungan bagi pihak bank dengan adanya produk Tabungan Berhadiah iB BDS dapat dilihat dari beberapa aspek yaitu setoran awal lumayan tinggi tetapi jangka waktu yang lebih lama dari produk lainnya, Bank dapat menggunakan dana nasabah yang ada pada tabungan untuk apa yang nasabah inginkan bisa diberi hadiah, Tabungan Berhadiah iB BDS adalah tabungan dengan prinsip Titipan dengan bonus bulanan yang berhadiah langsung yang bisa dipilih sesuai keinginan Nasabah. Tabungan dipersyaratkan mengendap dalam jangka waktu tertentu.

Keputusan nasabah dalam menggunakan suatu produk perbankan dipengaruhi oleh bagaimana kegiatan pemasaran yang dilakukan untuk

menyampaikan maksud dari strategi pemasaran mereka agar diterima oleh nasabah, maka diperlukan variabel-variabel dari bauran pemasaran yaitu promosi, harga, dan kualitas produk untuk mengetahui hal-hal apa saja yang jadi pertimbangan.

Variabel promosi merupakan variabel dari bauran pemasaran yang sangat berpengaruh dalam memasarkan suatu produk. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Marlius dan Doni (2016) yang berjudul pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap minat nasabah dalam menabung pada bank nagari cabang muaralabuh menyebutkan bahwa variabel promosi, harga, dan kualitas produk secara berpengaruh signifikan terhadap promosi. Kesimpulan promosi merupakan sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan nasabah untuk memakai produk, dengan adanya promosi maka masyarakat dapat lebih mengenal suatu produk sehingga akan menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk dari perbankan syariah.

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk jika memungkinkan) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. (Irwan, 2008). Harga dalam hal ini adalah setoran tinggi tetapi tidak ada biaya administrasi bulanan dan jangka waktu yang lama maka akan semakin menarik banyak nasabah untuk memilih produk perbankan yang bersangkutan.

Menurut Tjiptjono (2011) merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang

bersangkutan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Marlius dan Doni (2016) yang berjudul pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap minat nasabah dalam menabung pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh menyebutkan bahwa variabel produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah.

Berdasarkan latar belakang di atas pengetahuan masyarakat tentang sistem dan produk bank syariah di Indonesia masih rendah akan tetapi variabel bauran pemasaran pada umumnya dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk jasa bank syariah. Terjadi Ketidakkonsistenan pada penelitian-penelitian terdahulu maka peneliti melakukan penelitian lanjutan mengenai pengaruh dari promosi, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan. Selain itu perbedaan dengan peneliti sebelumnya yaitu penelitian yang digunakan oleh peneliti hanya variabel produk, harga, promosi dan proses yang dilakukan di BPRS Barokah Dana Sejahtera terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan Berhadiah iB BDS. Oleh karena itu penelitian ini berjudul tentang **“Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Berhadiah iB BDS”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis mengambil masalah sebagai berikut:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah Tabungan Berhadiah iB BDS di BPRS Barokah Dana Sejahtera?

2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah Tabungan Berhadiah iB BDS di PT. BPRS Barokah Dana Sejahtera?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah Tabungan Berhadiah iB BDS di PT. BPRS Barokah Dana Sejahtera?
4. Variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah Tabungan Berhadiah iB BDS di PT. BPRS Barokah Dana Sejahtera?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latarbelakang dan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Tabungan Berhadiah iB BDS di PT. BPRS Barokah Dana Sejahtera
2. Untuk mengetahui harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Tabungan Berhadiah iB BDS di PT. BPRS Barokah Dana Sejahtera
3. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Tabungan Berhadiah iB BDS di PT. BPRS Barokah Dana Sejahtera
4. Untuk mengetahui variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah Tabungan Berhadiah iB BDS di PT. BPRS Barokah Dana Sejahtera

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini memuat dua hal, yaitu manfaat teoritis dan praktis :

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai upaya mengungkapkan perkembangan Ekonomi Islam khususnya perbankan Syariah. Bagi pembacanya dapat menambah informasi, wacana mengenai keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan Berhadiah iB BDS di PT. BPRS Barokah Dana Sejahtera serta dapat menjadi referensi dan tambahan literatur bagi peneliti selanjutnya.

##### 2. Manfaat Praktis

Sebagai gambaran strategi pemasaran lembaga keuangan Syariah pada umumnya terutama BPRS dan diharapkan memberi motivasi terhadap PT. BPRS Barokah Dana Sejahtera agar selalu berkembang serta pembacanya dapat segera bergabung dalam lembaga keuangan syariah.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan penelitian ini diuraikan menjadi lima bab dengan uraian garis besar sebagai berikut:

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran dan sistematika pembahasan.

##### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI**



Bab ini berisi pembahasan tentang penelitian-penelitian terdahulu mengenai produk tabungan berhadiah dan kerangka teori yang relevan serta terkait dengan penelitian ini.

### **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini memaparkan metode penelitian yang terdiri atas pendekatan penelitian, jenis data, objek penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, skala pengukuran, dan teknik analisis data.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memaparkan hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri atas deskripsi objek penelitian, hasil analisis serta pembahasan secara mendalam dari hasil temuan, dan menjelaskan bagaimana implikasinya.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini memaparkan simpulan atas pengujian hipotesis yang dilakukan dan saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya.