

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis di era globalisasi seperti sekarang ini menjadi sangat ketat. Fenomena ini disebabkan oleh semakin banyaknya lembaga keuangan yang bermunculan. Lembaga keuangan merupakan salah satu faktor pendorong pertumbuhan ekonomi dalam suatu negara.¹ Perkembangan Lembaga Keuangan Syariah khususnya perbankan syariah setiap tahunnya semakin menjadi perhatian masyarakat luas. Dengan adanya kondisi ini membuat perusahaan untuk selalu berinovasi dan peka terhadap perubahan-perubahan yang terjadi di dalam lingkungannya untuk mempertahankan keunggulan produknya diantara para pesaing.

Pada dasarnya persaingan yang paling utama adalah bank syariah, khususnya BPRS bukanlah dengan perbankan syariah tetapi dengan perbankan konvensional itu sendiri.² Fungsi lembaga perbankan syariah disamping lembaga intermediasi juga sebagai lembaga investasi yang sangat berperan penting dalam menunjang pertumbuhan ekonomi suatu bangsa.³

Masyarakat sudah selektif dalam memilih bank mana yang akan menjadi tempat untuk menyimpan uangnya dan juga bertransaksi. Maka dari itu bank dituntut untuk terus meakukan inovasi dalam hal produk yang

¹ Warkum Sumirto, *Asas-asas perbankan Islam dan Lembaga-lembaga Terkait (BAMUI & Takaful) di Indonesia*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002, hlm. 135

² Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep Dan Strategi*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada,2015) hlm. 59.

³ <http://id.m.wikipedia.org/wiki/Perbankan-Syariah>, diakses pada tanggal 16 mei 2021

menghasilkan kualitas sangat baik, dan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Produk yang tidak dapat memenuhi kepuasan nasabah akan menjadikan nasabah berpindah bank yang dapat memenuhi semua kebutuhan dan juga kepuasan nasabah.

Kehadiran BPRS semakin menambah daftar perbankan syariah karena BPRS dalam sistem perbankan di Indonesia merupakan sebuah lembaga dalam memenuhi kebutuhan masyarakat atas transaksi pembiayaan yang tidak berbasis riba. BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah) adalah bank yang tata cara beroperasinya mengacu pada ketentuan-ketentuan islam juga fatwa DSN-MUI, yang di dalam transaksinya tidak menggunakan riba tetapi menggunakan sistem bagi hasil. BPRS juga mempunyai dua fungsi pokok dalam kaitan dengan kegiatan perekonomian mereka, yakni fungsi pengumpulan data (funding) dan fungsi penyaluran dana (financing).

Perkembangan BPRS yang semakin meningkat menyebabkan semakin banyak nya BPRS yang muncul menimbulkan persaingan yang sangat ketat antara BPRS yang satu dengan yang lainnya. Untuk memenangkan persaingan tersebut BPRS berusaha mencari strategi untuk memuaskan nasabah supaya menarik minat nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan.

Menciptakan dan juga menyediakan produk yang berkualitas adalah hal yang harus dilakukan bank maupun perusahaan. Hubungan kualitas produk dengan minat nasabah dalam menabung atau bertransaksi adalah semakin baik dan tinggi kualitas produk yang ditawarkan oleh bank akan

menjadikan minat nasabah semakin tinggi untuk menabung dan menyimpan. Dengan cara memperlihatkan kualitas produk yang dimiliki bank, maka diperlukan strategi pemasaran untuk memberikan informasi kepada masyarakat yang sudah tau ataupun belum tau tentang BPRS secara luas yaitu melalui promosi.

Promosi dilakukan perusahaan dengan tujuan memberikan informasi, mempengaruhi, membujuk serta mendorong agar mau melakukan pembelian terhadap barang atau jasa yang dipasarkan. Dengan adanya promosi perusahaan berharap dapat meningkatkan penjualan sesuai dengan target yang telah diterapkan untuk di perlakukan adanya suatu strategi pemasaran yaitu dengan menerapkan promosi yang tepat agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Promosi yang baik dilakukan dengan cara tepat dan juga terencana agar tercapainya tujuan utama yaitu dengan memberikan informasi keberadaan produk dan bank kepada masyarakat sehingga terjadi permintaan pasar yang secara tidak langsung akan memperluas pasar. Apabila tidak diadakan promosi akan membuat masyarakat bingung apa saja sebenarnya produk-produk yang ada di BPRS Al-Madinah.⁴

BPRS Al Madinah didirikan oleh BUMD dimana BPRS bisa disebut bank milik bersama daerah Kota Tasikmalaya yang diharapkan dapat mengembangkan perekonomian dalam membantu permodalan dengan pengelolaan bank secara profesional. Juga dapat memerangi segala praktek rentenir yang dinilai sangat marak, dengan adanya BPRS Al Madinah di Kota

⁴ M. Nur Rianto Al-Arif, Dasar-dasar pemasaran Bank Syariah, (Bandung: Alfabeta, 2012) hlm169.

Tasikmalaya masyarakat lebih mengenal bank dan produknya menggunakan akad sesuai syariat Islam. Ada beberapa produk yang dimiliki BPRS Al Madinah diantaranya TabunganKu IB merupakan tabungan yang diperuntukan bagi perorangan WNI dengan persyaratan yang sangat mudah dan ringan, kegunaannya untuk menabung serta meningkatkan kesejahteraan dengan prinsip syariat islam.⁵

TabunganKu IB sendiri memakai akad *Wadi'ah yad dhamanah*. Dengan ini bank bertindak sebagai penyimpan dana dan nasabah sebagai pemilik dana, produk TabunganKu IB mempunyai kelebihan yaitu dimana akad nya sesuai dengan syariat islam, kemudahan setor dengan sistem pick up service, bebas biaya administrasi dan minimal setoran awal tabungan minimal Rp. 20.000 dengan setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000 .⁶

Kualitas produk TabunganKu sangat bisa dijangkau oleh para nasabah karena selain dengan setoran awal yang hanya Rp. 20.000 juga tidak memakai administrasi perbulan. Kemudahan produk ini tabungan dapat diambil kapanpun tanpa ada jangka waktu tertentu. Apabila nasabah ingin menabung bisa langsung kepada petugas yang akan mendatangi ke rumah nasabah jadi nasabah tidak perlu jauh-jauh untuk datang ke BPRS Al Madinah.

⁵ Profil BPRS Al Madinah (<https://bprsalmadinah.co.id>)

⁶ *Ibid.*

Adapun nasabah yang menabung pada produk TabunganKu IB dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Produk TabunganKu IB BPRS Al Madinah

Tahun	Jumlah	Persentase
2017	3392	-
2018	1128	-0,06
2019	3787	2,35
2020	4046	0,06

Sumber: Wawancara Customer Service BPRS Al Madinah⁷

Dilihat dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah nasabah di BPRS Al Madinah terkhusus nasabah yang menggunakan produk TabunganKu IB mengalami penurunan yang sangat drastis di tahun 2018 sebanyak -0,06% terdapat kenaikan kembali di tahun 2019 sebanyak 2,35% dan tahun 2020 sebanyak 0,06% tetapi kenaikan jumlah nasabah di tahun ini bisa terlihat dari persentase nya untuk jumlah nasabah tidak bertambah secara baik.

Kualitas produk TabunganKu IB mempunyai permasalahan yaitu tidak adanya penawaran yang dilakukan oleh BPRS untuk menarik minat nasabah. Juga produk ini tidak memiliki kartu debit dimana nasabah akan kesulitan untuk bertransaksi di merchant-merchant, karena BPRS sendiri tidak mempunyai ATM. Kelemahan kualitas produk berpengaruh dalam perkembangan jumlah nasabah dimana pada saat nasabah tidak puas akan suatu produk secara tidak langsung nasabah pun akan memberitahu kepada yang lain bahwa produk yang ada tidak begitu baik untuk menjadi minat nasabah lain.

⁷ Hasil Wawancara Customer Service BPRS Al Madinah tanggal 19 April 2021 di BPRS Al madinah Pusat pukul 16.00

Seiring dengan perkembangan dan pertumbuhan industri perbankan syariah, BPRS Al Madinah sangat bersaing ketat untuk menarik minat masyarakat untuk menabung pada setiap bank masing-masing. Sudah dilakukan berbagai cara agar masyarakat yang telah menabung menjadi loyal serta dapat menarik masyarakat bank lain untuk memindahkan tabungannya ke BPRS, salah satu strategi yang dapat dilakukan yaitu melalui promosi dengan menawarkan produk yang dimiliki oleh suatu bank kepada masyarakat melalui media cetak maupun media sosial dan lain sebagainya. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh perbankan syariah termasuk ke dalam kegiatan manajemen pemasaran bank yang harus dilakukan secara seefektif dan seefisien mungkin sehingga tujuan bank dapat tercapai dengan baik.⁸

Promosi sudah dilakukan oleh BPRS Al Madinah melalui brosur, website, dan juga menggunakan metode jemput bola (*Personal Selling*), yaitu pihak marketing yang mendatangi nasabah secara *door to door*, dengan ini nasabah bisa secara langsung mengerti karena dijelaskan secara merinci oleh petugas BPRS Al Madinah.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu bank kepada nasabah adalah suatu hal yang penting untuk diperhatikan. BPRS Al Madinah mempunyai system yaitu jemput bola yaitu layanan ini memudahkan untuk nasabah yang akan menabung. Pada dasarnya nasabah ingin segala sesuatu yang dilakukan terkait dengan menabung itu berjalan mudah dan cepat tanpa harus memerlukan biaya lain. Namun pada kenyataannya nasabah tetap harus

⁸ Gitoudarmo, *Manajemen Pemasaran Edisi Pertama* Yogyakarta: BPFE, 2000

mendatangi kantor apabila nasabah akan mengambil uang tabungan tersebut karena belum tersedia nya mesin ATM.

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah BPRS Al Madinah hal ini bertolak belakang dengan promosi produk TabunganKu IB, karena perubahan jumlah nasabah yang terjadi pada periode 2017-2020 mengalami penurunan yang sangat drastis dan juga kenaikan yang tidak begitu meningkat, dikarenakan hanya menggunakan metode door to door, dengan tidak adanya saluran promosi melalui media lain, seperti iklan televisi, hadiah-hadiah menarik yang ditawarkan dan media sosial. Serta belum adanya ATM yang seharusnya menjadi alat bantu untuk mengambil uang secara praktis juga Mobile Banking yang belum dimiliki oleh BPRS Al-Madinah mengakibatkan susah untuk bertransaksi apabila sedang terjadi keadaan mendesak yang menjadikan kurang minatnya nasabah, untuk menabung di BPRS Al-Madinah.

Dari beberapa penelitian yang dilakukan oleh Laili dengan judul “Pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap minat nasabah menabung pada produk tabungan pendidikan di BPRS Bina Finansia Semarang “menyimpulkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan dengan minat menabung, yang berarti semakin meningkat promosi maka minat menabung akan semakin menambah.⁹

Berdasarkan hasil penelitian yang dihasilkan oleh Widhi dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Promosi Terhadap Minat

⁹ Laili Widyastuti, Skripsi:” *Pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap minat nasabah menabung pada produk tabungan pendidikan di BPRS Bina Finansia Semarang*”, (Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo ,2019).

Menabung Nasabah Pada Bank Cimb Niaga Syariah” menyimpulkan bahwa hasil promosi tidak berpengaruh pada minat menabung nasabah, karena masih ada beberapa responden yang menyatakan bahwa masih ragu-ragu terhadap produk tabungan. Oleh karena itu sebaiknya bank terus melakukan perbaikan pada promosi khususnya pada produk-produk tabungan.¹⁰

Berdasarkan dari data diatas dan berdasarkan temuan penelitian dan fenomena yang terjadi dilapangan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada Produk TabunganKu IB di BPRS Al-Madinah Kota Tasikmalaya”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap minat nasabah menabung di produk TabunganKu IB BPRS Al Madinah?
2. Bagaimana pengaruh promosi secara parsial terhadap minat nasabah menabung di produk TabunganKu IB BPRS Al Madinah?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan promosi secara simultan terhadap minat nasabah di produk TabunganKu IB BPRS Al Madinah?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan secara simultan terhadap minat nasabah menabung di produk TabunganKu IB BPRS Al Madinah?

¹⁰ Widhi Diyah Ariyanti *“Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Promosi Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank Cimb Niaga Syariah”* (Surabaya, 2015)

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang penulis lakukan adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap minat nasabah menabung di produk TabunganKu IB BPRS Al Madinah
2. Mengetahui pengaruh promosi secara parsial terhadap minat nasabah menabung di produk TabunganKu IB BPRS Al Madinah
3. Mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi secara simultan terhadap minat nasabah di produk TabunganKu IB BPRS Al Madinah?
4. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara simultan terhadap minat nasabah di produk TabunganKu IB BPRS Al Madinah?

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut :

1. Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah bahan referensi atau perbandingan penelitian selanjutnya di bidang perbankan serta mampu memberikan wawasan mengenai pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap minat nasabah pada produk TabunganKu IB di BPRS Al Madinah

2. Kegunaan Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kajian yang menarik dan dapat menambah wawasan serta cakrawala keilmuan khususnya bagi penulis, umumnya bagi pembaca.

3. Kegunaan Umum

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan, yaitu pengetahuan mengenai perbankan, khususnya pada pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap minat nasabah pada produk TabunganKu IB di BPRS Al Madinah.