

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan pendirian perbankan syariah di Indonesia dimulai pada tahun 1980 melalui diskusi-diskusi bertemakan bank Islam sebagai pilar ekonomi Islam. Kemudian pada tahun 1983 pemerintah berencana menerapkan “Sistem bagi hasil”, pada tahun tersebut BI memberikan keleluasaan kepada bank-bank untuk menetapkan suku bunga. Pemerintah berharap dengan kebijakan tersebut menciptakan kondisi dunia perbankan yang lebih efisien dan kuat dalam menopang perekonomian.

Pada tahun 1988, Pemerintah mengeluarkan paket kebijakan Deregulasi perbankan 1988 (Pakto 88) yang membuka kesempatan seluas-luasnya kepada bisnis perbankan untuk menunjang pembangunan (liberalisasi sistem perbankan). Tahun 1990, Majelis Ulama Indonesia (MUI) membentuk kelompok kerja untuk mendirikan Bank Islam di Indonesia dan menghasilkan pembentukan pendirian Bank Islam di Indonesia.

Menurut UU No.10 Tahun 1998 yang secara tegas menjelaskan tentang Perbankan yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan meningkatkan taraf hidup rakyat.¹

¹Sumber OJK 2021, [https://www.ojk.go.id/tentang-syariah/sejarah-perbankan Syariah](https://www.ojk.go.id/tentang-syariah/sejarah-perbankan-Syariah) (di akses pada tanggal 16 maret 2021 pukul 16:49 WIB)

Bank Syariah adalah bank yang menggunakan prinsip bagi hasil secara adil dengan prinsip, operasional, maupun produknya dikembangkan dengan berlandaskan pada nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Quran dan hadis Muhammad Rasulullah SAW. Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha atau kegiatan lainnya.

Hal tersebut dinyatakan sesuai dengan prinsip syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan penyertaan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*mudharabah*) atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*) atau dengan adanya pemin dahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*).²

Pada Tanggal 1 Februari 2021 bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang terkena dampak *merger* Bank.³ *Merger* adalah penggabungan dua atau lebih perusahaan, biasanya hanya satu nama perusahaan yang tetap ada, sedangkan nama perusahaan lainnya akan hilang.⁴

Salah satu tujuan dari *merger* adalah untuk meningkatkan volume bisnis dengan *merger* di harapkan biaya satuan akan menurun dan laba akan

²Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, “*Manajemen Bisnis Syariah*”, (Bandung:Alfabeta,2009),hlm.7-8.

³Sumber BSI 2021, <https://www.bankbsi.co.id/>(di akses pada tanggal 7 maret 2021 pukul 15:30 WIB)

⁴Musthaf, “*Manajemen Keuangan*”, (Yogyakarta:CV Andii Offset,2017), hlm.187.

meningkat. Keputusan *merger* tidak boleh dilihat sebagai keputusan biasa, namun disana mengandung dasar pertimbangan kuat yang mendasari keputusan tersebut.⁵ Keputusan *merger* memang memiliki nilai strategis dan bertujuan ingin memberikan nilai maksimal kepada perusahaan termasuk menaikkan kembali nilai profatibilitas yang telah menurun.

Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lengkap, jangkauan lebih luas serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan Umat yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan Ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas.

Keputusan nasabah merupakan suatu proses pemilihan dan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk yang di inginkannya. Supaya pihak manajemen dapat memahami dan mengerti akan keinginan serta kebutuhan nasabah sekarang dan di masa yang akan datang.⁶ Maka dari itu keputusan ini suatu pilihan yang dibuat diantara satu atau lebih alternatif yang tersedia agar pihak bank memiliki keunggulan yang dapat memenuhi kebutuhan para nasabahnya.⁷

Persaingan dalam menghimpun nasabah yang dilakukan oleh beberapa bank dalam proses mempertimbangkan, menggunakan, serta memilih produk

⁵A. Hasyimi Ali," *Manajemen Bank*", (Jakarta,Bumi Aksara, 1992), hlm.181.

⁶Sutisna,"*Perilaku konsumen dan Komunikasi Pemasaran*",(Bandung:PT.Remaja Rosdakarya, 2002),hlm.15.

⁷Dedy Ansari Harahap dan Dita Amanah. "*Pengantar Manajemen*",(Bandung: PT ALFABETA, 2018),hlm.169

dan jasa perbankan syariah. Secara garis besar faktor-faktor tersebut yaitu promosi, Lokasi, dan Gaya Hidup .⁸

Promosi suatu cara tepat dan ampuh dalam menarik serta memberitahukan suatu produk kepada masyarakat atau calon nasabah, tanpa adanya promosi masyarakat tidak akan mengetahui dan mengenal bank.⁹ Oleh karena itu, promosi sarana paling ampuh dalam menarik dan mempertahankan nasabahnya yang bertujuan menginformasikan produk ciptaannya kepada konsumen agar berusaha menarik calon nasabah baru.¹⁰

Promosi yang dilakukan Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Palembang Veteran beraneka ragam seperti halnya periklanan, penjualan pribadi dan promosi penjualan dll. Maka hal ini menandakan bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Palembang Veteran menggunakan media sosial sebagai sarana dalam menarik para nasabahnya untuk menggunakan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Palembang Veteran.

Keberadaan lokasi menjadi salah satu faktor Penting dalam mempengaruhi nasabah. Semakin dekat lokasi bank dengan nasabah, maka akan lebih mudah mempengaruhi intensitas nasabah untuk datang ke Bank tersebut. Lokasi Bank Syariah Indonesia Kantor cabang Pembantu Palembang Veteran yang strategis dan mudah dijangkau berdekatan dengan keramaian

⁸Roni Andespa, “*Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di bank syariah*”, Jurnal, Vol. 2 No. 1 Januari-Juni 2017

⁹Kasmir, “*Manajemen Perbankan Edisi Revisi*”,(Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2012) .hlm.175.

¹⁰D.Made Dharmawati, “*Kewirausahaan*”,(Depok Jawa Barat:PT Rajagrafindo persada,2019),hlm.296.

membuat nasabah bisa mempertimbangan untuk memilih bank Syariah Indonesia Kantor Cabang pembantu Palembang Veteran. Sehingga, nasabah tidak kecewa memperoleh pelayanan yang cepat sesuai dengan keinginan nasabah.¹¹

Ada banyak faktor yang dapat mempegaruhi keputusan nasabah selain promosi dan lokasi yaitu Gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang mengalokasikan pendapatnya dan memilih produk atau jasa dan berbagai pilihan lainya ketika memilih alternatif dalam satu kategori jenis produk yang ada.¹² Jadi, dengan adanya gaya hidup yang dimiliki nasabah maka nasabah akan memilih bank dan produk yang digunakan seperti nasabah yang memiliki gaya hidup.

Penelitian mengenai promosi, lokasi, dan gaya hidup telah memiliki banyak ragam dan jenis dengan berbagai objek penelitian yang juga beragam, berdasarkan hasil penelitian terdahulu, hasil penelitian empiris yang ada tidak selalu memiliki kesamaan dan mengindikasi adanya *research gap* dari variabel yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah.

Tabel 1.1
Research Gap Promosi terhadap keputusan nasabah

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Promosi Terhadap keputusan Nasabah	Pengaruh positif promosi terhadap keputusan nasabah.	1. Kurniati (2017) 2. Permata Shanti Nurma Ashari (2018)
	Pengaruh negatif Promosi terhadap keputusan nasabah.	1. Dianah (2015)

Sumber: Diperoleh dari Jurnal dan Skripsi 2020-2021

¹¹Kasmir, "Kewirausahaan", (Jakarta. PT Raja Grafindo, 2013), hlm 140-141.

¹²Tatik Suryani, "Prilaku konsumen implikasi pada strategi pemasaran", (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm. 73.

Pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah yang diteliti oleh Kurniati dan Permata Shanti Nurma Ashari menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dianah yang menunjukkan bahwa promosi berpengaruh negatif terhadap keputusan nasabah.

Tabel 1.2
Research Lokasi terhadap keputusan nasabah

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Nasabah	Pengaruh positif Lokasi terhadap keputusan nasabah.	1. Maduretno Widowati (2017)
	Pengaruh negatif lokasi terhadap keputusan nasabah.	1. Farli Maria V.J (2015)

Sumber: Diperoleh dari Jurnal dan Skripsi 2020-2021

Pengaruh Lokasi terhadap keputusan nasabah yang diteliti oleh Maduretno Widowati dan Agus Budi Purwanto menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Farli Maria V.J yang menunjukkan bahwa promosi berpengaruh negatif terhadap keputusan nasabah.

Tabel 1.3
Research Gap Gaya hidup terhadap keputusan nasabah.

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Nasabah	Pengaruh positif gaya hidup terhadap keputusan nasabah.	1. Misna Febriana Wahidah (2018) 2. Umi Amritaningsih (2016)
	Pengaruh negatif gaya hidup terhadap keputusan nasabah.	1. Venny Rizky Amalia Aziz (2015)

Sumber: Diperoleh dari Jurnal dan Skripsi 2020-2021

Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan nasabah yang diteliti oleh Misna Febriana dan Umi Amritaningsih menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Venny Aziz yang menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh negatif terhadap keputusan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik mengambil judul penelitian yang berjudul “*Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Palembang Veteran*”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Palembang Veteran?
2. Apakah Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Palembang Veteran?
3. Apakah Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Palembang Veteran?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada perumusan masalah diatas, maka Tujuan penelitian dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Palembang Veteran?
2. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Palembang Veteran?
3. Untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Palembang Veteran?

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kegunaan atau manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembang ilmu pengetahuan tentang kajian perbankan Syariah sebagai salah satu bagian dari ekonomi Islam.

2. Manfaat praktis

a. Bagi penulis

Untuk membandingkan konsep-konsep yang telah dipelajari sebelumnya dengan prakteknya di dunia nyata yang tidak ada kaitannya dengan bagaimana pengaruh promosi, Lokasi dan Gaya

Hidup terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Palembang Veteran, disamping itu juga untuk mendapatkan gelar S1.

b. Bagi dunia perbankan

Untuk memberi masukan yang berguna agar lebih meningkatkan kinerja Bank Syariah Indonesia yang ada di Indonesia dengan mengembangkan industri perbankan syariah di Indonesia.

c. Bagi akademis

Menambah khazanah pengetahuan dalam mengetahui bagaimana pengaruh promosi, Lokasi dan Gaya Hidup terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Palembang Veteran sebagai masukan pada penelitian dengan topik yang sama pada masa akan datang.

d. Bagi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Palembang Veteran

Kepada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Palembang Veteran sebagai bahan informasi dan untuk mengetahui apakah promosi, lokasi dan Gaya Hidup berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Palembang Veteran.

E. Sistematika Penulisan

Memberikan sebuah gambaran mengenai penelitian yang dilakukan, Maka disusunlah sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai

materi dan hal-hal yang di bahas per masing-masing Bab. Sistematika penelitian dalam penelitian ini disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Meliputi Pendahuluan, bab ini merupakan pengantar yang berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Meliputi landasan teori, bab ini memuat deskripsi ilmiah tentang tema dalam penelitian ini yaitu pengaruh promosi, lokasi, dan gaya hidup terhadap keputusan menjadi nasabah

BAB III METODE PENELITIAN

Menggambarkan kondisi objektif lokasi penelitian, bab ini memuat data objektif yang digunakan untuk penelitian keputusan menjadi nasabah

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi Pembahasan, bab ini memuat pembahasan dalam penelitian berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah dan tujuan penelitian itu sendiri serta memaparkan hasil selama penelitian.

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan untuk penelitian selanjutnya.