

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Penduduk masyarakat Indonesia mayoritas beragama Islam terbesar di dunia, kehadiran Bank yang berdasarkan syariah masih relatif baru, yaitu baru pada awal tahun 1990. Lahirnya Bank Syariah pertama di Indonesia yang merupakan hasil kerja tim perbankan MUI adalah dengan dibentuknya PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI). Saat ini BMI telah memiliki puluhan cabang yang tersebar di beberapa kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, Makassar dan kota-kota lainnya.<sup>1</sup>

Perbankan Syariah adalah salah satu sistem perbankan nasional memerlukan berbagai sarana pendukung supaya dapat memberikan kontribusi yang maksimum bagi pengembangan ekonomi nasional. Pengakuan atas keberadaan bank syariah semakin ditegaskan dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah dan telah disahkan undang-undang tersebut jasa perbankan syariah menjadi semakin diterima dan diakui oleh masyarakat sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi yang optimal dalam menunjang pembangunan ekonomi nasional. Prinsip utama operasional bank syariah adalah hukum Islam yang bersumber pada Alquran dan hadis. Perbedaan utama antara kegiatan bank syariah dengan bank konvensional yaitu terletak pada sistem pemberian imbalan atau jasa dari dana. Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya bank syariah tidak menggunakan sistem

---

<sup>1</sup> Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan.*, (Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2002), hlm. 215

bunga dalam menentukan imbalan atas dana yang digunakan atau dititipkan oleh suatu pihak.<sup>2</sup>

Sebagaimana didalam Al-Quran menjelaskan bahwa riba itu hukumnya haram, baik yang memberikan tambahan maupun yang menerimanya. Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 275)

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ  
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ<sup>ج</sup> ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ  
وَحَرَّمَ الرِّبَا<sup>ب</sup> فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ<sup>ه</sup> فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ<sup>ص</sup>  
وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ<sup>ط</sup> هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : “orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”

Fenomena sektor bisnis perbankan syariah memiliki peranan yang sangat penting dalam aktivitas perekonomian Indonesia. persaingan antar bank sangat ketat dalam menarik minat nasabah untuk menabung di bank syariah. Maka dari itu bank untuk bertindak secara cepat, tanggap dan inovatif dalam upaya

<sup>2</sup> Totok Budisantoso & Nuritomo, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. (Jakarta : Salemba Empat, 2017), hlm. 206

menemukan terobosan baru dalam sistem pemasaran.<sup>3</sup> Salah satu cara untuk menarik minat nasabah untuk melakukan keputusan menabung di perbankan syariah yaitu dengan cara melakukan promosi mengenai produk yang dipasarkan, kemudahan dalam bertransaksi serta memberikan pelayanan yang memuaskan terhadap yang dibutuhkan nasabah.

Dalam mengambil sebuah keputusan untuk menggunakan suatu produk atau jasa perbankan syariah terdapat faktor-faktor yang mempengaruhinya. Perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menentukan produk/ jasa termasuk proses pengambilan keputusan menabung dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut.<sup>4</sup> Dalam pandangan ilmu ekonomi islam perilaku seorang konsumen haruslah dapat mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Dengan artinya segala tindakan dan kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sesuai dengan perintah Allah SWT dan tidak melanggar segala yang dilarangnya.<sup>5</sup>

Kegiatan promosi yang dilakukan bank ialah penggunaan kombinasi dari unsur-unsur peralatan promosi yang mencerminkan pelaksanaan kebijakan promosi dari perbankan yang lebih dikenal dengan bauran promosi. Dengan demikian bank akan berusaha mempengaruhi nasabah untuk memutuskan

---

<sup>3</sup> Misna Febriana Wahidah, *Analisis pengaruh promosi, motivasi dan gaya hidup terhadap keputusan nasabah menggunakan produk bank syariah dengan minat sebagai variabel intervening*: Salatiga, 2018

<sup>4</sup> Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011), hlm 41

<sup>5</sup> Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta:PT. Raja Grafindo, 2006), hlm 3

pembelian produk perbankan yang ditawarkan.<sup>6</sup> Dengan menerapkan kebijakan promosi yang tepat akan menghasilkan target pasar yang diinginkan dan menciptakan *image* yang baik bagi perusahaan. Adapun kebijakan promosi yang dilakukan yaitu melalui periklanan, penjualan personal, promosi penjualan dan hubungan masyarakat.<sup>7</sup>

Permasalahan yang terjadi dikarenakan banyak produk yang ditawarkan oleh pihak bank sehingga membuat nasabah bebas menentukan keputusan untuk memilih bank yang diinginkan. Kompetisi antar bank sangat ketat dikarenakan banyak perusahaan yang bergerak pada bidang perbankan. Maka dari itu Bank Sumsel Babel Syariah untuk lebih teliti dan meningkatkan strategi promosi yang baik sehingga nasabah ingat akan merek dan memfokuskan dalam persaingan antar produk.<sup>8</sup> Apabila bank tidak melakukan kebijakan promosi dengan tepat akan berdampak pada berkurangnya jumlah nasabah pada bank.

Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai pengaruh bauran promosi terhadap keputusan menabung mendapatkan hasil sebagai berikut.

---

<sup>6</sup> Sofian A, *Managemen Pemasaran, Dasar, Konsep, Dan Strategi*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2010. hlm.265)

<sup>7</sup> Mawardi, “ *Pengaruh Promosi Tabungan Bank Sumsel Babel Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Palembang*”. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Vol. 4, No.1, 2018, hlm 45

<sup>8</sup> Moh Fauzan, Ubay Harun dan Sofyan Bachmid, “ *Pengaruh Bauran promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Tabungan ib Hasanah Pada PT. BNI Syariah Cabang Palu*”. Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah Vol. 1 No.1, 2019 ,hlm 40.

**Tabel 1.1**  
**Research Gap**  
**Bauran Promosi terhadap Keputusan Menabung**

	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Peneliti</b>
Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Menabung	Variabel bauran promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan menabung	Moh Fauzan, Ubay Harun dan Sofyan Bachmid (2019)
	Tidak berpengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap keputusan menabung	Anisya Rahmawati (2019)

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2021

Kelompok referensi adalah individu atau sekelompok orang yang secara signifikan mempengaruhi perilaku seseorang. Seseorang menggunakan kelompok referensi sebagai perbandingan untuk membentuk respon afektif, kognitif, dan perilaku<sup>9</sup>. Kelompok referensi berfungsi sebagai pengambilan keputusan dalam pembelian produk dan jasa dari perspektif pemasaran. Timbulnya keputusan pada diri seseorang tidak hanya dipengaruhi oleh keinginan pribadi tetapi juga dilatari oleh faktor eksternal.<sup>10</sup>

Terdapat beberapa bentuk kelompok referensi yang dapat mempengaruhi nasabah dalam pembelian produk/jasa yaitu keluarga, kelompok pertemanan, kelompok belanja, kelompok kerja dan komunitas. Seorang pemberi opini ini

<sup>9</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2015) hlm 307

<sup>10</sup> Kristiyadi dan Sri Hartiyah, "Pengaruh Kelompok Acuan, Religiusitas, Promosi dan Pengetahuan Tentang Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Koperasi Jasa Keuangan Syariah" (*Studi Kasus Pada BMT TAMZIS Wonosobo*). Jurnal Ekonomi dan Teknik Informatika Vol 5, No. 9, 2016. Hlm 46

ialah orang yang sering kali mampu mempengaruhi sikap atau perilaku individu untuk memutuskan melakukan pembelian produk/jasa.<sup>11</sup>

Permasalahannya dalam memutuskan pembelian sebuah produk seorang calon nasabah akan mencontoh pihak-pihak yang dijadikannya sebagai panutan dalam mengambil keputusan untuk menabung di Bank Sumsel Babel Syariah. Calon nasabah akan meminta pendapat orang-orang terdekat seperti keluarga, teman dan kelompok masyarakat yang menggunakan jasa perbankan syariah.<sup>12</sup> Maka dari itu pengaruh yang diberikannya menjadi sangat penting untuk diketahui oleh pihak Bank Sumsel Babel Syariah supaya pihak bank lebih meningkatkan kualitas produk dan pelayanannya dalam menarik nasabah untuk memutuskan menabung di bank tersebut.

Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan menabung mendapatkan hasil sebagai berikut

**Tabel 1.2**  
**Research Gap**  
**Kelompok Referensi terhadap Keputusan Menabung**

	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Peneliti</b>
Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Keputusan Menabung	Pengaruh positif dan signifikan antara kelompok referensi terhadap keputusan menabung	Wahyu Utami, Marijati Sragen dan M. Yudy Rachman (2015)
	Tidak berpengaruh signifikan	Melina Agustina

<sup>11</sup>Elsa Wilna, Nawazirul Lubis dan Bulan Prabawani, "Pengaruh Promosi dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Tabungan Simpedes Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Brigjen Sudiarto Semarang". Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Vol, 4 No 2. 2015, hlm 4

<sup>12</sup> *Ibid*, hlm 2

	kelompok referensi terhadap keputusan menabung	Rahayu, Mustika Widowati dan Jati Handayani (2021)
--	--	--

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2021

Pada penelitian Moh Fauzan, Ubay Harun dan Sofyan Bachmid menggunakan nasabah Bank BNI Syariah Cabang Palu sebagai objek penelitian, tahun penelitian 2019, menggunakan teknik pengambilan sampel *insidental sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bauran promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan menabung.<sup>13</sup> Sedangkan dalam penelitian Anisya Rahmawati menggunakan masyarakat muslim Boyolali yang menabung di Bank Syariah sebagai objek penelitian, tahun penelitian 2019 dan menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung.<sup>14</sup> Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu tahun penelitian yang akan dilakukan pada tahun 2021, menggunakan objek nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang.

Pada penelitian Wahyu Utami, Marijati Sragen dan M. Yudy Rachman menggunakan nasabah bank syariah di Kota Banjarmasin sebagai objek penelitian, tahun penelitian 2015 dan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kelompok

<sup>13</sup> Moh Fauzan, Ubay Harun dan Sofyan Bachmid, “ Pengaruh Bauran promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Tabungan ib Hasanah Pada PT. BNI Syariah Cabang Palu”. Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah Vol. 1 No.1, 2019 ,hlm 48.

<sup>14</sup> Anisyah Rahmawati, *Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating*: Salatiga, 2019

referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung.<sup>15</sup> Sedangkan dalam penelitian Melina Agustina Rahayu, Mustika Widowati dan Jati Handayani menggunakan nasabah PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Semarang, tahun penelitian 2021 dan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dan *accidental sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kelompok referensi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.<sup>16</sup> Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu tahun penelitian yang akan dilakukan pada tahun 2021, menggunakan objek nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas dan didukung oleh adanya *research gap* dari penelitian-penelitian terdahulu maka penulis tertarik akan melakukan penelitian dengan mengangkat judul “Pengaruh Bauran Promosi Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang”.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana tehnik bauran promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang?

---

<sup>15</sup> Wahyu Utami, Marijati Sangen dan M. Yudy Rachman, “*Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi Dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin)*”. Jurnal Wawasan Manajemen Vol. 3, No 1, 2015, hlm 80.

<sup>16</sup> Melina Agustina Rahayu, Mustika Widowati dan Jati Handayani, “*Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif, Motivasi, Kelompok Referensi, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung*”. Journal of Islamic Economics and Banking Vol. 2, No. 1, 2021, hlm 1.



2. Bagaimana pola kelompok referensi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang?
3. Bagaimana mekanisme bauran promosi dan kelompok referensi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana tehnik bauran promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang.
2. Untuk mengetahui bagaimana pola kelompok referensi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang.
3. Untuk mengetahui bagaimana mekanisime bauran promosi dan kelompok referensi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Memberikan informasi mengenai keputusan nasabah menabung serta menambah ilmu pengetahuan atau bahan-bahan informasi yang dapat digunakan untuk melaksanakan kajian dan penelitian selanjutnya.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan untuk memberikan informasi pada manajemen PT. Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang agar meningkatkan strategi bauran promosi guna meningkatkan keputusan menabung di Bank Sumsel Babel Syariah.

### b. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan, pengalaman, penerapan dalam melakukan penelitian serta mensosialisasikan pengetahuan yang diperoleh selama menjalani perkuliahan. Dan hasil penelitian agar dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

### c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan menambah wawasan, informasi dan ilmu pengetahuan dalam penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menabung.

## **E. Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan latar belakang masalah penelitian, perumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II KERANGKA TEORI / LANDASAN TEORI**

Bab ini berisikan tentang penjelasan dari beberapa teori dan dari berbagai sumber referensi buku atau jurnal yang relevan dengan

masalah yang ingin diteliti, penelitian sebelumnya akan menjadi landasan penulis untuk melakukan penelitian ini serta pengembangan hipotesis penelitian yang akan diuji dan juga kerangka teori.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang desain penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini terdiri dari gambaran umum tentang objek penelitian, karakteristik responden, hasil analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini merupakan bab terakhir yang meliputi kesimpulan yang menunjukkan hipotesis mana yang didukung oleh data. Saran-saran yang berisikan keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran bagi penelitian yang akan datang.