

**PENGARUH PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK
BRI SYARIAH PALEMBANG**



Oleh :

BELLA SAFIRA RAMADHAN

NIM: 1730601015

TUGAS AKHIR

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang Untuk
Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar**

Ahli Madya (A.Md)

PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

2020

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor perbankan merupakan bentuk jasa dalam bidang bisnis dan sebagian salah satu unsur yang memiliki peran penting dalam menunjang kelancaran pembangunan pemerintahan. Kegiatan pemerintah dalam melakukan pembangunan tidak terlepas dari keberhasilan kinerja dunia perbankan untuk menghimpun dana dari masyarakat.¹

Melihat dari fungsi utama sebuah bank sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.²

Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah untuk mengarahkan seorang atau organisasi terhadap tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran .³ Dengan kata lain promosi juga merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang aktivitas pemasaran berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk maupun meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia

¹heri sudarsono, *bank dan lembaga keuangan syariah*(yogyakarta2008,hal43)

²Ibid, h. 2.

³Swstha,basu dan Irwan, *asas-asas marketing*, (Yogyakarta,2005,hal 349)

menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan .⁴

Sedangkan produk menurut kotler Amstrong adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan, perhatian, akusisi, penggunaan atau konsumsi yang mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan.⁵

Dalam menunjukan produk yang dimiliki bank juga harus memberikan informasi kepada masyarakat melalui promosi. Promosi yang dapat dilakukan bank harus memberikan informasi yang tepat dimana komunikasi berperan penting. Dalam hal ini promosi menjadi suatu yang berharga. Dengan diadakan promosi maka masyarakat mengetahui apa saja produk yang diberikan bank kepada masyarakat agar masyarakat minat untuk menabung di bank tersebut.⁶

Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Keputusan juga harus menjawab pertanyaan, tentang apa yang harus dan dilakukan dan apa yang dibicarakan dalam hubungannya dengan perencanaan. Keputusan dapat merupakan tindakan terhadap pelaksanaan

⁴*Ibid hal 32*

⁵ *Phiplin kotler dan gary amstrong, prinsip-prinsip pemasaran, ter arum, (usa pearson rducation, 2011) 224*

⁶*Ibid hal 89*

yang sangat menyimpang dari rencana semula. Keputusan yang baik pada dasarnya dapat digunakan membuat rencana dengan baik pula.⁷

Keputusan yang dibuat untuk menggunakan suatu produk atau jasa oleh konsumen (nasabah) muncul dari faktor-faktor tertentu. Proses pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen sering kali mengalami masalah yang didasarkan faktor kompleks yang menyangkut berbagai macam hal penentu keputusan tersebut. Oleh karena itu diharapkan pihak manajemen bank bisa lebih memahami apa saja faktor-faktor yang paling mempengaruhi dalam keputusan nasabah dalam melakukan pembelian (menggunakan produk/jasa bank) sehingga pihak pemasaran bank dapat lebih mudah memahami dalam pemenuhan keinginan konsumen (nasabah). Faktor-faktor yang mempengaruhi berupa rangsangan pemasaran ekonomi, teknologi, politik, sosial, budaya, dan yang terpenting adalah karakteristik konsumen (nasabah) itu sendiri.⁸

Seperti yang telah difirmankan oleh Allah SWT dalam surah Al-Isra' ayat 29, sebagai berikut:

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا ٢٩

Yang artinya: *“Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal”*. (Al-Isra' : 29)

⁷ Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), 62

⁸ Etta Mamang Sangaji Dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), 121.

Dan Rasulullah SAW juga menganjurkan kepada kita untuk menabung selagi kita tidak mempunyai keperluan yang mendesak untuk berbelanja. Rasulullah SAW bersabda: *“berhemat (ekonomis) adalah separuh dari kehidupan. Barang siapa yang berhemat akan dikayakan oleh Allah dan barang siapa yang boros maka Allah akan memberikan kemiskinan baginya”*. (HR. Al-Bazzar).

Pada dasarnya bank adalah badan usaha yang bergerak dibidang pelayanan jasa sehingga setiap bank diharapkan memberikan layanan baik produk maupun jasa yang maksimal bagi nasabah sehingga menciptakan kepuasan tersendiri. Konsumen yang merasa puas cenderung akan loyal (setia) dalam menggunakan jasa dari bank tersebut. Hal ini tentu menjadi faktor pendorong tersendiri bagi masyarakat untuk memutuskan akan menabung di bank yang menurut calon nasabah baik dan tepat, mengingat begitu banyak bank konvensional maupun syariah. Pada BRISyariah Palembang merupakan unit usaha yang bergerak secara khusus melayani jasa perbankan nasabah berdasarkan prinsip syariah yang menyediakan berbagai produk penghimpunan dana kepada masyarakat yang berprinsip pada syariah yaitu produk, giro, deposito dan tabungan. Dalam hal ini penelitian ini dikhususkan pada produk tabungan diantaranya adalah tabungan Faedah, Ib,

dan Tabungan haji.⁹

Dalam perjalanannya, Bank BRISyariah Palembang di dunia perbankan, tidak terlepas dari upaya meningkatkan pengarahannya ke masyarakat melalui serangkaian kebijakan pemerintah dalam hal moneter perbankan. Dengan target pencapaian peningkatan jumlah nasabah. Melihat kondisi tersebut, seluruh institusi perbankan termasuk Bank BRISyariah Palembang berlomba-lomba dan bersaing memasarkan produk tabungan yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat. Promosi dan Produk merupakan dua hal yang bisa memberikan daya saing sebuah bank di mata masyarakat. Dalam aspek promosi yang diterapkan oleh Bank BRISyariah Palembang saat ini melalui pemberian brosur dan tabungan berhadiah, ke masyarakat yang tersebar di wilayah Palembang dan sekitarnya. Upaya ini diyakini dapat mempertahankan para nasabah yang sudah ada sekaligus memperkenalkan produk-produk Bank BRISyariah Palembang kepada calon nasabah.

Dikutip dari website Bank BRISyariah mendapatkan penghargaan 3 kali berturut-turut dengan kategori kinerja terbaik dan produk yang mudah digunakan oleh masyarakat dibandingkan bank syariah lainnya.¹⁰ Bank BRISyariah dalam mengembangkan produknya melihat dinamika perubahan lingkungan seperti perkembangan teknologi yang berpengaruh terhadap

⁹ Khotibulah umam, *perbankan syariah, dasar-dasar dan dinamika perkembangan di indonesia* (Jakarta pt raja garafindo, 2016)80

¹⁰ www.bris.ac.id diakses tanggal 02 feb 2020 jam 11:00

hubungan dari komponen orientasi pasar kepada inovasi produk. Produk tabungan yang ada di Bank BRISyariah Palembang sudah mengalami pengembangan yang bisa dikatakan mengikuti perkembangan zaman, karena sekarang produk tabungan yang ada di Bank Brisyariah Palembang bisa digunakan secara langsung menggunakan mesin Automatic Teller Machine (ATM) secara tunai ataupun bisa dengan layanan Mobile Banking BRIS secara online yang bisa di install di hp nasabah.

Tabel 1.1

Research gap

Promosi terhadap keputusan menabung

	Hasil penelitian	Peneliti
Pengaruh promosi terhadap keputusan menabung	Pengaruh positif antara promosi produk terhadap keputusan menabung	1. Dwi isnawati 2. Maria regina
	Pengaruh negatif antara promosi produk terhadap keputusan menabung	1. Imam gozali 2. Ahmad azmy

Sumber: Imam Gozali dan Ahmad Azmy tahun 2016

Tabel 1.2

Research Gap

Produk terhadap keputusan menabung

	Hasil penelitian	Peneliti
Pengaruh produk terhadap keputusan menabung	Pengaruh positif antara produk terhadap keputusan menabung	1. Dewanto 2. Yohanes
	Pengaruh negatif antara produk terhadap keputusan menabung	1. edi siswanto 2. arisanti

Sumber: Penelitian dewanto yohanes dan edi siswanto thn 2015

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan diatas, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ ***Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung di Bank BRISyariah Palembang***”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh Produk terhadap keputusan menabung di Bank BRISyariah Palembang.?
2. Bagaimana pengaruh Promosi terhadap keputusann menabung di Bank BRISyariah Palembang.?

3. Bagaimana pengaruh produk dan promosi secara simultan terhadap keputusan menabung pada Bank BRISyariah Palembang,?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan menabung pada Bank BRISyariah Palembang
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan menabung di Bank BRISyariah
3. Untuk mengetahui bagaimana hubungan antara produk dengan promosi secara simultan terhadap keputusan menabung di Bank BRISyariah

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, diharapkan bermanfaat secara nyata bagi penulis khususnya, dan pihak Bank BRISyariah KCP Sudirman Palembang umumnya. Adapun manfaat penelitian ini antara lain:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan 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 analisis pengaruh periklanan dan promosi terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank BRISyariah KCP Sudirman Palembang, disamping itu juga untuk mendapatkan gelar A,md

b. Bagi dunia perbankan

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

c. Bagi akademis

Menambah hasanah pengetahuan dalam pengaruh periklanan dan promosi terhadap keputusan nasabah menabung pada tabungan faedah di Bank BRISyariah KCP Sudirman sebagai masukan pada peneliti dengan topic yang sama pada masa yang akan datang.

d. Bagi pengguna jasa perbankan

Kepada pengguna jasa perbankan syariah sebagai informasi dan untuk mengetahui pengaruh periklanan, promosi terhadap

keputusan menabung menggunakan produk tabungan faedah Bank
BRISyariah KCP Sudirman Palembang

E. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penelitian dari penelitian Tugas Akhir ini yaitu terdiri dari 5 bab yaitu masing-masing dirincikan sub bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini berisikan penjelasan dari beberapa teori yang dipakai untuk melandasi pelaksanaan penelitian dari berbagai sumber-sumber referensi buku atau jurnal yang mendukung kajian dan analisis yang penulis sampaikan, serta penulisan sebelumnya yang menjadi landasan penulisan untuk melakukan penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang desain penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, variable-variabel penelitian, teknik pengumpulan data (uji asumsi klasik dan uji Hipotesis).

BAB IV HASIL, PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari gambaran umum objek penelitian, hasil analisis data, hasil uji hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini adalah bab terakhir dimana penulis menjukan keberhasilan tujuan dari penelitian. Simpulan juga menunjukkan hipotesis mana yang didukung dan mana yang tidak didukung oleh data. Saran-saran yang berisi keterbatasan dari penelitian yang telah digunakan dan saran bagi peneliti yang akan datang