

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Bank Syariah merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa keuangan, yang memiliki fungsi sebagai lembaga keuangan untuk mengedarkan uang, menciptakan uang, menyediakan uang untuk menunjang kegiatan usaha, tempat mengamankan uang, tempat melakukan investasi dan jasa keuangan lainnya. Selain itu, fungsi utama bank adalah menjadi lembaga intermediasi untuk menarik, mengelola, dan menyalurkan dana masyarakat.

Dalam praktiknya bank dibagi dalam beberapa jenis, baik dari segi cara fungsinya maupun prinsip operasionalnya. Jika ditinjau dari segi fungsinya, bank dikelompokkan menjadi tiga jenis, yaitu Bank Sentral, Bank Umum, dan Bank Perkreditan Rakyat. Sedangkan dilihat dari segi prinsip operasionalnya, bank dapat dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu bank konvensional dan bank syariah.

Operasional perbankan syariah di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang kemudian diperbaharui dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 dan diperbaharui lagi pada tahun 2008 dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

Perbankan syariah memiliki tujuan yang sama dengan bank konvensional yaitu agar lembaga perbankan dapat menghasilkan berbagai macam keuntungan dengan cara meminjamkan modal, menyimpan dana, membiayai kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang sesuai.

Sedangkan Bank Islam atau Bank Syariah ialah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga, dan operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadist Nabi Saw atau bisa disebut dengan prinsip syariat Islam. Sementara bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah Islam adalah bank yang dalam beroperasinya itu mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam.

Selain itu, bank adalah lembaga perantara keuangan atau biasa disebut *financial intermediary*, yang mana aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang.<sup>1</sup> Perkembangan bank syariah di Indonesia memiliki peluang besar karena peluang pasarnya yang luas sejurus dengan mayoritas penduduk Indonesia.

---

<sup>1</sup> Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), hal. 3.

Sedangkan tujuan akhir dari sebuah bank ialah menjaga kelangsungan dari usaha bank tersebut dan dapat meraih keuntungan. Jadi seharusnya keuntungan lebih besar dari biaya-biaya yang dikeluarkan oleh bank. Karena suatu bank dapat dilihat kesehatan dan keberhasilannya dari suatu keuntungan bank tersebut. Penilaian bank syariah dapat dilakukan berdasarkan Peraturan Bank Indonesia (PBI) no. 9/1/PBI/2007.

Prinsip hukum Islam melarang unsur riba, perjudian dan spekulasi yang disengaja, perniagaan atas barang-barang yang haram dan ketidakjelasan serta manipulatif. Oleh karena itu, dalam rangka melayani masyarakat, bank syariah menyediakan berbagai macam produk perbankan syariah. Produk-produk yang ditawarkan sudah tentu sangat Islami, termasuk dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya. Produk perbankan syariah di bagi ke dalam tiga bagian, yaitu produk penghimpunan, produk penyaluran dan produk jasa. Pada produk saya lebih menekankan pada jenis produk tabungan.

Bank Muamalat Indonesia menjadi salah satu bank syariah yang kini banyak dilirik orang sebagai pilihan untuk menabung. Bank Muamalat Indonesia, adalah bank umum pertama di Indonesia yang menerapkan prinsip Syariah Islam dalam menjalankan operasionalnya. Didirikan pada 1 November 1991, yang diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia.

Mulai beroperasi pada tahun 1992, yang didukung oleh cendekiawan Muslim dan pengusaha, serta masyarakat luas. Pada tahun 1994, telah menjadi bank devisa. Produk pendanaan yang ada menggunakan prinsip Wadiah (titipan) dan Mudharabah (bagi-hasil). Sedangkan penanaman dananya menggunakan prinsip jual beli, bagi-hasil, dan sewa.

Untuk kepemilikan saham Saat ini saham Bank Muamalat terdiri atas 32,74% dimiliki oleh Islamic Development Bank, 22% dimiliki oleh Bank Boubyan, 17,91% dimiliki oleh Atwill Holdings Limited, 8,45% dimiliki oleh National Bank of Kuwait, 3,48% dimiliki oleh IDF Investment Foundation, 2,84% dimiliki oleh BMF Holdings Limited, 1,67% dimiliki oleh Reza Rhenaldi Syaiful, 1,67% dimiliki oleh Dewi Monita, 1,66% dimiliki oleh Andre Mirza Hartawan, 1,39% dimiliki oleh Koperasi Perkayuan Apkindo - MPI (KOPKAPINDO), dan 6,19% dimiliki oleh pemegang saham lainnya.<sup>2</sup>

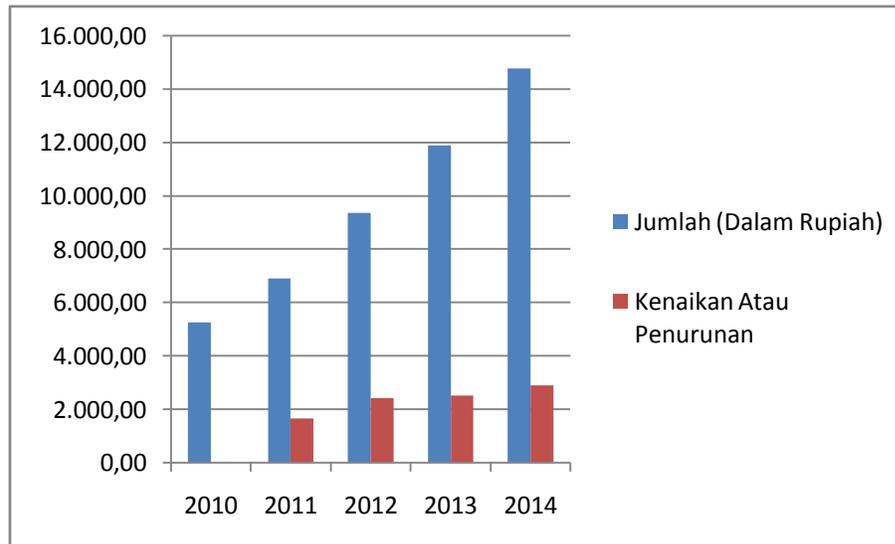
Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas produk. kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Nasabah membeli jasa perbankan untuk menyelesaikan masalah dan nasabah memberikan nilai dalam proporsi terhadap kemampuan layanan untuk melakukan hal tersebut. Nilai yang diberikan nasabah berhubungan dengan benefit atau keuntungan yang akan diterimanya. Kualitas produk perbankan didapatkan dengan cara menemukan

---

<sup>2</sup>Achmad Kusna Permana, "Bank Muamalat Indonesia", ([https://id.wikipedia.org/wiki/Bank\\_Muamalat\\_Indonesia](https://id.wikipedia.org/wiki/Bank_Muamalat_Indonesia)) diakses 11 Januari 2019.

keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan nasabah tersebut.

**Gambar 1.1**  
**Jumlah Tabungan 2010-2014 pada Bank Muamalat**



Sumber: Laporan Keuangan Bank Muamalat

Dari gambar diatas menunjukkan bahwa tingkat tabungan pada tahun 2010 sampai 2014 mengalami peningkatan dari tahun ke tahun tersebut.<sup>3</sup>Tidak dipungkiri bahwa persaingan bisnis yang bergerak dibidang jasa perbankan syariah sangat di minati dan ini juga bisa menunjukkan juga bahwa bank muamalat Indonesia semakin berkembang.

Minat nasabah menabung merupakan suatu ketertarikan seseorang untuk berinvestasi dengan menyisihkan penghasilannya untuk ditabung guna bisa digunakan dimasa mendatang saat membutuhkannya.

<sup>3</sup><https://www.bankmuamalat.co.id/Laporan-Keuangan-Bank-Muamalat-Tahun-2014>., diakses tanggal 12 Januari 2019.

Minat sendiri adalah suatu dorongan atau keinginan dalam diri seseorang pada objek tertentu.

Misalnya minat seseorang untuk menabung, minat bersifat pribadi (individual) artinya setiap orang memiliki minat yang bisa saja berbeda dengan orang lainnya. Dalam suatu perusahaan tentu banyak aktivitas yang dilakukan tidak hanya menghasilkan produk atau jasa, menetapkan harga, dan menjual produk atau jasa, melainkan banyak aktivitas lainnya yang saling berkaitan satu sama lain.

Salah satunya adalah promosi, kegiatan promosi adalah salah satu bagian dari bauran pemasaran perusahaan, yang isinya memberikan informasi kepada masyarakat atau konsumen tentang produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Tidak hanya itu, kegiatan promosi merupakan kegiatan komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan atau konsumen.<sup>4</sup>

Promosi merupakan bagian penting dari pemasaran, promosi yang dilaksanakan secara efektif dapat mencapai tujuannya yakni meningkatkan kualitas produk atau jasa perusahaan sesuai dengan target penjualan yang telah ditetapkan dan dapat bersaing dengan perusahaan lain yang menghasilkan produk atau jasa yang sejenis. Promosi merupakan kegiatan yang ditunjuk untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat mengenal

---

<sup>4</sup>Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), hlm. 23.

akan produk yang ditawarkan sehingga diharapkan konsumen menjadi senang menggunakannya.<sup>5</sup>

Usaha pemasaran yang menunjang keberhasilan perusahaan haruslah didasarkan pada konsep pemasaran yang tepat untuk dapat menentukan strategi pasar dan strategi pemasaran yang mengarah pada sasaran pasar yang dituju.<sup>6</sup> Menurut Kotler dalam buku Abdullah Amin mendefinisikan pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya terdiri dari individu dan kelompok dalam mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.<sup>7</sup>

Motivasi berasal dari kata motif yang dapat diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri individu yang menyebabkan individu tersebut bertindak atau berbuat. Motivasi artinya proses yang menjelaskan intensitas, arah dan ketekunan seorang individu untuk mencapai tujuannya. Setiap tindakan yang dilakukan tentunya memiliki alasan yang jelas atau dorongan untuk melakukan sesuatu yang disebut motif ekonomi. Alasan tersebut bermacam-macam, diantaranya untuk memenuhi kebutuhan, memperoleh keuntungan dan sebagainya. Setiap tindakan ekonomi harus didorong oleh motif ekonomi.

---

<sup>5</sup> Djaslim Saladin, *Unsur-Unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Ringkasan Praktis*, cet. Ke-2, (Bandung: Mandar Maju, 1996), hlm. 51.

<sup>6</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada 2015), hal.2.

<sup>7</sup> Abdulllah Amin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, (Jakarta : PT Grasindo, 2007), hal.1.

Menurut Maslow dari teorinya ” *A theory of human motivation* ” Teori ini mengatakan bahwa seorang berperilaku atau bekerja karena adanya dorongan untuk memenuhi bermacam-macam kebutuhan yang diinginkan seseorang berjenjang, artinya bila kebutuhan yang pertama telah terpenuhi, maka kebutuhan tingkat kedua akan menjadi yang utama.<sup>8</sup>

Nilai yang diberikan pelanggan berhubungan dengan benefit atau keuntungan yang diterimanya. Kualitas produk didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan pelanggan, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan pelanggan tersebut. Kepuasan nasabah merupakan inti dari pencapaian profit dalam jangka panjang.

Upaya perbaikan sistem kualitas pelayanan akan jauh lebih efektif bagi keberlangsungan suatu bank dalam usaha mencapai kepuasan nasabah. Dari uraian permasalahan diatas, penulis merasa tertarik untuk membahas permasalahan mengenai ”**Pengaruh Promosi, Motivasi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri**”

Menariknya tema yang diteliti terletak pada obyek dan subyeknya, dimana Bank Muamalat Indonesia memiliki lebih dari satu jenis produk tabungan, dan masing-masing produk memiliki kegunaan yang berbeda oleh sebab itu Bank Muamalat Indonesia memiliki banyak nasabah yang

---

<sup>8</sup> Suwatno dan Donni Juni Priansa, *Manajemen SDM dalam organisasi Publik dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2011) hal 176

berminat untuk menabung disana. Jadi penulis tertarik untuk meneliti perbandingan minat nasabah menabung tersebut.

## **B. Identifikasi Masalah**

Dalam penelitian ini dibahas mengenai identifikasi yang mungkin muncul dalam penelitian, supaya pembahasannya lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang dicapai, penelitian promosi, motivasi dan kualitas produk terhadap minat nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri

Dalam penelitian ini ditemukan beberapa masalah yang muncul dalam setiap variabel penelitian berdasarkan temuan peneliti, sebagai berikut :

1. Pada promosi yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri masih terdapat beberapa permasalahan, khususnya mengenai model promosi yang paling tepat dan menarik serta pemberian motivasi yang baik bagi nasabah sehingga dapat meningkatkan pendapatan bank.
2. Produk Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri yang sempat mengalami peningkatan dari tahun ke tahun terbatas pada produk tabungan saja.
3. Minat nasabah menabung dipengaruhi terutama oleh baik buruknya promosi, motivasi serta kualitas produk dari pihak Bank Muamalat Indonesia itu sendiri.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka penulis mengambil suatu rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Promosi berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri?
2. Apakah Motivasi berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri?
3. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri?
4. Apakah Promosi, Motivasi dan Kualitas Produk secara bersama-sama mempengaruhi minat nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri?

### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis Promosi berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.
2. Untuk menganalisis Motivasi berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.
3. Untuk menganalisis Kualitas Produk berpengaruh terhadap minat nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.
4. Untuk menganalisis Promosi, Motivasi dan Kualitas Produk mempengaruhi terhadap minat nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

## **E. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau nilai guna, baik manfaat dalam bidang teoritis maupun dalam bidang praktis, sebagai berikut:

### 1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, sekurang kurangnya dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran bagi dunia perbankan syariah. Dan juga dapat digunakan untuk pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran khususnya pemasaran.

### 2. Secara Praktis

#### a. Bagi akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dan wawasan khususnya teori tentang promosi, motivasi dan kualitas produk sebagai faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung.

#### b. Bagi Lembaga Keuangan

Penelitian ini diharapkan berguna bagi pihak Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri untuk dapat meningkatkan kualitasnya agar menjadi Bank Syariah yang diminati nasabah.

#### c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai sarana pijakan untuk melaksanakan penelitian lebih lanjut dengan memperluas cakupan penelitian dari sisi yang lain.

## F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini akan membatasi ruang lingkup obyek penelitian pada Variabel Promosi (X1), Motivasi (X2), Kualitas Produk (X3), dan Minat nasabah menabung (Y). Peneliti membatasi ruang lingkup penelitian pada nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

## G. Penegasan Istilah

### 1. Definisi Konseptual

#### a. Promosi

Promosi adalah pengenalan produk untuk menaikkan penjualan. Menurut Simamora Promosi merupakan fungsi pemberitahuan, pembujukan dan pengimbasan keputusan pembelian konsumen.<sup>9</sup> Promosi juga merupakan kegiatan yang ditunjuk untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat mengenal akan produk yang ditawarkan sehingga diharapkan konsumen menjadi senang menggunakannya.

#### b. Motivasi

Motivasi adalah kecenderungan yang timbul pada diri seseorang secara sadar atau tidak sadar melakukan tindakan dengan tujuan tertentu usaha-usaha yang menyebabkan seseorang atau kelompok orang tergerak melakukan sesuatu karena ingin mencapai tujuan yang dikehendaki. Sedangkan menurut Schiffman motivasi merupakan tenaga penggerak/dorongan bawah sadar dalam diri individu yang

---

<sup>9</sup> Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid II*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 753.

mendorong mereka untuk bertindak sesuai dengan yang mereka inginkan yang ditimbulkan dari tekanan dan kebutuhan.<sup>10</sup>

c. Kualitas Produk

Kualitas Produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Dalam bukunya Ahyari produk merupakan hasil dari kegiatan produksi.<sup>11</sup>

d. Minat Nasabah Menabung

Minat Nasabah Menabung adalah suatu ketertarikan seseorang untuk berinvestasi dengan menyisihkan penghasilannya untuk ditabung guna bisa digunakan dimasa mendatang saat membutuhkannya. Menurut Iskandarwasid dan Sunendar, minat adalah perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang. Minat merupakan salah satu faktor yang cukup penting dalam mempengaruhi preferensi nasabah dalam menabung.<sup>12</sup>

2. Definisi Operasional

a. Promosi

Promosi adalah pengenalan suatu produk untuk meningkatkan penjualan.

---

<sup>10</sup> Leon Schiffman and Lesle Lazar Kanuk, *Perilaku Organisasi Edisi 7*, (Jakarta: Indeks, 2008), hlm. 71.

<sup>11</sup> Agus Ahyari, *Perencanaan Sistem Produksi*, Yogyakarta. BPFE, 1985, hlm. 2.

<sup>12</sup> Iskandarwasid & Dadang Sunendar, *Strategi Pembelajaran Bahasa*, Bandung: Rosda, Cet. Ke-3, 2011, hlm. 113.

b. Motivasi

Dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar atau tidak sadar melakukan tindakan dengan tujuan tertentu.

c. Kualitas Produk

Kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi – fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya.

d. Minat Nasabah Menabung

Keinginan seseorang untuk menyisihkan uangnya untuk ditabung guna bisa menggunakannya dimasa mendatang saat membutuhkannya.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Sistematika penelitian ini berisi tentang isi keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir penelitian. Untuk mempermudah pembahasan dan penulisan skripsi ini, terlebih dahulu penulis uraikan sistematika penelitian yang terdiri dari:

a) Bagian Awal

Bagian awal usulan penelitian ini meliputi: sampul atau *cover* depan, halaman judul dan halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

## b) Bagian Inti

Bagian inti dari penelitian ini terdiri dari beberapa bab, yaitu:

### BAB I PENDAHULUAN

Membahas mengenai (a) latar belakang masalah, (b) identifikasi masalah, (c) rumusan masalah, (d) tujuan penelitian, (e) kegunaan penelitian, (f) ruang lingkup dan batasan penelitian, (g) penegasan istilah dan (h) sistematika skripsi.

### BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini memuat teori – teori yang relevan yang menjadi acuan dalam penelitian. Landasan teori memuat (a) teori tentang Manajemen Pemasaran, (b) teori tentang Minat Nasabah Menabung, (c) teori tentang Promosi, (d) teori tentang Motivasi, (e) teori tentang Kualitas Produk, (f) kajian penelitian terdahulu, (g) kerangka konseptual, dan (h) hipotesis penelitian.

### BAB III METODE PENELITIAN

Berisi metode penelitian yang memiliki subbab, antara lain: (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) populasi, *sampling*, dan sampel penelitian, (c) sumber data, variabel, dan skala pengukuran, (d) teknik pengumpulan data dan instrument penelitian, dan (e) teknik analisis data.

#### BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis.

#### BAB V PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi pembahasan mengenai temuan-temuan penelitian yang telah dikemukakan pada hasil penelitian.

#### BAB VI PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.

##### c) Bagian Akhir

Bagian akhir meliputi daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslians skripsi, daftar riwayat hidup.