

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan syariah sebagai suatu lembaga intermediasi dalam menunjang perekonomian suatu negara dengan berdasarkan pada prinsip syariah. Perbankan syariah menjadi salah satu bagian dari lembaga keuangan syariah tersebut. Perbankan syariah sebagai mitra suatu negara, sehingga bank syariah dapat dijadikan sebagai tempat untuk melakukan kegiatan penghimpunan dana atau penyaluran dana masyarakat dengan berdasarkan prinsip syariah. Perkembangan perbankan syariah di Indonesia menunjukkan angka yang stabil dan terus dalam peningkatan di bandingkan negara-negara lain. Hal tersebut dikarenakan negara Indonesia menjadi salah satu negara yang mayoritas penduduknya beragama islam (Hayati, 2018).

Banyaknya lembaga keuangan syariah di Indonesia serta memiliki perkembangan yang cepat, menjadikan perbankan syariah sebagai salah satu industri lembaga keuangan syariah yang memang harus dapat berkembang dengan cepat guna meningkatkan eksistensinya dikalangan masyarakat. Berbagai macam jenis produk penghimpunan dan penyaluran dana serta berbagai macam keunggulan dan manfaat yang dimiliki oleh setiap produk dan jasa yang ada pada lembaga keuangan syariah lainnya, hal tersebut menjadi tantangan bagi perbankan syariah untuk dapat meningkatkan eksistensinya (Eriyanti, 2021).

Persaingan dalam dunia perbankan syariah yang semakin ketat yang ditandai oleh munculnya berbagai macam jenis lembaga keuangan di Indonesia. Hal tersebut menjadikan perbankan syariah semakin berlomba-lomba dalam bersaing. Para pelaku bisnis yang ada di bank syariah harus bekerja keras dalam mempengaruhi masyarakat untuk memutuskan menggunakan produk dan jasa yang ada pada bank syariah (Idris, 2020). Semakin baik strategi yang dilakukan oleh pelaku bisnis maka akan semakin besar peluang bank syariah untuk menjadi lembaga keuangan syariah yang eksis di mata masyarakat Indonesia.

Banyaknya masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama islam, hal tersebut seharusnya dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif bagi bank syariah untuk mengembangkan bisnisnya (Syahrizal, 2020). Tetapi sampai saat ini masih banyak masyarakat muslim di Indonesia yang belum menggunakan produk dan jasa yang ada pada bank syariah, melainkan sampai saat ini masih banyak masyarakat muslim di Indonesia yang menggunakan produk dan jasa yang ada pada bank konvensional.

Perbankan syariah dalam meningkatkan eksistensinya di dunia industri keuangan ini harus terus menyusun berbagai strategi guna mempengaruhi masyarakat untuk memutuskan menggunakan suatu produk dan jasa yang ada pada bank syariah. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan suatu produk dan jasa yang ada di bank syariah diantaranya seperti promosi, kualitas produk, *marketing communication*, kualitas pelayanan, penanganan keluhan, dan lain-lain (Patra, 2019). Terkadang sulitnya perbankan syariah dalam meningkatkan eksistensinya dapat disebabkan karena kurangnya strategi yang dilakukan dalam mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Eriyanti, 2021) dan (Syamsudin & Fadly, 2021) yang mengungkapkan bahwa *marketing communication* dan kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan suatu produk dan jasa yang ditawarkan.

BJB Syariah sebagai salah satu perbankan syariah yang ada di Indonesia khususnya Jawa Barat. BJB Syariah KCP Sumber menjadi salah satu kantor cabang pembantu yang ada di kabupaten Cirebon. Dalam menginformasikan setiap produk yang ditawarkannya, BJB Syariah KCP Sumber melakukan cara *marketing communication*. Tetapi, faktanya pada saat peneliti telah melakukan penelitian dilapangan, ternyata masih banyak masyarakat yang belum mengetahui terkait produk tabungan yang ada pada BJB Syariah KCP Sumber. Hal tersebut dapat dibuktikan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Produk Tabungan
BJB Syariah KCP Sumber

No	Jenis Tabungan	Jumlah Nasabah
1.	Haji IB Maslahah	1.164
2.	Wadiah IB Maslahah	242
3.	Tandamata IB Maslahah	248
4.	Anak IB Maslahah	42
5.	Rencana IB Maslahah	18
6.	SimPel IB Maslahah	859
7.	Wadiah Free IB Maslahah	816

Sumber : Customer Service BJB Syariah KCP Sumber, 2022.

Berdasarkan Tabel diatas, menunjukkan bahwa terdapat tiga produk tabungan yang memiliki jumlah nasabah yang cukup banyak seperti tabungan Haji IB Maslahah, SimPel IB Maslahah, dan Wadiah Free IB Maslahah. Sedangkan dalam data tersebut juga menunjukkan bahwa terdapat empat jenis produk tabungan yang memiliki jumlah nasabah yang cukup sedikit seperti Tandamata IB Maslahah, Wadiah IB Maslahah, Anak IB Maslahah, dan Rencana IB Maslahah.

Tabungan Wadiah IB Maslahah menjadi salah satu produk tabungan yang memiliki jumlah nasabah paling sedikit, ini berarti BJB Syariah KCP Sumber belum mencapai target terkait jumlah nasabah tabungan wadiah IB Maslahah. Sedangkan BJB Syariah sendiri memiliki target jumlah nasabah tabungan wadiah IB Maslahah sebanyak 1.000 nasabah. Tetapi faktanya, justru jumlah nasabah tabungan wadiah BJB Syariah KCP Sumber hanya mencapai 242 nasabah dalam 1 periode. Minimnya jumlah nasabah tabungan wadiah iB masalahah dapat disebabkan karena kurangnya

marketing communication yang dilakukan oleh pelaku bisnis, sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui informasi terkait manfaat dan keunggulan tabungan wadiah iB masalah yang ada pada BJB Syariah KCP Sumber. Banyaknya strategi *marketing communication* yang dilakukan oleh berbagai jenis lembaga keuangan syariah atau konvensional di Indonesia melalui media cetak dan elektronik, maka hal tersebut dapat membuat masyarakat bingung dalam menentukan tempat yang digunakan untuk memenuhi setiap kebutuhannya (Targaretta, 2018).

Dalam menginformasikan atau memasarkan produk dan jasanya biasanya BJB Syariah KCP Sumber memberikan brosur terkait dengan produk dan jasa yang ditawarkan, serta dengan cara melakukan penjualan langsung yang dilakukan oleh staff kepada nasabah BJB Syariah KCP Sumber. Oleh karena itu, BJB Syariah KCP Sumber harus membuat strategi *marketing communication* dengan lebih detail dan menarik terkait manfaat serta keunggulan dari setiap produk di dalamnya yang mudah dimengerti oleh masyarakat sehingga masyarakat akan tertarik dan memutuskan menggunakan produk yang ditawarkan. Fenomena ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Salim, Goh, & Margery, 2022) mengemukakan bahwa BJB Syariah harus meningkatkan strategi *marketing communicationnya* karena *marketing communication* menjadi salah satu alat yang dilakukan perusahaan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat sehingga dapat mempengaruhi masyarakat untuk memutuskan menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan.

Selain *marketing communication*, kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor dalam mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank syariah. Dalam proses penelitian, peneliti menemukan fakta bahwa masih kurangnya sarana dan prasarana yang memadai serta minimnya pegawai BJB Syariah KCP Sumber sehingga mengakibatkan proses pelayanan terhambat. Sehingga BJB Syariah KCP Sumber perlu memperhatikan strategi pelayanan yang diberikan kepada nasabah, sebab pelayanan menjadi suatu tindakan penting yang harus dilakukan oleh pelaku bisnis kepada seseorang atau nasabah sehingga dapat memenuhi setiap kebutuhan guna tercapainya kepuasan pada diri nasabah. Dengan prosedur yang tidak terlalu rumit serta pelayanan yang memuaskan

seperti sopan, santun, fasilitas fisik yang memadai, penampilan staff yang bersih, wangi serta rapih, keandalan staff dalam memberikan setiap informasi, daya tanggap staff dalam melayani setiap kebutuhan ataupun keluhan nasabah (Nurdin, 2019).

Kualitas pelayanan menjadi hal yang sangat penting untuk diterapkan di industri lembaga keuangan syariah apalagi ditengah persaingan industri lembaga keuangan di indonesia. Beberapa bank syariah pasti memiliki ciri khas tersendiri dalam memberikan pelayanan kepada nasabah sehingga memiliki nilai lebih dalam menarik hati setiap nasabah, pelayanan yang baik dapat memberikan kepuasan serta dapat mempertahankan nasabah untuk terus menggunakan produk dan jasa bank syariah dan juga akan mampu menarik minat calon nasabah baru untuk mencoba produk dan jasa tersebut (Patra, 2019). Fenomena tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Erinawati & Syafarudin, 2021) yang mengemukakan bahwa BJB Syariah KCP Sumber harus menciptakan variasi pelayanan yang terbaik, karena kualitas pelayanan menjadi salah satu bukti bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk melayani nasabah sesuai dengan standar operasional yang digunakan perusahaan sehingga akan terciptanya kenyamanan dan kepuasan nasabah.

Oleh karena itu, berawal dari *marketing communication* dan kualitas pelayanan akan berimbas pada keputusan masyarakat untuk menggunakan produk tabungan wadiah iB masalah. Keputusan menjadi suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang untuk memutuskan membeli atau menggunakan suatu produk dan jasa setelah adanya pengetahuan dan proses evaluasi dari beberapa pilihan alternatif (Aprilia, 2019). Oleh karena itu, Keputusan menjadi hal yang penting guna meningkatkan jumlah nasabah serta meningkatkan eksistensi BJB Syariah KCP Sumber di mata masyarakat. Fenomena tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Polla, Mananeke, & Taroreh, 2018) yang mengemukakan bahwa BJB Syariah perlu memperhatikan setiap faktor-faktor yang dapat mempengaruhi setiap keputusan nasabah untuk menggunakan produk dan jasa yang terdapat pada BJB Syariah.

Mengingat banyaknya produk penyimpanan dana yang dapat dijumpai di berbagai perbankan syariah ataupun konvensional dan menurut (Pun, 2022) Cirebon menjadi

salah satu kota yang memiliki nilai UMR cukup tinggi di se-wilayah III Cirebon dengan nilai Rp 2.430.780 serta masyarakatnya yang di dominasi beragama islam sehingga seharusnya hal tersebut dapat menjadi peluang untuk dapat mempengaruhi masyarakat guna menyimpan dana atau menabung dengan menggunakan produk tabungan wadiah iB masalah yang ada pada BJB Syariah KCP Sumber dan jumlah nasabah tabungan wadiah IB Maslahaha dapat meningkat serta tujuan BJB Syariah dapat tercapai. Maka keberhasilan BJB Syariah KCP Sumber dalam meningkatkan jumlah nasaah produk tabungan dan bersaing guna mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk tabungan wadiah IB Maslahah sangat didukung melalui upaya membangun *marketing communication* dan kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah.

Berdasarkan permasalahan diatas, BJB Syariah KCP Sumber harus melakukan *marketing communication* dan memberikan pelayanan yang baik kepada seluruh masyarakat khususnya di wilayah Cirebon. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Marketing Communication Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Wadiah IB Maslahah Di Bank Syariah (Studi Kasus BJB Syariah KCP Sumber)”**.

B. Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka terdapat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini, ialah :

- a. Jumlah nasabah tabungan wadiah IB masalah di BJB Syariah KCP Sumber belum mencapai target.
- b. Keterbatasan Jumlah Sumber Daya Manusia di BJB Syariah KCP Sumber dalam melakukan marketing communication.
- c. Minimnya staff BJB Syariah KCP Sumber sehingga dapat menghambat proses pelayanan

- d. Adanya persaingan yang terjadi antara BJB Syariah KCP Sumber dengan lembaga keuangan lainnya.

2. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan menghindari pembahasan yang terlalu luas, oleh karena itu peneliti membatasi permasalahannya yaitu:

- a. *Marketing communication* dan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh BJB Syariah KCP Sumber belum maksimal.
- b. Banyaknya masyarakat Indonesia yang beragama muslim menggunakan produk dan jasa lembaga keuangan lainnya.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas yang terkait dengan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan batasan masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- a. Bagaimana Pengaruh *Marketing Communication* Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Wadiah IB Maslahah di BJB Syariah KCP Sumber?
- b. Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan terhadap keputusan nasabah menggunakan tabungan Wadiah IB Maslahah di BJB Syariah KCP Sumber?
- c. Bagaimana Pengaruh *Marketing Communication* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Wadiah IB Maslahah di BJB Syariah KCP Sumber?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Terdapat beberapa tujuan dari penelitian ini yang sesuai dengan rumusan masalah yang diajukan. Tujuan penelitian ini ialah sebagai berikut :

- a. Untuk Mengetahui Pengaruh *Marketing Communication* Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Wadiah IB Maslahah di BJB Syariah KCP Sumber.

- b. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Wadiah IB Masalah di BJB Syariah KCP Sumber.
- c. Untuk Mengetahui Pengaruh *Marketing Communication* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Wadiah IB Masalah di BJB Syariah KCP Sumber.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini ialah sebagai berikut :

a. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan agar penelitian ini dapat bermanfaat sebagai sumber informasi sekaligus dapat menambah ilmu pengetahuan bagi pembaca khususnya bagi pribadi peneliti terkait Pengaruh *Marketing Communication* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Wadiah IB Masalah Di BJB Syariah KCP Sumber.

b. Bagi Akademisi

Adanya penelitian ini, diharapkan agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber referensi bagi penelitian yang serupa serta dapat dijadikan sebagai perbandingan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan ide pemikiran terkait tentang Pengaruh *Marketing Communication* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Wadiah IB Masalah Di BJB Syariah KCP Sumber.

c. Bagi Bank Syariah

Adanya penelitian ini, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan serta masukan bagi industri keuangan perbankan syariah terkait dengan pengoptimalan *Marketing Communication* dan Kualitas Layanan yang dilakukan agar masyarakat mengetahui terkait tabungan Wadiah IB Masalah yang ada pada BJB Syariah KCP Sumber serta nasabah menjadi puas terhadap kualitas pelayanan yang ada di BJB Syariah KCP Sumber tersebut.

D. Sistematika Penulisan

Adanya sistematika penulisan ini bertujuan untuk memberikan suatu pemahaman serta kemudahan dan gambaran umum kepada pembaca terkait penelitian yang telah dibuat oleh peneliti. Terdapat beberapa sistematika penulisan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN, dalam bab ini peneliti menjelaskan secara garis besar terkait permasalahan yang ada dalam penelitian ini yang meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan dan perumusan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, dalam bab ini peneliti menguraikan terkait dengan teori-teori yang digunakan oleh peneliti dalam membahas masalah yang ada dalam penelitian yang meliputi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN, dalam bab ini peneliti menguraikan terkait rencana dan prosedur penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dengan tujuan untuk menjawab hipotesis penelitian yang meliputi sasaran, waktu, dan tempat penelitian, metode penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, operasional variabel penelitian, serta teknik analisis data.

BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, dalam bab ini menguraikan hasil dari perolehan pengolahan data melalui metode yang digunakan oleh peneliti yang meliputi gambaran obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP, dalam bab ini peneliti menguraikan simpulan dan saran-saran hasil analisis data pada bab-bab sebelumnya.