BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan perekonomian sebuah negara senantiasa berkaitan dengan lalu lintas pembayaran, dimana industri keuangan mempunyai kegiatan pokok yaitu menghimpun dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat. Industri keuangan syariah seperti perbankan, pasar modal, dan asuransi secara global semakin modern. Persaingan diantara para pelaku usaha sangat ketat dan pesat yang menjadikan perekonomian terus berkembang sesuai dengan perkembangan peradaban manusia (Marimin, Romdhoni, & Fitria, 2015).

Perkembangan juga terjadi pada lembaga keuangan syariah yang ada di Indonesia. Hadirnya lembaga keuangan syariah memang masih terhitung baru dalam dunia bisnis keuangan di Indonesia. Meskipun baru, lembaga keuangan syariah telah memberikan dampak positif bagi kekayaan industri perbankan Indonesia dalam perkambangannya. Saat ini lembaga keuangan syariah di Indonesia sedang dalam proses merangkak dari titik terendah menuju titik tertinggi (Hasibuan, Alfariqi, Pane, & Andiranti, 2022).

Secara geografis, lembaga keuangan syariah tidak hanya ada di negara-negara mayoritas Muslim seperti di Timur Tengah, tetapi mulai berkembang di negara-negara muslim minoritas seperti UK, Jerman, Singapura, dan Thailand. Setiap negara masing-masing menyesuaian peraturan dan perundang-undangan yang sudah berlaku di masing-masing yurisdiksi. Terdapat dua pendekatan yang secara umum diadopsi yaitu pendekatan terpadu dan pendekatan pendekatan terpisah (Rama, 2015).

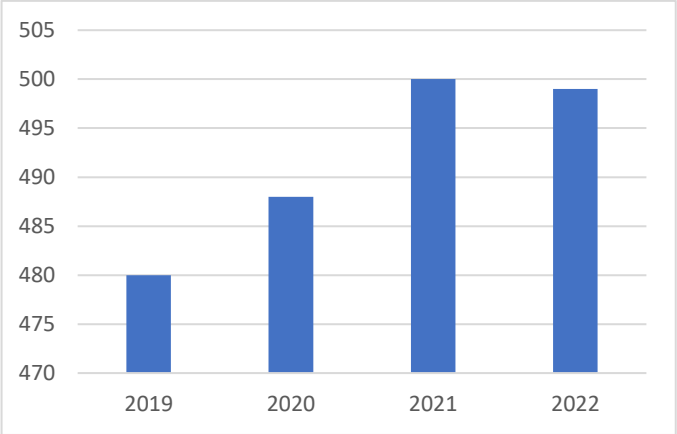
Lembaga keuangan syariah secara nasional berawal pada tahun 1984 melalui diskusi-diskusi mahasiswa ITB di Masjid Salman dengan tema bank Islam sebagai pilar ekonomi Islam. Sebagai uji coba, gagasan perbankan Islam dipraktikan dalam skala yang relatif terbatas, diantaranya di Bandung (Bait At-Tamwil Salman ITB) dan di Jakarta (Koperasi Ridho Gusti). Tahun 1990, majelis ulama Indonesia (MUI) membentuk kelompok kerja untuk mendirikan

Bank Islam di Indonesia. Karena ini, lembaga keuangan syariah di Indonesia terus berkembang dan berproses untuk memajukan perekonomian masyarakat, karena masalah muamalat memang berkembang dari waktu ke waktu. Awal mula kelahiran BMT sampai pembentukan kelompok MUI merupakan tanda-tanda kelahiran perbankan syariah di Indonesia (Irawan, 2018).

Perbankan Syariah sebagai lembaga keuangan ekonomi syariah pertama di Indonesia baru mulai berdiri pada tahun 1992 yaitu dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia yang hadir tanpa dukungan peraturan perundangan yang memadai. Sampai dimana pada tahun 1998 pemerintah dan DPR melakukan penyempurnaan UU No. 7/1992 tersebut menjadi UU No. 10 Tahun 1998 dimana dalam undang-undang tersebut terdapat aturan dengan rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan di implementasikan oleh bank syariah. Undang-uandang tersebut juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan menkonversi diri secara total menjadi Bank Syariah (Hayuningtyas, 2020).

Perbankan syariah di Indonesia kian pesat disebabkan Indonesia termasuk Negara muslim terbesar di dunia, akan tetapi perbankan syariah terbilang masih belum mempunyai perkembangan yang lebih dari bank konvensional. Keberadaan bank syariah dan bank konvensional secara umum memiliki fungsi strategis sebagai lembaga intermediasi dan memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran namun karakteristik dari kedua bank tersebut dapat mempengaruhi calon nasabah dalam menentukan pilihan mereka terhadap kedua bank tersebut (Hasibuan, Alfariqi, Pane, & Andiranti, 2022).

Pada tahun 2022 jumlah kantor cabang bank syariah di Indonesia mengalami penurunan. Hal ini terlihat pada data statistik yang disajikan oleh Otoritas Jasa Keuangan mengenai total kantor cabang bank syariah disetiap tahun:



Jumlah Kantor Cabang Perbankan Syariah di Indonesia

Gambar 1.1 (OJK, 2022)

Berdasarkan gambar diatas menunjukan terdapat kenaikan jumlah kantor cabang pada tahun 2019 sebesar 480 menjadi 488 pada tahun 2020 lalu naik kembali menjadi 500 pada tahun 2021. Pada tahun 2022 jumlahnya mengalami penurunan menjadi 499.

Penurunan kantor cabang tersebut bisa dikarenakan oleh kurangnya promosi dan kualitas pelayanan yang diberikan. Yang mengakibatkan salah satu kantor cabang bank syariah di Indonesia menutup kantornya. Fenomena tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Yola Citra Paramitha dan Santi Arafah (2021) yang mengatakan bahwa promosi dan kualitas layanan mempengaruhi minat seseorang dalam memilih barang dan jasa secara positif dan signifikan. Hal tersebut dapat menentukan keberadaan bank mampu terselamatkan.

Disamping itu salah satu bank syariah tertua di Indonesia adalah bank Muamalat. Ketika pertama kali diperkenalkan kepada masyarakat, bank Muamalat memiliki asosiasi yang kuat dengan sistem bagi hasil. Namun dalam praktiknya, perbankan syariah tidak hanya menawarkan produk pembiayaan dan tabungan dengan prinsip bagi hasil (Mudharabah dan Musyarakah), namun juga ada prinsip lainya seperti jual beli (Murabahah), Salam, Istisna dan Ijarah (Nurliani, 2018).

Munculnya keberagaman produk yang dimiliki oleh bank Muamalat tersebut dikarenakan oleh banyaknya kebutuhan masyarakat. Salah satu produk yang paling diminati adalah tabungan. Kadangkala seseorang sulit

untuk menyisihkan uang yang dimilikinya, seringkali uang yang di pegang itu habis di belanjakan. Oleh karena itu menabung di bank bisa menjadi salah satu alternatif dalam menyimpan uang untuk tujuan tertentu, seperti perencanaan wisata religi ke luar negeri atau yang biasa disebut dengan ibadah haji.

Salah satu produk yang ditawarkan oleh bank Muamalat adalah produk tabungan haji. Produk tabungan yang disajikan oleh bank Muamalat adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dalam Fatwa No. 02/DSN-MUI/IV/2000, Dewan Syariah Nasional (DSN) telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan adalah tabungan yang berdasarkan prinsip wadiah dan mudharabah (Sjahdeini, 2018).

Tabungan haji merupakan sebuah tabungan yang menggunakan prinsip mudharabah yang mana merupakan simpanan pihak ketiga yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada saat nasabah akan menunaikan ibadah haji atau sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati. Pemerintah sangat mendukung terhadap seluruh proses pendaftaran Ibadah haji hingga keberangkatan (Rahmayati, 2019).

Dalam Undang-undang nomer 13 Tahun 2008 tentang pelaksanaan Ibadah Haji yang diselenggarakan tersebut merupakan tugas Nasional tentang penyelenggaraan ibadah haji (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 No. 60, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia No. 4845) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No. 34 Tahun 2009 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 2 Tahun 2009 tentang perubahan atas Undang-Undang No. 13 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji menjadi Undang-Undang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 No. 142, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia No. 5061 (Dapertemen Agama RI, 2009).

Penyelenggaraan haji dan umroh dalam konstitusional diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 2019 yang tertuang pada BAB 1 Pasal 1 Ayat 1 menyatakan bahwa Ibadah Haji adalah rukun Islam kelima bagi umat Islam yang mampu melaksanakannya sesuai waktu, tempat, dan syarat tertentu. Menunaikan ibadah haji menjadi dambaan bagi setiap

umat Islam di seluruh dunia, tidak terkecuali umat Islam di Indonesia. Kecenderungan umat Islam Indonesia untuk bisa menunaikan ibadah haji terus meningkat dari tahun ke tahun (Tajudin & Mulazid, 2017).

Saat ini bank syariah maupun konvensional banyak memberikan pelayanan di bidang tabungan haji. Persaingan terus terjadi untuk menumbuhkan minat konsumen terhadap suatu produk. Beberapa usaha yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan melakukan promosi dan memberikan pelayanan yang baik (Daulay, 2017).

Bank Muamalat dalam menunjukkan produk kepada masyarakat dengan cara melalui promosi. Namun, dilapangan peneliti menemukan fakta bahwa masih banyak masyarakat yang belum mengetahui mengenai bank Muamalat. Hal tersebut bisa dikarenakan oleh kurangnya promosi yang diberikan atau justru promosi yang diberikan terlalu berlebibahan sehingga dapat mengurangi niat masyarakat. Fenomena ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Muh Ufuqul Mubin dan Nia Nur Anggraini (2021) yang mengatakan bahwa bank Muamalat harus meningkatkan dalam segi promosinya karena promosi merupakan suatu senjata bagi perusahaan dalam mengembangkan dan mempertahankan usaha.

Promosi menjadi salah satu hal yang berharga dan memberikan informasi yang tepat. Promosi merupakan salah satu variabel pemasaran yang dapat digunakan oleh konsumen sebagai acuan dalam memilih barang/jasa yang diinginkan. Promosi juga bersangkutan dengan metode komunikasi yang ditujukan kepada pasar yang menjadi target tentang produk yang tepat yang dijual pada tempat yang tepat dengan harga yang tepat (Evalina, DW, & Listyorini, 2012).

Dengan adanya promosi masyarakat dapat memahami dengan baik atas produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan sehingga masyarakat tersebut berminat untuk menabung di bank Muamalat. Untuk menstabilkan proses promosi ini maka dibutuhkan alat komunikasi sebagai penyampaian pesan yang akan disampaikan oleh perusahaan atau pihak perbankan terhadap konsumen sehingga pesan lebih mudah dipahami dan dimengerti (Indriani, 2021).

Selain promosi yang digunakan perusahaan sebagai strategi untuk kebutuhan dan keinginan nasabah, bank Muamalat harus memberikan pelayanan yang baik. Karena dengan adanya pelayanan yang baik maka akan mempengaruhi minat dalam menggunakan suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perbankan syariah.

Menurut Fathudin, Muhajir dan Amat Ulya Inayah (2021) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen tersebut, dengan adanya pelayanan maka akan menumbuhkan ras kesetiaan pada semua konsumen tersebut.

Persaingan antar lembaga terus meningkat, hal tersebut menyebabkan nasabah mendapatkan layanan yang bervariasi. Dalam hal ini nasabah pasti akan memilih lembaga yang memberikan pelayanan yang lebih baik. Oleh karena itu bank Muamalat harus memberikan pelayanan yang baik agar dapat menjadi pilihan konsumen. Fenomena tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Fathudin, Muhajir dan Amat Ulya Inayah (2021) yang mengatakan bahwa bank Muamalat harus memberikan fasilitas pelayanan yang baru sehingga tetap bisa mempertahankan reputasi bank Muamalat yang maksimal.

Berawal dari promosi dan pelayanan maka akan berimbas pada minat masyarakat untuk menabung di perbankan syariah. Minat merupakan sebuah keinginan yang lahir dari dalam diri yang menjadikan sumber motivasi dalam mendorong kita untuk melakukan hal yang kita inginkan saat diberikan kebebasan untuk melakukan sesuatu. Minat secara umum juga diartikan sebagai sebuah perhatian yang terdapat unsur-unsur perasaan didalamnya Lika Annisa, Nurma Sari dan Eka Nurlina (2021). Sedangkan Menurut Taslim (2018) minat itu sendiri digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut.

Tahun ini Bank Muamalat menargetkan dapat merangkul 52.000 calon jamaah haji dari kuota haji Indonesia yang sebanyak 100.051 orang. Jika Bank Muamalat Indonesia berhasil merangkul 52.000 pendaftar haji, maka pangsa pasar haji bank syariah tertua di Indonesia ini diperkirakan meningkat dari 33% pada Juni 2022 menjadi 35% untuk jemaah reguler. Sementara itu untuk haji khusus meningkat dari 50% menjadi 57%. Hal ini menunjukkan adanya potensi yang besar terhadap faktor pendorong masyarakat dalam memilih produk tabungan haji pada Bank Muamalat Indonesia guna persiapan haji mereka dimasa mendatang (Jatmiko, 2022).

Adanya persentase yang tinggi terhadap produk tabungan haji di Bank Muamalat Indonesia tidak terlepas dari adanya promosi dan pelayanan yang baik. Fenomena tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Lika Annisa, Nurma Sari dan Eka Nurlina (2021) yang menyatakan bahwa daya tarik promosi bagus untuk mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk tabungan di bank Muamalat.

Kementrian Agama Karawang dalam Muhammad Azzam (2022) mengungkapkan jumlah kuota calon jamaah haji asal Kabupaten Karawang yang berangkat ketanah suci pada tahun 2022 berjumlah 986 orang dari total kuota haji Indonesia berjumlah 100.051 orang. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Mudzakir (2019) menyatakan total jamaah haji asal Karawang pada tahun 2019 sebanyak 1.729 orang. Selanjutnya kuota jamaah haji pada tahun 2020 sebanyak 2.176, namun karena wabah virus *covid-19* pada tahun tersebut calon jamaah haji tidak diberangkatkan sampai tahun 2021 (Farhan, 2020). Dalam hal ini peneliti menemukan jumlah kuota haji di Karawang turun dari tahun sebelumnya.

Banyaknya saingan pada Bank Muamalat Indonesia KCP Karawang seperti bank syariah lainnya, BMT dan travel haji. Bank syariah di Karawang terdiri dari BMI KCP Karawang, BSI KC Karawang, BSI KCP Tuparev, BJB syariah KCP Karawang, bank Sinarmas syariah, BSI KCP Cikampek dan BTN KCP syariah Karawang. Karena banyaknya saingan ini, maka promosi dan pelayanan yang ada pada Bank Muamalat Indonesia KCP Karawang perlu ditingkatkan lagi (BI, 2022).

Mengingat Karawang merupakan salah satu kota dengan UMK tertinggi ke dua di Indonesia seperti yang dijelaskan oleh Yudha Maulana (2022) UMK Kabupaten Karawang pada tahun 2022 sebesar Rp 4.798.312,00 dan dengan masyarakatnya yang di dominasi oleh agama muslim Kabupaten Karawang memiliki potensi yang lebih besar terhadap wisata luar negri religi dibandingkan kota-kota lainnya (Idris, 2022).

Berdasarkan permasalahan tersebut, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan pelayanan secara parsial terhadap minat nasabah. Serta pengaruh promosi dan pelayanan secara simultan terhadap minat nasabah. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Promosi Dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Karawang".

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka perumusan masalah dibagi menjadi beberapa sub, sub tersebut yaitu Identifikasi Masalah, Batasan Masalah dan Rumusan Masalah. Berikut penjelasan mengenai ketiga sub tersebut diantara lain:

1. Identifikasi Masalah

Dalam identifikasi masalah pada penelitian ini terdapat tiga bagian yaitu:

a. Perekonomian di dunia semakin berkembangan dan terus mengalami kemajuan, perkembangan ekonomi tersebut juga berdampak pada kemajuan Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia, namun hal tersebut menuntut pelaku usaha membuat strategi baru agar produknya dapat memiliki daya saing yang baik.

b. Salah satu Lembaga Keuangan Syariah yang berkembang pesat di Indonesia yaitu perbankan syariah, namun perbankan syariah terbilang masih belum mempunyai perkembangan yang lebih dari bank konvensional.

c. Kantor cabang bank syariah di Indonesia terus mengalami kenaikan dari tahun 2019 sampai 2021, namun pada tahun 2022 kantor cabang tersebut mengalami penurunan.
d. Promosi merupakan salah satu cara perbankan syariah untuk mengenalkan produknya agar dapat bersaing, namun pada kenyataannya masih banyak masyarakat yang belum mengetahui mengenai bank syariah.
e. Persaingan antar lembaga terus meningkat, hal tersebut menyebabkan nasabah mendapatkan layanan yang bervariasi. Namun peneliti melihat jumlah nasabah bank syariah lebih sedikit dibandingkan dengan nasabah bank konvensional.
f. Calon jamaah haji asal Kabupaten Karawang pada tahun 2022 berjumlah cukup banyak yaitu 986, namun dibandingkan dengan tahun 2019 jumlah tersebut mengalami penurunan sebanyak 743 jamaah.

2. Batasan Masalah

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

a. Promosi yang dilakukan bank Muamalat belum dilakukan secara meluas.
b. Pelayanan yang diberikan oleh bank Muamalat belum maksimal, hal ini melihat perbandingan jumlah nasabah bank konvensional dan bank syariah.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah di uraikan diatas maka peneliti perlu melakukan pembahasan yang mempunyai maksud dan tujuan yang terarah terhadap pokok permasalahan.

a. Apakah pengaruh promosi secara parsial terhadap minat nasabah pada produk tabungan haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Karawang?

b. Apakah pengaruh pelayanan secara parsial terhadap minat nasabah pada produk tabungan haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Karawang?
c. Apakah pengaruh promosi dan pelayanan secara simultan terhadap minat nasabah pada produk tabungan haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Karawang?

C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan beberapa rumusan masalah diatas, maka tujuan dan maanfat penelitian ini adalah:

1. Tujuan Penelitian

a. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat nasabah pada produk tabungan haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Karawang.
b. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah pada produk tabungan haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Karawang.
c. Untuk mengetahui pengaruh promosi dan pelayanan secara bersama-sama minat nasabah pada produk tabungan haji di Bank Muamalat Indonesia KCP Karawang.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharpakan bisa memberikan kontribusi pada perkembangan ilmu khususnya mengenai promosi dan pelayanan terhadap minat nasabah pada produk tabungan haji di bank Muamalat.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk para mahasiswa dan para pembaca untuk menambah wawasan.

Selain itu, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi untuk perkembangan penelitian-penelitian selanjutnya.

2) Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi salah satu bahan evaluasi penilaian kinerja dan perencanaan untuk masa mendatang bagi pihak bank syariah, khususnya dalam hal promosi dan pelayanan terhadap minat masyarakat pada produk tabungan haji.

3) Manfaat Akademik

Sebagai bentuk perwujudan Tri Dharma Perguruan Tinggi di IAIN Syekh Nurjati Cirebon, Khususnya program studi Perbankan Syariah sebagai sumbangan pikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

D. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan bertujian untuk mempermudah penyusunan dalam memberiakan gambaran umum kepada pembaca. Peneliti menguraikan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I yaitu pendahuluan, pada bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi, batasan dan rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II yaitu kajian pustaka, pada bab ini penulis mengemukakan kajian teori yang melandasi beberapa pengertian tentang promosi, pelayanan, minat nasabah, bank syariah dan produk tabungan haji. Selanjutnya, pada bab ini membahas mengenai penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan pengajuan hipotesis.

BAB III yaitu metodologi penelitian, pada bab ini akan membahas metodologi penelitian yang terdiri atas tempat dan waktu penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan teknik pengambilan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional variabel, instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV yaitu hasil penelitian dan pembahasan, pada bab ini penulis menguraikan keadaan objek penelitian, masalah hasil penelitian terhadap suatu objek yang diteliti dan pembahasan mengenai hasil penelitian.

BAB V penutup, Pada Bab ini penulis mengemukakan kesimpulan berdasarkan analisa yang diperoleh dari penelitian dan memberikan saran dari hasil penelitian.

IAIN SYEKH NURJATI
CIREBON