

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, mempunyai potensi yang besar dalam pusat pengembangan lembaga keuangan berbasis syariah. Dalam beberapa tahun terakhir Indonesia telah menunjukkan perkembangan yang signifikan. Salah satu lembaga keuangan syaria'ah yaitu perbankan syariah. Bank syaria'ah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, yang aturan perjanjiannya berdasarkan hukum Islam antara bank dengan pihak lain untuk penyimpanan pendanaan, penyimpanan kegiatan usaha atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah.¹

Perkembangan dunia perbankan di Indonesia ingin mewujudkan perekonomian yang berkeadilan sesuai dengan prinsip syariah maka munculah Bank Syariah Indonesia sebagai satu-satunya perbankan yang pertama kali menerapkan sistem syariah. Keputusan nasabah merupakan pilihan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Agar pihak manajemen dapat mengenal nasabah dan mengerti akan keinginan nasabah pada saat ini dan masa akan datang. Oleh karena itu keunggulan pesaing pada bisnis ini terutama berasal dari kemampuan suatu bank untuk memenuhi kebutuhan pelanggan atau nasabahnya. Agar produk yang ditawarkan oleh bank dapat diterima oleh nasabah, maka bank harus memberikan nilai yang lebih kepada nasabah dengan memberikan produk yang berkualitas sesuai dengan harapan konsumen.²

Pembahasan produk perbankan Syariah kita fokuskan pada produk penghimpunan dana (funding), produk penghimpunan dana dalam perbankan syariah berupa giro, tabungan dan deposito. Bank Syariah Indonesia (BSI) juga memiliki produk penghimpunan dana salah satunya adalah Tabungan Haji dan Umroh. Produk penghimpun

¹ Beti Saniyatun Farida dan Yusqi Mahfud, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas produk Terhadap Keputusan Nasabah Dengan Religious Behavior Sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus Pada Produk Tabungan Bank Muamalat kantor Cabang Pembantu Wonosobo*, Jurnal Of Economic Business And Engineering (JEBE) Vol. 2 no.2, 2021, hlm.349.

² Dwi Inggit Andasari, Skripsi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap keputusan Nasabah Dalam Menabung Tabungan Haji Dan Umrah Pada PT. Bank Muamalat Tbk KCP Stabat", Sumatra Utara, (Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara: 2018), hlm. 13.

dana (funding) yang akan dibahas kita fokuskan pada tabungan haji dan umrah. Seperti yang kita ketahui Indonesia sebagian besar masyarakatnya adalah umat muslim, sebagai umat muslim tentunya setiap individu memiliki keinginan untuk melaksanakan ibadah haji sebagai penyempurna ibadahnya. Antara lima pilar Islam, menunaikan ibadah haji merupakan ibadah yang menempati posisi paling sulit dalam tingkat keikhlasan, karena dalam pelaksanaannya tidak sekedar meminta pengorbanan fisik, melainkan juga materi.³

Salah satu faktor penting yang membuat konsumen tertarik dan memicu pada keputusan pembelian yaitu kualitas produk. Kualitas produk merupakan hal yang utama didalam pemilihan suatu produk oleh konsumen. Oleh karena itu produk ditawarkan kepada konsumen harus produk yang sudah teruji dengan baik terkait dengan kualitasnya. Hal ini karena konsumen mengutamakan kualitas produk tersebut. Banyak produk yang dihasilkan dengan bermacam jenis, dan bentuk dimana keseluruhan tersebut ditujukan untuk menarik minat konsumen sehingga konsumen dapat tertarik untuk melakukan keputusan pembelian produk tertentu. Selain mempertahankan kualitas produk, kebanyakan konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang diterapkan, meskipun ada sebagian masyarakat berpendapat bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas.⁴

Setiap perusahaan yang menjual produk maka kualitas produk yang dihasilkan akan menjadi salah satu faktor penting yang akan mempengaruhi penilaian konsumen bahkan mempengaruhi keputusan pelanggan dan juga loyalitasnya. Guna mewujudkan keputusan pelanggan yang bertujuan untuk menciptakan loyalitas pelanggan, maka salah satu hal yang harus diperhatikan adalah kualitas produk yang dihasilkan. Hal ini karena dalam membeli suatu produk maka kualitas produk yang dibeli akan menjadi salah satu perhatian utama konsumen atau pelanggan sebagai pembeli. Kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, yang akan menimbulkan dampak negatif karena pelanggan yang tidak puas akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing. Menurut Riyadi bahwa

³Dwi Inggit Andasari, Skripsi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap keputusan Nasabah Dalam Menabung Tabungan Haji Dan Umrah Pada PT. Bank Muamalat Tbk KCP Stabat", Sumatra Utara, (Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara: 2018), hlm. 14.

⁴Asraf, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menyimpan Dana Di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pasaman Barat Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderator*, Jurnal Apresiasi Ekonomi Vol.2, no.1, 2019, hlm. 6

kualitas produk yang baik secara langsung akan mempengaruhi tingkat keputusan konsumen, dan bila hal tersebut berlangsung secara terus menerus akan mengakibatkan konsumen yang selalu setia membeli atau menggunakan produk tersebut akan loyal kepada kita. Tidak hanya produk, pelayanan yang berkualitas dan bermutu baik adalah kunci sukses untuk perusahaan dalam melayani konsumen supaya bisa mewujudkan loyalitas pelanggan.⁵

Untuk lebih memacu pertumbuhan bank, maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat unggul dan mampu mengemban perannya secara maksimal. Untuk tujuan itu tentu diperlukan pemahaman tentang perilaku konsumen khususnya faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menabung. Salah satu strategi yang perlu dilakukan oleh bank agar nasabah termotivasi untuk menabung yaitu dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Dengan kata lain, bank tersebut harus memberikan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan.⁶

Konsumen cenderung memiliki keputusan untuk memilih barang dan jasa yang memberikan masalah maksimum dimana dalam masalah tersebut terdapat unsur manfaat dan berkah berbeda dengan ekonomi konvensional yang mengkonsumsi dengan tujuan kepuasan (utility) semata. Hal ini sesuai dengan rasionalitas islami bahwa setiap pelaku ekonomi selalu ingin meningkatkan masalah yang di perolehnya. Keyakinan bahwa ada kehidupan dan pembalasan yang adil di akhirat serta informasi yang berasal dari Allah adalah sempurna akan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kegiatan konsumsi.⁷

Kualitas pelayanan dan keputusan nasabah menabung memiliki hubungan yang erat karena usaha-usaha yang dilakukan pemasar dalam memberikan pelayanan terbaik untuk nasabah sehingga nasabah merasa nyaman dan aman menyimpan dananya di bank. Pelayanan yang baik akan menciptakan simpati, baik dari masyarakat maupun dari bank-bank saingan. Jika masyarakat

⁵ Indra Yudha Pranata, *Pentingnya Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Guna Mewujudkan Loyalitas Pelanggan Toast Story di Kota Malang*, (Malang: Litera Mediatama, 2018), hlm. 1-2.

⁶ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik* (Yogyakarta: ANDI, 2002), hlm. 77.

⁷ Neng Kamarni, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Berhubungan dengan Bank Syariah di Kota Padang*, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.3 no.1, (2018), hlm. 32.

simpati, akan menimbulkan kepercayaan sehingga pemasaran produk jasa bank itu akan lebih lancar. Pelayanan juga merupakan daya penarik bagi (calon) nasabah untuk menjadi nasabah pada suatu bank. Oleh karena itu, bank harus memiliki strategi untuk menjaga kualitas bank. Sehingga, bank dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan tersendiri kepada nasabahnya. Pelayanan itu juga harus dilakukan secara terus menerus tanpa henti, karena bank bekerja berdasarkan kepercayaan sehingga *value* itu menjadi penting.⁸

Dalam konsep Islam mengajarkan pelayanan usaha haruslah dengan menjalankan dengan lemah lembut dan hati yang ikhlas. Sebagaimana dalam Islam terdapat 4 (empat) sifat yang harus dimiliki karyawan untuk melayani konsumen. *Shiddiq* (jujur) sikap yang jujur dalam menyampaikan suatu produk yang ditawarkan, *amanah* (dapat dipercaya) memberikan rasa percaya kepada konsumen terhadap produk yang ditawarkan, *tabligh* (menyampaikan) sikap yang menyampaikan dengan benar adanya terhadap keunggulan produk yang ditawarkan, *fatamah* (cerdas) memiliki kecerdasan untuk melakukan strategi pemasaran dalam memasarkan suatu produk kepada konsumen⁹.

Banyaknya perbankan Syariah, menyebabkan persaingan industry perbankan yang semakin kompetitif yakni antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional atau sesama bank Syariah dalam mendapatkan pendapatannya masing-masing. Salah satu cara yang ditempuh lembaga keuangan adalah dengan meningkatkan penghimpunan dana yang berasal dari masyarakat berupa tabungan. Begitu juga dalam meningkatkan penghimpunan dananya, pada Bank syariah Indonesia Cabang Kudus menawarkan tabungan Haji dan Umrah yaitu salah satu produk dengan prinsip syariah dengan akad Wadiah dan Mudharabah dimana penyeter sebagai penitip dana dan pihak bank sebagai penyimpan dana dengan bertanggungjawab sepenuhnya dan syarat yang mudah untuk nasabah. Tabungan Haji dan Umrah merupakan salah satu sumber pendanaan yang cukup besar, oleh karena itu Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus senantiasa dituntut untuk melakukan usaha yang dapat menarik masyarakat untuk menabung, agar target kenaikan jumlah nasabah

⁸ Annisa Febriana, Sekripsi: Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Rotte Ragam Rasa Pekanbaru, Pekanbaru:2021, hlm 2.

⁹ Annisa Febriana, Sekripsi: Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Rotte Ragam Rasa Pekanbaru, Pekanbaru:2021, hlm 3.

yang diharapkan pihak bank dapat terus meningkat dalam setiap tahunnya.

Dari hasil penelitian Rika Yulianti yang berjudul Pengaruh Nilai-nilai Agama, Kualitas Layanan, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah di Banjarmasin. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak perbankan di Banjarmasin yang berhasil menarik nasabah terbanyak yaitu berupa referensi dari keluarga atau teman atau kerabat, sedangkan melalui media advertising kurang memberikan kontribusi yang berarti dalam menarik nasabah. Dalam penelitian tersebut, promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah Bank Syariah di Banjarmasin.¹⁰

Dari hasil penelitian Bilqis Ratu Saba' Firdaus dengan judul Pengaruh Promosi Islami Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bmt Hasanah (Studi Kasus Di Bmt Hasanah Kantor Cabang Sambit). Hasil yang didapatkan dari penelitian ini, menunjukkan bahwa kegiatan pelayanan Islami yang dilakukan BMT Hasanah berdampak pada keputusan nasabah untuk memilih BMT Hasanah. Hal tersebut terjadi karena BMT Hasanah telah memberikan pelayanan yang terbaik pada saat layanan pertama yang diterima oleh nasabah. Proses pelayanan yang cepat, dan amanah, serta menjaga privasi nasabah yang terjaga serta kepuasan nasabah atas layanan yang didapatkan. Sesuai dengan apa yang terjadi bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak BMT Hasanah terhadap nasabahnya dapat menjadi tolok ukur untuk meningkatkan keputusan calon nasabah untuk memilih BMT Hasanah. Nasabah yang pernah mengunjungi BMT Hasanah setuju bahwa kualitas pelayanan yang diberikan BMT Hasanah cukup baik, sesuai dengan prinsip Islam maupun kebutuhan. Dapat disimpulkan bahwa pelayanan Islami berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah di BMT Hasanah.¹¹

Dalam penelitian Bayhaqi penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi di Leasing FIF Syariah Kota Lhokseumawe. Produk menjadi suatu unsur yang sangat penting bagi sebuah perusahaan

¹⁰ Rika Yulianti, *Pengaruh Nilai-nilai Agama, Kualitas Layanan, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah di Banjarmasin*, Jurnal Wawasan Manajemen, Vol. 4 no. 2, (2016), hlm 128.

¹¹ Bilqis Ratu Saba' Firdaus, *Pengaruh Promosi Islami Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bmt Hasanah (Studi Kasus Di Bmt Hasanah Kantor Cabang Sambit)*, Jurnal hukum Islam dan Ekonomi Syariah, Vol. 3 no. 1 (2022), hlm. 49.

dikarenakan tanda adanya produk, maka perusahaan tidak dapat menjalankan aktivitasnya sebagaimana layaknya sebuah perusahaan. Sebuah produk yang ingin dipasarkan oleh perusahaan harus memiliki nilai dan manfaat yang besar bagi pelanggan, dikarenakan pelanggan akan memilih sebuah produk yang cocok bagi mereka, oleh karena itu perusahaan harus mampu bersaing untuk menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan para pelanggannya. Pelayanan dan kualitas produk secara bersama sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bertransaksi di Leasing FIF syariah Kota Lhokseumawe.¹²

Fenomena gep Banyaknya bank yang di Indonesia dengan menawarkan produk tabungan Haji dan Umrah secara cepat dan tidak susah, beberapa nasabah pasti tertarik dengan tawaran tersebut. Sehingga nasabah tidak tahu apakah syarat tersebut sesuai dengan keinginannya atau tidak ketika mendaftar tabungan Haji dan Umrah. Dalam mengatasi permasalahan tersebut yaitu dengan informasi dan penjelasan yang jelas, maka bisa membantu nasabah dalam memilih tabungan Haji dan Umrah yang sesuai keinginan nasabah tersebut. Pada Bank Syariah Indonesia cabang Kudus salah satu bank yang mempunyai produk tabungan Haji dan Umrah dengan banyaknya minat nasabah yang ingin menabung disitu. Dengan pelayanannya yang sesuai syariat Islam dan promosi yang cukup luas maka menjadikan masyarakat untuk memilih tabungan Haji dan Umrah di BSI dibandingkan dengan bank Muamalat atau bank yang lainnya. Jadi nasabah bisa memilih mana yang tabungan Haji dan Umrah yang sesuai dengan keinginannya.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis itertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan Islami, Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Haji Dan Umroh (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus)”**.

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan penjabaran latar belakang diatas, terdapat permasalahan yang akan dibahas pada riset ini, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan nasabah penggunaan tabungan haji dan umroh pada nasabah Bank Syariah Indonesia cabang Kudus?

¹² Bayhaqi, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi di Leasing FIF Syariah Kota Lhokseumawe*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam, Vol. 1 no. 2, (2019), hlm. 161.

2. Bagaimana pengaruh pelayanan Islami terhadap keputusan nasabah penggunaan tabungan haji dan umroh Bank Syariah Indonesia cabang Kudus?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah penggunaan tabungan haji dan umroh Bank Syariah Indonesia cabang Kudus?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini diantaranya:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan nasabah penggunaan tabungan haji dan umroh Bank Syariah Indonesia cabang Kudus.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan Islami terhadap keputusan penggunaan tabungan haji dan umroh Bank Syariah Indonesia cabang Kudus..
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan penggunaan tabungan haji dan umroh Bank Syariah Indonesia cabang Kudus.

D. Manfaat Penelitian

Sesuai tujuan penelitian diatas, maka manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Secara teoritik, hasil penelitian ini diinginkan bisa menjadi bahan referensi dalam manajemen pemasaran yaitu mengenai pengaruh kualitas produk, pelayanan Islami, promosi terhadap keputusan penggunaan tabungan haji dan Umrah pada nasabah Bank Syariah Indonesia.
2. Secara praktis, penelitian ini diinginkan mampu memberikan ilustrasi serta keterangan bagi perusahaan agar mengetahui persepsi nasabah terhadap keputusan tabungan Haji dan Umrah dan untuk menambah wawasan mengenai pengaruh kualitas produk, pelayanan Islami dan promosi terhadap keputusan penggunaan tabungan Haji dan Umrah nasabah Bank Syariah Indonesia.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan disusun dengan maksud untuk mempermudah menjelaskan dan memahami pokok permasalahan sehingga didapatkan gambaran secara garis-garis besar dari masing-masing bagian yang saling berhubungan. Dengan sistematika penulisan ini nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan

ilmiah. Berikut merupakan sistematika penulisan yang akan disusun oleh penulis :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini terdiri dari Latar belakang, Rumusan masalah, Tujuan penelitian, Manfaat penelitian, Sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang uraian landasan teori yang meliputi deskripsi kualitas produk, pelayanan Islami, dan promosi. Selain itu ada penelitian terdahulu, kerangka pikir, hepotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari Jenis dan pendekatan, Setting penelitian, Populasi dan sampel, Desain dan definisi operasional variabel, Uji validitas dan reliabilitas Instrumen, Teknik pengumpulan data, Teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran objek penelitian, hasil pengujian, analisis dan serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini terdiri atas kesimpulan dan saran.