

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berkembangnya aktivitas perekonomian masyarakat menyebabkan mereka membutuhkan institusi yang bertugas mengelola uang yang mereka miliki. Inilah yang melahirkan lembaga keuangan (AlArif, 2017, hal. 79). Menurut surat keputusan menteri keuangan Republik Indonesia No. 792 Tahun 1990 tentang “Lembaga Keuangan”, lembaga keuangan diberi batasan sebagai semua badan yang kegiatannya di bidang keuangan, melakukan penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat terutama guna membiayai investasi perusahaan (Nuritomo, 2014, hal. 5).

Lembaga keuangan dibagi kepada dua, yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank. Apabila lembaga keuangan tersebut disandarkan kepada syariaah, maka akan menjadi sebuah lembaga keuangan syariah. Lembaga Keuangan Syariah adalah suatu perusahaan yang usahanya bergerak di bidang jasa keuangan yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Prinsip syariah yaitu prinsip yang menghilangkan unsur-unsur yang dilarang dalam islam, kemudian menggantikannya dengan akad-akad tradisional Islam atau yang lazim disebut dengan prinsip syariah (Anshari, 2008, hal. 8). Sesuai dengan firman Allah SWT pada QS. As- Syuura/42:13

شَرَعَ لَكُمْ مِنَ الدِّينِ مَا وَصَّى بِهِ نُوحًا وَالَّذِي أَوْحَيْنَا إِلَيْكَ وَمَا وَصَّيْنَا بِهِ إِبْرَاهِيمَ وَمُوسَى وَعِيسَى أَنْ أَقِيمُوا
الدِّينَ وَلَا تَتَفَرَّقُوا فِيهِ كَبُرَ عَلَى الْمُشْرِكِينَ مَا تَدْعُوهُمْ إِلَيْهِ اللَّهُ يَجْتَبِي إِلَيْهِ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي إِلَيْهِ مَنْ يُنِيبُ
(١٣)

Dia telah mensyari'atkan bagi kamu tentang agama apa yang telah diwasiatkan-Nya kepada Nuh dan apa yang telah kami wahyukan kepadamu dan apa yang telah kami wasiatkan kepada Ibrahim, Musa, dan Isa, yaitu: Tegakkanlah agama dan janganlah kamu berpecah belah tentangnya, amat berat bagi orang-orang musyrik agama yang kamu seru mereka kepada-Nya. Allah menarik kepada agama itu orang yang dikehendaki-Nya dan member petunjuk kepada (agama)-Nya orang yang kembali (kepada-Nya).

Adapun keterkaitan ayat di atas dengan pembahasan yang penulis teliti yaitu pada prinsip yang dijalankan bank syariah merupakan prinsip syariah, adapun yang di maksud dengan prinsip syariah ini adalah menghilangkan unsur-unsur akad yang di larang oleh agama islam yang mana hal tersebut telah diterangkan di dalam ayat di atas yaitu tegakkan lah agama.

Sejak beroperasinya lembaga keuangan Islam di Indonesia pada tahun 1992 yang ditandai dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) tepatnya pada 1 November 1991 dan resmi beroperasi pada 2 Mei 1992 berarti bangsa Indonesia telah mempunyai sistem keuangan baru yang bebas dari unsur riba (bunga bank) yakni menggunakan sistem bagi hasil (Lubis, 1999, hal. 1).

Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapat izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya o. 10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT Bank BRI syariah Tbk secara resmi beroperasi. Kemudian PT Bank BRI Syariah Tbk merubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam.

Aktivitas PT Bank BRI Syariah Tbk semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan unit usaha syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., untuk melebur ke dalam PT Bank BRI Syariah Tbk (proses spin off) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT Bank BRI Syariah Tbk.

Untuk mendukung upaya pencapaian pengembangan usaha syariah tersebut diperlukan adanya unit kerja operasional yang berfungsi melaksanakan kebijakan usaha syariah, mengembangkan usaha syariah di wilayah kerjanya melalui pemberian pelayanan perbankan syariah kepada nasabah , maka didirikan kantor cabang-cabang BRI dengan sistem syariah.

Salah satunya adalah kantor Cabang Bank BRI Syariah yang beralamat di Jl. A. Yani Km.4 No.31 Kelurahan Kebun Bunga Banjarmasin. Pendirian kantor cabang tersebut berdasarkan surat Keputusan Direksi BRI NoKep : 75-DIR/PPP/12/2001 tanggal 27 Desember 2001 tentang Struktur Organisasi Kantor Cabang dan Kantor Cabang pembantu. Yang merupakan salah satu bank di Indonesia. BRI Syariah merupakan anak perusahaan dari Bank Rakyat Indonesia yang akan melayani kebutuhan perbankan masyarakat Indonesia dengan menggunakan prinsip-prinsip Syariah.

Bank BRI Syariah KC. Banjarmasin berada dalam lingkungan yang kompetitif, sehingga nasabah akan semakin menuntut pelayanan yang terus meningkat dari tenaga penjualan perusahaan. Pertumbuhan pendapatan Bank BRI Syariah KC. Banjarmasin sangat bergantung pada kemampuan menarik nasabah baru, mempertahankan nasabah yang telah ada, dan merubah keberadaan nasabah potensial menjadi nasabah sejati.

Sarana promosi yang secara umum digunakan oleh perbankan adalah periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, dan hubungan masyarakat. Dalam hal ini Bank BRI Syariah KC. Banjarmasin sudah melaksanakan empat sarana promosi yaitu periklanan pada media massa seperti iklan pada televisi, iklan pada aplikasi Instagram, brosur dan pemasangan spanduk produk Bank BRI Syariah, promosi penjualan dilakukan dengan memberikan tingkat bagi hasil yang bersaing dengan bank syariah yang lain, penjualan pribadi dilakukan dengan langsung datang kerumah-rumah calon nasabah dan langsung datang kepasar-pasar atau tempat calon nasabah bekerja, dan hubungan masyarakat dibangun dengan menjadi *sponsorship* acara instansi yang bekerjasama dengan Bank BRI Syariah Banjarmasin, kerjasama juga dilakukan dengan membangun penyetoran transaksi (*payment point*) pada sekolah-sekolah untuk pembayaran SPP serta pembayaran gaji.

Berhadapan dengan dunia perbankan, pasti ada yang namanya pesaing. Oleh karena itu, Bank BRI Syariah KC. Banjarmasin harus lebih giat dalam mempertahankan nasabah

pembiayaan, menarik perhatian dari para calon nasabah dan mempromosikan produk pembiayaan yang lebih dari bank lain yang berada disekitar lokasi. Bank lain yang juga beroperasi disana antara lain, Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank BJB, Bank KALSEL, Bank BNI Syariah, Bank Negara Indonesia (BNI), Panin Bank, Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Muamalat, Bank Tabungan Negara (BTN).

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait pengaruh bauran promosi terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan mikro yang dituangkan dalam skripsi dengan judul **“PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PEMBIAYAAN MIKRO DI PT. BRI SYARIAH KC. BANJARMASIN ”**

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Apakah bauran promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan mikro di PT. BRI Syariah KC. Banjarmasin.
2. Apakah bauran promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan mikro di PT. BRI Syariah KC. Banjarmasin.

C. Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui bauran promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan mikro di PT. BRI Syariah KC. Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui bauran promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan mikro di PT. BRI Syariah KC. Banjarmasin.

D. Signifikansi Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis, diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Aspek teoritis (keilmuan) sebagai bahan kajian untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang permasalahan yang diteliti dan diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian sejenis di masa yang akan datang.
2. Aspek praktis (guna laksana) menjadi bahan informasi bagi pihak yang terkait terutama pihak Bank BRI Syariah KC. Banjarmasin dalam mengambil kebijakan tentang bauran promosi yang akan di laksanakan.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari penafsiran yang keliru dalam memahami maksud dari penelitian ini, maka penulis mengemukakan definisi operasional sebagai berikut:

1. Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari suatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang untuk mengubah sesuatu yang lain (Poerwadarminta, 2002, hal. 849). Adapun pengaruh yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu peran variabel bauran promosi yang meliputi periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi dan hubungan masyarakat dalam mempengaruhi calon nasabah untuk memilih melakukan pembiayaan mikro di PT. BRI Syariah KC. Banjarmasin.

2. Bauran Promosi (*Promotional mix*) adalah kombinasi strategi yang dimana semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan (Danupranata, 2013, hal. 44).

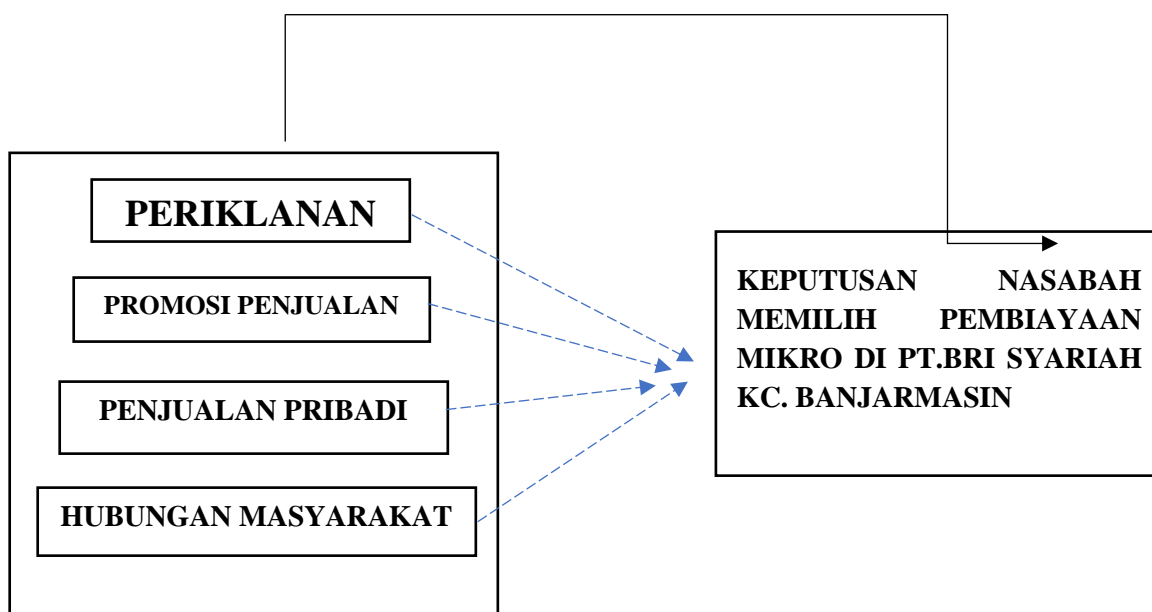
Bauran promosi yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Periklanan merupakan sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik, dan mempengaruhi calon nasabahnya. Maksudnya adalah strategi periklanan seperti postingan iklan di media sosial seperti instagram.
 - b. Penjualan pribadi yaitu presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon nasabah atau lebih yang ditujukan untuk menggunakan jasa bank. Maksudnya adalah penjualan pribadi seperti komunikatif, keramahan, dan sambutan kepada nasabah.
 - c. Promosi penjualan adalah kegiatan pemasaran yang mendorong efektivitas pembelian konsumen. Maksudnya promosi penjualan seperti menggunakan alat peraga seperti pameran demonstrasi, memberikan souvenir dan lainnya.
 - d. Hubungan masyarakat yaitu usaha yang direncanakan secara terus-menerus dengan sengaja, guna membangun dan mempertahankan pengertian timbal-balik antara organisasi dan masyarakatnya. Maksudnya adalah hubungan antara pihak bank dengan masyarakat seperti menjadi sponsor dalam sebuah kegiatan yang diadakan masyarakat dan lainnya.
3. Keputusan Nasabah adalah proses integrasi yang digunakan untuk menggabungkan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya (Peter & Olson, 2014, hlm. 164). Adapun yang dimaksud keputusan nasabah yaitu sebuah keputusan yang dibuat oleh calon nasabah untuk memilih pembiayaan mikro di PT.BRI Syariah KC. Banjarmasin

F. Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, penulis mencoba melihat hubungan antara variabel periklanan (*advertising*), variabel promosi penjualan (*sales promotion*), variabel penjualan pribadi (*personal selling*), variabel hubungan masyarakat (*public relation*) dengan keputusan nasabah memilih produk pembiayaan mikro.

Kerangka pemikiran yang penulis susun tercantum pada gambar:



Gambar 1.1

Kerangka Pemikiran

Ket :

—————> : Berpengaruh secara simultan

- - - - -> : Berpengaruh secara parsial

Periklanan (X_1), Promosi Penjualan (X_2), Penjualan Pribadi (X_3), dan Hubungan Masyarakat (X_4) adalah variabel independen yang dapat mempengaruhi variabel dependen. keputusan nasabah memilih pembiayaan mikro di PT. BRI Syariah KC. Banjarmasin (Y) adalah variabel dependen yang akan dipengaruhi variabel independen.

G. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih harus di uji secara empiris (Suryabrata, 2014, hal. 21). Berdasarkan pada gambar kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₀ :Bauran promosi yang berupa periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi dan hubungan masyarakat berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan mikro.

H_a :Bauran promosi yang berupa periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi dan hubungan masyarakat berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan mikro.

H. Penelitian Terdahulu

Kajian pustaka sangat diperlukan untuk menghindari penelitian yang sama dengan penelitian yang akan diteliti. Oleh karena itu, untuk memperjelas permasalahan yang penulis angkat, maka diperlukan kajian pustaka untuk membedakan penelitian yang telah ada. Penelitian yang dimaksud, antara lain yaitu:

1. Siti Mutmainah (100110087), "*Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Partisipasi Masyarakat pada Event-event Tahunan di Solo*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah bauran promosi berpengaruh terhadap minat partisipasi masyarakat pada event tahunan di Solo. Metode yang digunakan menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh dari variabel independen bauran promosi sebesar 48,8% terhadap variabel dependen minat partisipasi masyarakat pada event-event tahunan di Solo. Persamaan penelitian ini dengan yang diteliti oleh penulis terletak pada variabel independen yaitu bauran promosi, metode penelitian dan teknik pengumpulan data yang

menggunakan kuesioner. Adapun perbedaannya terletak pada variabel dependen dan tempat melakukan penelitian.

2. Maisarah (1301160277) yang meneliti mengenai “*Pengaruh Strategi Promosi Produk Tabungan SimPel iB Hasanah PT. BNI KCS Banjarmasin Terhadap keputusan menabung pelajar SMAN 7 Banjarmasin*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi berpengaruh terhadap keputusan menabung pelajar SMAN 7 Banjarmasin. Penelitian yang dilakukan adalah penelitian kombinasi (*mixed methods*) di mana metode ini menggabungkan antara metode kuantitatif dan kualitatif. Metode ini menggunakan model *sequential explanatory design* dicirikan dengan pengumpulan data dan analisis data kuantitatif pada tahap pertama, dan diikuti dengan pengumpulan dan analisis data kualitatif pada tahap kedua. Hasil dari penelitian ini adalah besar pengaruh variabel independent yaitu periklanan, promosi penjualan, personal selling dan public relations terhadap variabel dependen keputusan pelajar menabung tabungan SimPel iB Hasanah yaitu sebesar 48,7%. Persamaan penelitian ini dengan yang diteliti oleh penulis terletak pada variabel independen yaitu strategi promosi yang meliputi periklanan, promosi penjualan dan hubungan masyarakat. Adapun perbedaannya terletak pada variabel dependen, metode penelitian dan tempat melakukan penelitian.
3. Uswatun Hasanah (1301160346) yang meneliti mengenai “*Strategi Promosi Pembiayaan Sebagai Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah pada PT. BRI Syariah KCP. Pasar Baru di kota Banjarmasin*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi dan kendala-kendala yang dihadapi PT. BRI Syariah KCP. Pasar Baru. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah PT. BRI Syariah KCP. Pasar Baru dalam upaya peningkatan jumlah nasabah pada produk pembiayaan menggunakan strategi bauran promosi adapun salah satu kendala

yang dihadapi PT. BRI Syariah KCP. Pasar Baru adalah kurangnya mesin ATM dari bank yang membuat nasabah sulit melakukan transaksi. Persamaan penelitian ini dengan yang diteliti penulis yaitu strategi promosi yang meliputi periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi dan hubungan masyarakat dan tempat melakukan penelitian. Adapun perbedaannya terletak pada metode penelitian yang digunakan.

I. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab yang disusun secara sistematis dengan susunan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, bab ini yang berisikan latar belakang masalah yang menguraikan gambaran dari masalah yang diteliti. Permasalahan yang sudah digambarkan pada latar belakang dirumuskan dalam rumusan masalah, kemudian dirumuskan pula tujuan penelitian yang berkenaan dengan tujuan peneliti dalam melakukan penelitian. signifikansi penelitian merupakan kegunaan hasil penelitian dan dampak dari tercapainya tujuan. Setelah itu dibuat definisi operasional untuk membatasi istilah-istilah dalam judul penelitian yang bermakna umum dan luas serta untuk menghindari penafsiran yang keliru dalam memahami penelitian ini. Kajian pustaka dibuat ditampilkan sebagai informasi adanya tulisan atau penelitian dari aspek lain yang mempunyai persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Kemudian dibuat kerangka pemikiran yang berupa sebuah skema sebagai acuan dalam penelitian. Hipotesis merupakan sebuah jawaban sementara terhadap masalah yang diajukan. Adapun sistematika penulisan yaitu susunan skripsi secara keseluruhan. Kemudian dibuatlah Bab II landasan teori untuk menjadi bahan acuan dalam menganalisis data yang diperoleh.

Bab II Landasan Teori, Berisikan tentang teori tentang strategi promosi dan teori tentang keputusan pembelian yang akan dijadikan penulis sebagai tolak ukur penyajian data

yang didapatkan dalam penelitian. Kemudian dibuat metode penelitian agar mengetahui langkah apa saja yang perlu dilakukan oleh penulis dalam melakukan penelitian.

Bab III Metode Penelitian, pada bab ini terdiri dari jenis, sifat, dan lokasi penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data yang berisi tentang data apa saja yang diperlukan dan sumber datanya, untuk proses pengumpulannya maka dituangkan dalam teknik pengumpulan data dan teknik pengolahan, setelah semua data terkumpul kemudian data tersebut dianalisis menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi berganda dan uji hipotesis. Untuk mengetahui tahapan-tahapan dalam penyusunan skripsi ini maka dibuatlah tahapan penelitian. Setelah semua data didapat maka kemudian data tersebut disajikan dan dianalisis pada Bab IV penyajian dan analisis data.

Bab IV Penyajian dan Analisis Data, yang menguraikan dengan jelas data hasil penelitian dilapangan, yaitu terdiri dari: gambaran umum tempat penelitian, penyajian data dan analisis data dari hasil penelitian yang dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada responden. Kemudian setelah itu dibuatlah kesimpulan serta saran yang dituangkan pada Bab V penutup

Bab V Penutup, bagian ini berisikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti serta saran atau masukan kepada mahasiswa atau pihak-pihak lain yang terkait.