

**PENGARUH PROMOSI PRODUK PERBANKAN TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG PADA PERBANKAN SYARIAH
(Studi kasus Pada Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Langsa)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

**PUTRI WIRDAWATI
511000779**

**Mahasiswi Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Zawiyah Cot Kala Langsa
Program Strata Satu (S-1)**

Fakultas : Syari'ah

Jurusan : Muamalah



**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
ZAWIYAH COT KALA LANGSA
1436 H / 2015 M**

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr, Wb

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, puji syukur hanya bagi Allah atas segala hidayah-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH PROMOSI PRODUK PERBANKAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG PADA PERBANKAN SYARIAH (Studi kasus Pada Bank Aceh Syariah Capem Langsa)”**. Shalawat serta salam semoga tetap terlimpah keharibaan junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW., Keluarga dan Sahabatnya.

Alhamdulillah atas ridho Allah SWT dan bantuan dari semua pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini sudah sepatutnya penyusun mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak DR. H. Zulkarnain. MA, selaku rektor IAIN Zawiyah Cot Kala Langsa.
2. Bapak DR. Zulfikar, MA, selaku Dekan Fakultas Syari'ah IAIN Zawiyah Cot Kala Langsa.
3. Ibu Anizar. MA, selaku Ketua Jurusan Muamalah IAIN Zawiyah Cot Kala Langsa.
4. Bapak Dr.M.Abu Bakar , selaku penasehat akademik yang juga telah banyak memberikan saran dan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Syamsul Rizal, M.SI, selaku pembimbing I dan Zulkarnen Mora, M.HRD, selaku pembimbing II, yang dengan sabar memberikan pengarahan, saran, dan bimbingan sehingga skripsi ini terselesaikan.
6. Segenap Staff dan pegawai serta Dosen yang bertugas di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa.

7. Bapak Iskandar YS dan Ibu Siti Rahmah sebagai orang tua tercinta.yang selama ini terus memberikan dukungan kepada ananda sehingga karya sederhana ini terselesaikan dengan baik.
8. Teman-teman dan sahabat seperjuangan di Jurusan MU angkatan 2010 yang tidak bisa disebutkan satu per satu, serta seluruh mahasiswa/i IAIN Zawiyah Cot Kala Langsa, yang telah membantu dan memberikan motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini. Kebersamaan kita selama ini adalah pengalaman yang akan menjadi kenangan indah.

Peneliti menyadari banyak sekali terdapat kekurangan dalam skripsi ini, namun demikian peneliti berharap hasil penelitian ini bermanfaat bagi pembacanya.

Langsa, 24 April 2015

Penulis

PUTRI WIRDAWATI

NIM: 511000779

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	i
PERSETUJUAN	ii
ABSTRAKSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Penjelasan Istilah	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Teori Promosi	
1. Pengertian Promosi	8
2. Jenis-jenis Promosi	9
3. Proses Perencanaan Promosi	11
4. Fungsi dan Tujuan Promosi.....	12
5. Promosi Islami	13
B. Teori Keputusan	
1. Pengertian Keputusan.....	16
2. Pendekatan dalam pengambilan keputusan	16
3. Proses Pengambilan Keputusan.....	18
C. Penelitian yang Relevan.....	23
D. Kerangka Berfikir	25
E. Hipotesis	25

BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Pendekatan Penelitian	26
	B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
	C. Populasi dan Sampel	
	1. Populasi.....	27
	2. Sampel	27
	D. Sumber Data	28
	E. Teknik pengumpulan data	28
	F. Definisi Operasional Variabel	30
	G. Pengujian Instrumen Penelitian.....	31
	H. Teknik analisis data.....	32
	I. Pedoman penulisan	34
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Hasil Penelitian	
	1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	38
	a. Sejarah Pendirian Bank Aceh Syariah.....	38
	b. Visi, Misi dan Motto	41
	c. Struktur Organisasi	42
	2. Karakteristik Responden	42
	3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	45
	4. Persentase Kuesioner Promosi Produk.....	47
	5. Persentase Kuesioner Keputusan Menabung.....	50
	6. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	52
	B. Analisis penulis.....	54
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan.....	55
	B. Saran	56
	DAFTAR PUSTAKA	57

Abstrak

Promosi merupakan salah satu variabel di dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasanya. Promosi yang dilakukan Bank Aceh syariah dalam menawarkan produknya bertujuan untuk meningkatkan jumlah nasabah. Dengan menonjolkan keunggulan produk dalam kegiatan promosi yang dilakukan diharapkan dapat mempengaruhi persepsi, sikap dan perilaku nasabah dan pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel promosi produk terhadap variabel keputusan nasabah menabung. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskripsi kuantitatif yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier sederhana, koefisien determinasi dan uji t. Pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 17.0 *for windows*. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, dengan teknik pengumpulan data yaitu wawancara dan kuesioner dengan jumlah responden sebesar 99 orang. Dari hasil pengolahan data penelitian diperoleh model regresi linier sederhana yaitu $Y = 6,587 + 0,654 X$. Nilai R Adjusted square atau koefisien determinasi sebesar 0,399, hal ini berarti 39,9% variasi dari pengambilan keputusan menabung dijelaskan oleh variasi promosi produk, sedangkan sisanya ($100\% - 39,9\% = 60,1\%$) dijelaskan oleh variabel diluar penelitian. Berdasarkan uji t yang dilakukan diperoleh t hitung sebesar 8,127 dengan p value 0.000. Berdasarkan ketentuan jika p value ($0,000 < 0,05$). Maka itu berarti variabel independen (promosi produk) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (keputusan nasabah menabung).

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan merupakan elemen atau unsur penting dalam perekonomian. Sebagaimana kita ketahui bahwa dalam kehidupan sosial ekonomi, Bank merupakan suatu lembaga yang memegang peranan di dalam membantu pemerintah untuk mencapai kemakmuran masyarakat dan mewujudkan tujuan pembangunan nasional dengan jalan menghimpun dan menyalurkan dana yang menjadi tugas pokok bank.

Menurut Sulhan dan Ely siswanto, “Bank memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian suatu negara. Semakin baik kondisi bank di suatu negara, maka akan semakin baik pula kondisi perekonomian suatu negara. Efektifitas dan efesiensi sistem bank di suatu negara akan memperlancar perekonomian negara tersebut”.¹

Di samping berdiri Bank Konvensional, di Indonesia saat ini juga telah hadir Bank Syariah, yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Syariat Islam, diantaranya adalah Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu (Capem) Langsa. Bank tersebut merupakan anak Perusahaan dari Bank Aceh. Bank Aceh Syariah itu sendiri ber Alamat di Jln. T.Umar No. 109 Kota Langsa, dan telah beroperasi sejak tahun 2009 sampai dengan sekarang dengan jumlah nasabah sampai dengan akhir tahun 2014 adalah 10.723 orang. Sebagai salah satu lembaga keuangan

¹ M. Sulhan. dan Ely Siswanto, *Manajemen Bank, Konvensional dan Syariah*, (Malang : UIN – Malang press, anggota IKAPI. 2008) h. 3

Islam, Bank Aceh Syariah dituntut harus mampu menjalankan operasinya dengan berlandaskan prinsip syariat Islam yang berpedoman pada Al-Quran dan As-Sunnah.

Sebagaimana firman Allah dalam Al- Quran, Surat Ali Imran : 130 yang berbunyi :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا الرِّبَاۤ اَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۗ وَاتَّقُوا اللّٰهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ ﴿١٣٠﴾

Artinya : *‘hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.’ (Q.s. ali imran : 130).*²

Dalam ayat ini dijelaskan bahwa umat Islam diharamkan memakan harta riba apapun jenisnya dan yang berkaitan dengan suatu tambahan yang berlipat ganda. Pengambilan bunga dengan tingkat yang cukup tinggi merupakan fenomena yang banyak dipraktikkan pada Bank Konvensional. Bunga diyakini mengandung unsur riba karena dalam sistem bunga terdapat unsur katidakadilan karena pemilik dana mewajibkan peminjam dana untuk membayar lebih dari pada yang dipinjam tanpa memperhatikan apakah peminjam mengalami keuntungan atau kerugian. Dengan berdirinya Bank Aceh Syariah diharapkan dapat mengatasi kekhawatiran masyarakat Kota Langsa terhadap praktik riba yang berlangsung saat ini.

² Departemen agama RI, *Al-Quran dan terjamahannya*, (Bandung : CV Penerbit Jumanatul Ali-ART. 2005) h. 66

Berdasarkan kondisi di atas, Bank Aceh Syariah menciptakan produk-produk yang diinginkan oleh masyarakat muslim pada umumnya. Beberapa produk tersebut yaitu :

1. Produk Pendanaan

1. Tabungan firdaus iB (Mudharabah)
2. Tabungan Sahara iB (Wadiah)
3. Deposito Sejahtera iB (Mudharabah)
4. Giro Amanah iB (Wadiah)

2. Produk Pembiayaan

1. Pembiayaan Seuramoe Mikro iB (Musyarakah)
2. Pembiayaan konsumen iB (Murabahah)
3. Pembiayaan Usaha Rakyat (PUR) (Murabahah)

3. Produk jasa keuangan

1. ATM iB (Wakalah)
2. Transfer (Wakalah)

Dengan adanya produk-produk yang ditawarkan maka kami melakukan kegiatan promosi, yang berguna untuk menginformasikan atau memperkenalkan produk kami kepada masyarakat. Adapun kegiatan promosi yang kami lakukan adalah Promosi lewat periklanan yaitu berupa pemasangan billboard (papan nama) di jalan-jalan strategis, percetakan brosur, pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang strategis dan juga melalui media seperti radio, dan promosi penjualan pribadi dengan cara menginformasikan secara langsung kepada calon nasabah.³

Menurut Kasmir ‘‘Ada empat sarana Promosi yang dapat digunakan oleh Bank dalam mempromosikan produk maupun jasanya yaitu : Periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*) , Publisitas (*publicity*), penjualan pribadi (*personal selling*).’’⁴

Menurut Muh Yunus definisi promosi adalah ‘‘Segala macam bentuk komunikasi persuasif yang di rancang untuk menginformasikan pelanggan tentang

³ Hasil wawancara dengan Bapak M. Safri Antoni, Account Officer Bank Aceh Syariah cabang pembantu Langsa. Tanggal 20 februari 2015

⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: kencana, 2005), h. 176

produk atau jasa dan untuk mempengaruhi mereka agar membeli barang atau jasa tersebut’’⁵

Dari langkah-langkah promosi yang telah dilakukan oleh Bank Aceh nyatanya belum sepenuhnya efektif, permasalahan yang terjadi yaitu masih adanya nasabah yang tidak terpengaruh oleh promosi yang dilakukan Bank Aceh, banyak dari mereka memutuskan menabung bukan karena promosi yang dilakukan oleh Bank melainkan karena prinsip bagi hasil yang sesuai syariah. Oleh karena itu, Bank Aceh diharapkan mampu melakukan promosi yang lebih efektif lagi untuk menambah jumlah nasabahnya.

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang “Pengaruh Promosi Produk Perbankan Terhadap keputusan Nasabah Menabung pada Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Langsa).”

⁵ Muh. Yunus, *Islam & Kewirausahaan Inovatif*, cet. I, (Malang : UIN Malang Press, 2008) h. 245

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan masalah yang telah dikemukakan di atas maka peneliti merumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Adakah Pengaruh Promosi Produk Perbankan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Perbankan Syariah (Studi pada Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Langsa)?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah di atas maka dapat ditetapkan tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui adakah Pengaruh Promosi Produk Perbankan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Perbankan Syariah (Studi pada Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Langsa).

D. Manfaat Penelitian

Adanya penelitian ini penulis berharap dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak, antara lain :

1. Secara Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi peneliti dalam mengembangkan hal-hal yang berhubungan dengan manajemen pemasaran khususnya tentang pengaruh promosi produk perbankan terhadap keputusan menabung. Bagi peneliti lain dapat dijadikan referensi dalam melakukan kajian atau penelitian dengan pokok permasalahan yang sama serta sebagai bahan masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan langsung dengan penelitian ini.

2. Secara praktis

Secara praktis, sebagai masukan bagi Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Langsa dalam meningkatkan jumlah nasabah. Dan dapat digunakan sebagai perbandingan bagi peneliti berikutnya untuk membuat karya ilmiah yang lebih lengkap.

E. Penjelasan Istilah

1. Pengaruh dapat di artikan sebagai daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.⁶
2. Promosi adalah : ‘‘segala macam bentuk komunikasi persuasif yang dirancang untuk menginformasikan pelanggan tentang produk atau jasa dan untuk mempengaruhi mereka agar membeli barang atau jasa tersebut’’⁷
3. Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan.⁸
4. Bank syariah, menurut Ensiklopedi Islam, adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas

⁶ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, cet. III (Jakarta : Balai Pustaka, 1990), h. 664

⁷ *Ibid*,..., h. 245

⁸ Husen Ummar, *Study Kelayakan Bisnis*, (Jakarta : PT. Gramedia pustaka utama, 1999), h. 54

pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya di sesuaikan dengan prinsip-prinsip syariat Islam.⁹

5. Keputusan adalah hasil pemutusan yaitu segala sesuatu yang telah diputuskan setelah dipertimbangkan dan difikirkan.¹⁰
6. Menabung adalah penyimpanan uang atau barang berharga di celengan, Bank, pos, atau tempat aman lainnya.¹¹

⁹ Adrian Sutedi, *Perbankan Syariah Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*, cet. I, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2009), h. 1.

¹⁰ Js. Kamdhi, *Terampil Berwicara, Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia* : Grasindo, h. 76

¹¹ *Ibid*, h. 83