

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu bidang yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perkembangan PDB Indonesia adalah industri perbankan. Bank merupakan tempat di mana individu dari berbagai lapisan masyarakat merasa nyaman mempercayakan keuangannya, bank memainkan peran penting dalam proses pengumpulan dana masyarakat. Namun bank juga berperan penting dalam menyalurkan pinjaman kepada mereka yang membutuhkan. Akibat ekspansi ini, persaingan antar bank di Indonesia semakin memanas.¹ Persaingan dalam sektor perbankan ditandai dengan lahirnya Bank Syariah sejak tahun 1990-an, yang memiliki komitmen dalam memberikan layanan dengan sistem bebas bunga kepada para nasabahnya, baik itu bunga yang dibayarkan kepada deposan atau bunga yang diterima dari nasabah yang meminjam uang, serta bank syariah tidak mengakui bunga dalam transaksi apapun.²

Bank yang menganut prinsip syariah dikenal dengan sebutan “bank syariah”. Lembaga keuangan ini mengikuti aturan yang ditetapkan dalam syariah Islam, terutama metode muamalat yang sejalan dengan ajaran Islam. Tata cara bermuamalat tersebut adalah menghindari tata cara yang dianggap mengandung unsur bunga atau riba. Prinsip-prinsip Islam, sebagaimana dinyatakan dalam transaksi keuangan dan perbankan serta lembaga-lembaga terkait lainnya, bertujuan untuk mencegah *maisir*, *gharar*, dan *riba*, serta bank-bank syariah yang ada di Indonesia juga mempromosikan pengaplikasian

¹ Pratiwi Veronika Katuuk, Altje L. Tumbel, dan Reitty L. Samad, “Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Bahu,” *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* Vol. 7, no. 4 (2019), 20.

² Ismail, *Pebankan Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), 25.

tujuan ini.³ Mengingat mayoritas masyarakat di Indonesia beragama Islam, maka bank syariah menjadi salah satu pertimbangan baru dalam memilih layanan perbankan, dengan tujuan untuk menghindari adanya transaksi yang dapat merugikan para nasabahnya.⁴

Bank syariah juga diharapkan mampu untuk menjadi stabilisator perekonomian negara dengan memfasilitasi nasabah dalam semua aktifitas keuangannya, seperti memberikan fasilitas untuk menyimpan dana para nasabah, memberikan pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan, dan mampu memberikan layanan berkualitas tinggi.

Kota Mojokerto merupakan kota yang memiliki wilayah cukup strategis, karena terletak di 50 km arah barat Kota Surabaya sebagai Ibu Kota Jawa Timur. Daerah ini menjadi *hinterland* dengan beberapa kota lain seperti Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, dan Lamongan semuanya merupakan bagian dari Gerbang Kertassusila yang terletak di pinggiran kota metropolitan. Secara keseluruhan, kawasan ini akan membantu perekonomian Surabaya berkembang. Total ada 140.730 jiwa yang mendiami Kota Mojokerto dengan luas wilayah 1.645,5 hektar dan terbagi dalam 3 kecamatan.⁵ Setelah Kota Sibolga di Sumatera Utara dan Kota Magelang di Jawa Tengah, Kota Mojokerto menempati urutan ketiga yang menjadi kota terkecil. Mojokerto sebagai kota terkecil di Indonesia, membawa pulang predikat Kota Paling Inovatif pada acara *Innovative Government Award* (IGA) yang diselenggarakan oleh Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri). Pemerintah Kota Mojokerto sejauh ini telah berhasil menciptakan 176 penemuan. Selain itu, Kota Mojokerto merupakan rumah bagi beberapa produsen

³ Rahmat Ilyas, "Manajemen Permodalan Bank Syariah," *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* Vol. 5, no. 2 (2017), 324-326.

⁴ Septiyan Irwanto, "Analisis Minimnya Tingkat Pemahaman Masyarakat Desa Welirang Terhadap Produk-Produk Perbankan Syari'ah Dalam Meningkatkan Pendapatan Bank Syariah," *Skripsi UINSA*, (Surabaya: Universitas Islam Negeri Surabaya, 2015), 5.

⁵ www.dispenduk.mojokertokota.go.id/, diakses pada tanggal 06 Juni 2024 pukul 21.00 WIB.

sepatu ternama di Tanah Air.⁶ Masyarakat Kota Mojokerto dalam melakukan segala aktifitas tersebut diperlukan keterlibatan bank syariah yang dapat berperan serta dalam pengembangan pelaku usaha atau masyarakat yang membutuhkan jasa perbankan untuk keperluan keuangannya, oleh karena itu peneliti memilih Kota Mojokerto sebagai tempat penelitian.

Perbankan syariah di Kota Mojokerto memiliki berbagai macam produk unggulan agar dapat bersaing dengan bank syariah lainnya. Hal ini dilihat dari beberapa bank syariah yang secara operasionalnya dapat memberikan pembiayaan dan menyimpan dana dari nasabah yang telah menggunakan jasa bank syariah. Meski demikian, setiap bank syariah pasti memiliki perbedaan yang dapat dilihat dari berbagai faktor. Berikut adalah tabel hasil observasi awal pada perbankan syariah yang berada di Kota Mojokerto, antara lain:

Tabel 1.1
Perbandingan Bank Jatim Syariah Capem Mojokerto, Bank Muamalat KCP Mojokerto, dan Bank Syariah Indonesia KCP Surodinawan Mojokerto Tahun 2024

Perbedaan	Bank Jatim Syariah Capem Mojokerto	Bank Muamalat KCP Mojokerto	Bank Syariah Indonesia KCP Surodinawan Mojokerto
<i>Product</i>	a. Terdapat 12 produk penghimpunan dana b. Terdapat 15 produk pembiayaan	a. Terdapat 11 produk penghimpunan dana b. Terdapat 6 produk pembiayaan	a. Terdapat 11 produk penghimpunan dana b. Terdapat 11 produk pembiayaan
<i>Price</i>	a. Pembukaan rekening Rp.5.000,- b. Minimal setoran selanjutnya Rp.5.000,-	a. Pembukaan rekening Rp.20.000,- b. Minimal setoran selanjutnya Rp.20.000,-	a. Pembukaan rekening Rp.100.000,- b. Minimal setoran selanjutnya Rp.50.000,-

⁶ <https://gemamedia.mojokertokota.go.id/berita/15185/2024/01/6-fakta-menarik-tentang-kota-mojokerto-spirit-of-mojopahit>, diakses pada tanggal 06 Juni pukul 21.52 WIB.

Perbedaan	Bank Jatim Syariah Capem Mojokerto	Bank Muamalat KCP Mojokerto	Bank Syariah Indonesia KCP Surodinawan Mojokerto
	<ul style="list-style-type: none"> c. Biaya administrasi gratis tiap bulan. d. Tidak ada biaya administrasi untuk rekening pasif (<i>Dormant</i>). e. Biaya penutupan rekening Rp.5.000,- 	<ul style="list-style-type: none"> c. Biaya administrasi gratis tiap bulan. d. Biaya administrasi rekening pasif (<i>Dormant</i>) Rp.2.000,- e. Biaya penutupan rekening Rp.20.000,- 	<ul style="list-style-type: none"> c. Biaya administrasi gratis tiap bulan. d. Biaya administrasi rekening pasif (<i>Dormant</i>) Rp.5.000,- e. Biaya penutupan rekening Rp.20.000,-
Place	<ul style="list-style-type: none"> a. Jl. Mojopahit 454 Ds. Kranggan Kec. Prajurit Kulon, Kota Mojokerto, Jawa Timur. b. Berlokasi strategis, memudahkan aksesibilitas dan dapat dijangkau dengan bantuan Google Maps. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Jl. Gajah Mada No.104, Mergelo, Balongsari, Kec. Magersari, Kota Mojokerto, Jawa Timur. b. Lokasi strategis di pusat kota dan dapat ditemukan dengan bantuan Google Maps. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Ruko Surodinawan Square No.6 G Jalan Surodinawan, Kel. Surodinawan, Kec. Prajurit Kulon Kota Mojokerto, Jawa Timur. b. Letak lokasi yang cukup strategis dan dapat diakses dengan Google Maps.
Promotion	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Website</i> b. Media sosial c. <i>Door to door</i> d. Periklanan e. Edukasi kepada Masyarakat. 	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Website</i> b. Media sosial c. <i>Door to door</i> d. Periklanan e. Edukasi kepada Masyarakat. 	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Website</i> b. Media sosial c. <i>Door to door</i> d. Periklanan Edukasi kepada Masyarakat.
People	<ul style="list-style-type: none"> a. Karyawan telah memenuhi syarat yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. b. Karyawan telah melakukan pelatihan untuk posisi pekerjaannya masing-masing. c. Karyawan berjumlah 14 orang. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Karyawan telah memenuhi syarat yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. b. Karyawan telah melakukan pelatihan untuk posisi pekerjaannya masing-masing. c. Karyawan berjumlah 10 orang. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Karyawan telah memenuhi syarat yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. b. Karyawan telah melakukan pelatihan untuk posisi pekerjaannya masing-masing. c. Karyawan berjumlah 14 orang.

Perbedaan	Bank Jatim Syariah Capem Mojokerto	Bank Muamalat KCP Mojokerto	Bank Syariah Indonesia KCP Surodinawan Mojokerto
<i>Process</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Rekening tabungan dapat dibuka di kantor. b. Wajib membawa buku Tabungan dan identitas diri ketika melakukan penarikan. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Rekening tabungan dapat dibuka di kantor. b. Wajib membawa buku Tabungan dan identitas diri ketika melakukan penarikan. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Rekening tabungan dapat dibuka di kantor. b. Wajib membawa buku Tabungan dan identitas diri ketika melakukan penarikan.
<i>Physical Evidence</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Kartu ATM dan <i>E-Channel</i>. b. Tersedia gedung kantor dengan fasilitas ruang tunggu, toilet, musholla, tempat parkir, mesin ATM. c. Kebersihan dan kenyamanan di gedung kantor. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Tidak memberikan fasilitas kartu ATM. b. Tersedia gedung kantor dengan fasilitas ruang tunggu, toilet, musholla, tempat parkir, mesin ATM. c. Kebersihan dan kenyamanan di gedung kantor. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Kartu ATM, BSI <i>Mobile</i> dan <i>Net Banking</i>. b. Tersedia gedung kantor dengan fasilitas ruang tunggu, toilet, musholla, tempat parkir, mesin ATM. c. Kebersihan dan kenyamanan di gedung kantor.

Sumber: Hasil Observasi (Februari, 2024)

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa dibandingkan kedua bank syariah lainnya, Bank Jatim Syariah Capem Mojokerto memiliki keunggulan pada kategori produk yang lebih bervariasi. Inovasi produk oleh Bank Jatim Syariah Capem Mojokerto adalah Tabungan Santri. Produk ini menawarkan banyak manfaat seperti mendorong budaya menabung sejak dini atau dapat memudahkan para orang tua untuk mengirim uang saku kepada anak tanpa harus datang ke pesantren. Kemudian pada kategori harga yang diberikan oleh Bank Jatim Syariah Capem Mojokerto lebih terjangkau dibandingkan dengan Bank Muamalat KCP Mojokerto dan Bank Syariah Indonesia KCP Surodinawan Mojokerto. Harga dalam pembukaan rekening, minimal setoran selanjutnya, tidak dipungut biaya *dormant*, serta biaya penutupan rekening, semuanya dimulai dari harga Rp.5.000,-. Meskipun Bank Muamalat Mojokerto dan Bank Syariah Indonesia KCP Surodinawan Mojokerto tidak

memiliki produk Tabungan Santri yang persis sama, peneliti menggunakan harga produk Tabungan Umum Syariah (Reguler) yang dimiliki oleh keduanya sebagai pembandingan, karena memiliki fungsi dan kegunaan yang paling mendekati dengan Tabungan Santri pada Bank Jatim Syariah Capem Mojokerto. Peneliti menyadari keterbatasan pada data pembandingan ini, oleh karenanya telah dilakukan penyesuaian untuk memperhitungkan perbedaan karakteristik produk.

Bank Jatim Syariah Capem Mojokerto, Bank Muamalat KCP Mojokerto, dan Bank Syariah Indonesia KCP Surodinawan Mojokerto semuanya berlokasi strategis di jantung Kota Mojokerto sehingga tidak terdapat perbedaan pada kategori lokasi/tempat. Demikian pula ketiga bank syariah (Bank Jatim Syariah Capem Mojokerto, Bank Muamalat KCP Mojokerto, dan Bank Syariah Indonesia KCP Surodinawan Mojokerto) menerapkan strategi promosi yang sama antara lain *website*, media sosial, *door to door*, periklanan, dan edukasi masyarakat. Kategori *process* di Bank Jatim Syariah Capem Mojokerto sebanding dengan Bank Muamalat KCP Mojokerto dan Bank Syariah Indonesia KCP Surodinawan Mojokerto. Secara khusus, pembukaan rekening tabungan dapat dilakukan di kantor, dan penarikannya memerlukan penyerahan buku tabungan dan tanda pengenal pribadi. Bukti fisik Bank Jatim Syariah Capem Mojokerto tidak berbeda dengan bukti fisik di Bank Syariah Indonesia KCP Surodinawan Mojokerto. Selain itu perbedaan bukti fisik ada pada Bank Muamalat KCP Mojokerto yang tidak memberikan fasilitas kartu ATM. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Bank Jatim Syariah Capem Mojokerto lebih unggul dalam variasi produk dan harga yang sangat terjangkau dibanding dengan Bank Muamalat KCP Mojokerto dan Bank Syariah Indonesia KCP Surodinawan Mojokerto. Hal ini menunjukkan bahwa Bank Jatim Syariah Capem Mojokerto mampu bersaing dengan bank-bank syariah lainnya yang ada di Kota

Mojokerto. Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti, Bank Jatim Syariah Capem Mojokerto mengalami peningkatan jumlah nasabah tiap tahunnya. Peneliti memperoleh data sebagai berikut:

Tabel 1.2
Jumlah Keseluruhan Nasabah Penghimpunan dan Pembiayaan di Bank Jatim Syariah Capem Mojokerto per Akhir Desember Tahun 2021, 2022, 2023

Tahun	Jumlah Nasabah	Presentase
2021	2.090	-
2022	2.634	25,59%
2023	6.586	150,37%

Sumber: Hasil Observasi (Februari, 2024)

Tabel 1.2 menunjukkan perkembangan jumlah nasabah Bank Jatim Syariah Capem Mojokerto setiap tahunnya. Pada akhir tahun 2021, jumlah nasabah Bank Jatim Syariah Capem Mojokerto mencapai 2.090 nasabah. Jumlah ini meningkat menjadi 2.634 nasabah pada tahun 2022, menunjukkan pertumbuhan sebesar 25,59%. Pada tahun 2023, total nasabah meningkat 6.586 nasabah, dengan pertumbuhan sebesar 150,37%. Presentase ini menunjukkan jumlah nasabah Bank Jatim Syariah Capem Mojokerto mengalami kenaikan yang sangat signifikan, bahkan pada tahun 2023 meningkat dua kali lipat lebih dibandingkan tahun 2022. Peningkatan yang cukup signifikan ini mendorong peneliti untuk observasi lebih lanjut terkait data jumlah nasabah per produk yang ada di Bank Jatim Syariah Capem Mojokerto pada tahun 2023, berikut ini data yang diperoleh:

Tabel 1.3
Data Jumlah Nasabah Per Produk Pada Bank Bank Jatim Syariah Capem Mojokerto Tahun 2023

Produk Penghimpunan	Jumlah Nasabah	Produk Pembiayaan	Jumlah Nasabah
Tabungan Barokah Sejahtera	2	<i>Ijarah</i>	1
Tabungan Haji IB Amanah	238	<i>Kafalah</i>	3
Tabunganku IB	517	<i>Murabahah</i>	213
Tabungan Rencana IB Barokah	7	<i>Musyarakah</i>	33
Tabungan Si Pandai Barokah	1	-	-

Tabungan Barokah	776		
Tabungan Simpel IB	1.528		
Tabungan Santri	3.190		
Tabungan Umroh IB Amanah	41		
Giro IB Barokah	36		
Total	6.336	Total	250

Sumber: Hasil Observasi (Februari, 2024)

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Mojokerto menyediakan berbagai jenis produk, baik untuk penghimpunan dana maupun pembiayaan. Nasabah dapat memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Produk yang paling diminati adalah Tabungan Santri, hal ini dibuktikan dari jumlah nasabah yaitu sebanyak 3.190 nasabah, dengan beberapa Lembaga Pendidikan Islam yang telah menggunakan produk tersebut. Lembaga-lembaga tersebut diantaranya adalah Sekolah Menengah Pertama Islam Brawijaya, Madrasah Aliyah Manba'ul Qur-an, Madrasah Bertaraf Internasional Amanatul Ummah, dan Madrasah Ibtidaiyyah Nurul Huda 2.

Produk Tabungan Santri merupakan produk yang berlandaskan pada akad *wadiah yad dhamanah*. Akad *wadiah yad dhamanah* merupakan titipan (*wadiah*) yang mana barang atau dana nasabah dititipkan kepada pihak lembaga keuangan yang dapat digunakan atau dimanfaatkan oleh pihak tersebut. Adapun pihak penerima titipan ini bertanggungjawab penuh terhadap segala risiko yang terjadi akibat penggunaan atas dana yang dititipkan, seperti risiko kerusakan dan sebagainya. Kemudian pihak yang dititipkan atau lembaga keuangan tersebut wajib mengembalikan dana sewaktu-waktu, apabila nasabah (pihak yang menitipkan) menarik dan meminta dananya kembali.⁷ Berdasarkan adanya akad *wadiah yad dhamanah*, Bank Jatim Syariah Capem Mojokerto inisiatif untuk

⁷ Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah Di Indonesia* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018), 83.

mengembangkan produk penghimpunan dana yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk menyimpan dananya dengan aman dan dapat digunakan di semua *e-channel* Bank Jatim Syariah Capem Mojokerto.

Pada produk Tabungan Santri ini memang ditujukan untuk para santri, pengurus pondok pesantren, tenaga pengajar, serta siswa dan siswi di lembaga pendidikan yang berbasis Islam. Keunggulan dari produk Tabungan Santri adalah nasabah tidak perlu datang langsung ke Bank Jatim Syariah Capem Mojokerto untuk membuka rekening atau melakukan setor tunai, akan tetapi langsung dihubungkan kepada pondok pesantren atau lembaga pendidikannya kepada pihak Bank untuk keperluan tersebut. Kemudian pihak Bank akan mendistribusikan langsung kepada pihak terkait yang akan menggunakan produk Tabungan Santri.

Produk Tabungan Santri di Bank Jatim Syariah Capem Mojokerto menawarkan sejumlah keuntungan, seperti setoran awal dan minimal setoran selanjutnya hanya sebesar Rp. 5.000,- tanpa biaya administrasi bulanan, tanpa biaya administrasi untuk rekening pasif, serta fasilitas ATM yang memungkinkan penarikan sewaktu-waktu. Keuntungan yang ditawarkan oleh Bank Jatim Syariah Capem Mojokerto mampu menarik bagi calon nasabah dalam menggunakan produk Tabungan Santri yang sesuai dengan persyaratan dalam penggunaan produk tersebut.

Pada keseluruhan produk yang disediakan oleh Bank Jatim Syariah Capem Mojokerto, produk Tabungan Santri termasuk produk favorit, mengingat produk ini juga lebih terjangkau, fitur yang mudah, dan memberikan manfaat kepada orang tua wali dengan kemudahan mengirim uang saku putra/putrinya tanpa harus datang ke pondok pesantren. Penting untuk diketahui bahwa Tabungan Santri ini dikembangkan khusus untuk memenuhi kebutuhan serta mengoptimalkan peluang di pesantren sekaligus

meningkatkan inklusi keuangan. Harapannya adalah agar dapat dimanfaatkan dan diterima baik oleh masyarakat, karena untuk sementara potensi di syariah masih besar yang dapat digali dari banyaknya jumlah pondok pesantren, santriwan/santriwati, masjid, dan lembaga keagamaan di wilayah Jawa Timur. Produk Tabungan Santri merupakan produk yang hanya disediakan oleh Bank Jatim Syariah, tidak ada bank syariah lainnya yang menawarkan produk serupa. Oleh karena itu, peneliti sangat tertarik dengan Tabungan Santri sebagai fokus penelitian.

Perusahaan atau lembaga keuangan yang menginginkan produknya unggul di mata konsumen atau nasabah harus memperbarui strategi pemasarannya. Strategi ini perlu dimodifikasi secara berkala untuk mengikuti perkembangan zaman dan kebutuhan nasabah. Pembaharuan dalam merumuskan strategi pemasaran ialah kunci utama dari bauran pemasaran.⁸ Bauran pemasaran atau biasa disebut *Marketing mix* merupakan strategi yang dilakukan oleh perusahaan dalam menentukan bagaimana cara menawarkan produk kepada segmen pasar tertentu yang akan menjadi sasaran pasarnya.⁹ Kotler dan Armstrong mendefinisikan bauran pemasaran sebagai seperangkat alat pemasaran yang terintegrasi, terdiri dari produk, harga, lokasi, dan promosi untuk mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan dan menciptakan respon yang diinginkan di pasar sasaran.¹⁰ Selanjutnya alat pemasaran dalam produk jasa memiliki beberapa alat tambahan yang terdiri dari 7P yaitu *product, price, place, promotion, process, people, dan physical evidence*.¹¹

⁸ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), 62.

⁹ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran; Dasar, Konsep & Strategi* (Depok: Rajawali Pers, 2019), 169.

¹⁰ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2016), 51.

¹¹ Idham Khalik, *Penetapan Atribut Produk Dan Harga Terhadap Penciptaan Nilai Serta Dampaknya Pada Kinerja Pemasaran* (Cirebon: Insania, 2022), 59.

Pengambilan keputusan seorang nasabah untuk menggunakan produk lembaga keuangan merupakan langkah terakhir dalam proses pembelian. Keputusan ini didorong dengan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi seseorang untuk menjadi nasabah suatu lembaga keuangan. Keputusan nasabah merupakan hasil dari proses pengambilan keputusan konsumen dalam memilih produk atau layanan. Keputusan ini terjadi setelah melalui beberapa proses yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan melakukan evaluasi alternatif sebelum akhirnya memutuskan pilihan.¹² Kotler dan Keller,¹³ menyatakan bahwa keputusan dalam melakukan pembelian oleh konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen. Perilaku ini menggambarkan bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan menukar produk, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Ditinjau dari konteks lembaga keuangan syariah, keputusan pembelian konsumen ini dapat diartikan sebagai keputusan nasabah untuk menggunakan produk-produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah.

Menurut Fandy Tjiptono, produk diartikan sebagai segala hal yang dapat ditawarkan oleh suatu organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuannya. Produk ini harus mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sejalan dengan kemampuan dan kapasitas perusahaan, serta mempertimbangkan daya beli pasar.¹⁴ Termasuk dalam definisi produk ialah tidak hanya terbatas pada barang atau benda fisik, akan tetapi juga mencakup jasa atau pelayanan, pengalaman, kegiatan, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide, bahkan kombinasi dari berbagai wujud tersebut.¹⁵

¹² Budi Wahyono, *Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), 86.

¹³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Indeks, 2016), 194.

¹⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Publisher, 2015), 231.

¹⁵ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), 140.

Harga merupakan suatu nilai yang dinyatakan dalam rupiah untuk suatu barang atau jasa. Nilai ini mewakili jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa tersebut.¹⁶ Harga adalah satu-satunya elemen dalam *marketing mix* yang menghasilkan pendapatan. Harga juga termasuk dalam elemen pemasaran yang paling fleksibel. Berbeda dengan fitur produk dan komitmen penyalur, harga dapat berubah-ubah dengan cepat. Peneliti kemudian melakukan observasi awal kepada nasabah yang menggunakan produk Tabungan Santri di Bank Jatim Syariah Capem Mojokerto dalam mengambil keputusan pembelian. Alasan-alasan tersebut disajikan pada data berikut ini:

Tabel 1.4
Data Alasan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Santri di Bank Jatim Syariah Capem Mojokerto Tahun 2024

Alasan	Jumlah Responden
<i>Product</i>	13
<i>Price</i>	10
<i>Place</i>	3
<i>Promotion</i>	5
<i>People</i>	3
<i>Process</i>	4
<i>Physical Evidence</i>	2
Jumlah	40

Sumber: Hasil Observasi (Februari, 2024)

Berdasarkan tabel 1.4, menunjukkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti dengan mengambil jumlah 40 (empat puluh) nasabah produk Tabungan Santri dan mengelompokkannya dengan masing-masing alasan dalam menggunakan produk tersebut. Temuan ini diperoleh dengan 13 (tiga belas) responden yang menggunakan Tabungan Santri berdasarkan *product*, 10 (sepuluh) nasabah memilih harga/*price* sebagai alasan mereka menggunakan produk Tabungan santri, selanjutnya alasan *place* dan *people* ada 3 (tiga) nasabah yang memilih, 5 (lima) nasabah memilih *promotion*, 4 (empat)

¹⁶ Satriadi et al., *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Samudra Biru, 2021), 103.

nasabah memilih *process*, dan hanya ada 2 (dua) nasabah yang memilih *physical evidence* sebagai alasan mereka. Hasil observasi awal, dapat disimpulkan bahwa alasan terbanyak nasabah produk Tabungan Santri dalam menggunakan produk tersebut adalah dari faktor produk (*product*) dan harga (*price*).

Faktor produk banyak dipilih oleh nasabah Tabungan Santri pada Bank Jatim Syariah Capem Mojokerto karena produk tersebut sesuai dengan kebutuhan nasabah, persyaratan yang ringan dalam pembukaan rekening, fasilitas yang ditawarkan dengan segala kemudahan aksesnya, serta produk Tabungan Santri ini hanya ditawarkan oleh Bank Jatim Syariah saja. Adapun nasabah yang memilih faktor harga, kebanyakan karena produk Tabungan Santri ini menawarkan harga setoran awal pembukaan rekening dan minimal setoran hanya Rp.5.000,- tidak dipungut biaya *dormant*, serta biaya penutupan rekening hanya Rp.2.000,- dengan penawaran harga yang terjangkau sudah dapat menikmati segala fitur yang disediakan ketika menggunakan produk Tabungan Santri.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, peneliti sangat tertarik untuk meneliti lebih lanjut melalui penelitian yang berjudul **“Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Santri (Studi pada Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Mojokerto)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana produk tabungan santri pada Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Mojokerto?
2. Bagaimana harga tabungan santri pada Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Mojokerto?

3. Bagaimana keputusan nasabah menggunakan produk tabungan santri di Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Mojokerto?
4. Bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan santri di Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Mojokerto?
5. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan santri di Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Mojokerto?
6. Bagaimana pengaruh produk dan harga terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan santri di Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Mojokerto?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui produk tabungan santri pada Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Mojokerto.
2. Untuk mengetahui harga tabungan santri pada Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Mojokerto.
3. Untuk mengetahui keputusan nasabah menggunakan produk tabungan santri di Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Mojokerto.
4. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan santri di Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Mojokerto.
5. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan santri di Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Mojokerto.
6. Untuk mengetahui pengaruh produk dan harga terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan santri di Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Mojokerto.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi penulis maupun pembaca.

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, diharapkan temuan dari penelitian ini dapat memberikan bukti empiris tentang efektivitas produk dan harga sebagai bentuk evaluasi untuk merumuskan strategi pemasaran. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan rekomendasi dalam meningkatkan keputusan nasabah untuk menggunakan produk tabungan santri, serta mendukung pengembangan produk dan layanan perbankan syariah yang sesuai dengan kebutuhan para nasabahnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman, wawasan, pengetahuan, serta sebagai perbandingan dengan teori juga konsep yang diperoleh selama perkuliahan, terutama untuk mengeksplorasi pengaruh dari produk dan harga di sektor perbankan syariah.

b. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi literatur, dapat menambah wawasan, serta pengetahuan bagi orang lain, terutama pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.

c. Bagi Lembaga

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi sektor perbankan, terutama Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Mojokerto. Tujuannya adalah agar temuan penelitian ini dapat memberikan masukan-

masukan yang bermanfaat, seperti meningkatkan pemahaman kebutuhan nasabah, mendukung literasi keuangan syariah, mengembangkan fitur produk serta strategi pemasaran yang efektif.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang akan diuji melalui penelitian untuk memastikan kebenarannya. Hipotesis terdiri dari beberapa komponen, termasuk dugaan sementara, keterkaitan antar variabel, dan pengujian validitasnya.¹⁷ Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Hipotesis Pertama

H0₁: Tidak ada pengaruh produk terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan santri di Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Mojokerto.

Ha₁: Terdapat pengaruh produk terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan santri di Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Mojokerto.

2. Hipotesis Kedua

H0₂: Tidak ada pengaruh harga terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan santri di Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Mojokerto.

Ha₂: Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan santri di Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Mojokerto.

3. Hipotesis Ketiga

H0₃: Tidak ada pengaruh produk dan harga terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan santri di Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Mojokerto.

¹⁷ Jim Hoy Yam dan Ruhayat Taufik, "Hipotesis Penelitian Kuantitatif," *Jurnal Ilmu Administrasi* Vol. 3, no. 2 (2021), 96.

Ha₃: Terdapat pengaruh produk dan harga terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan santri di Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Mojokerto.

F. Penelitian Terdahulu

1. “Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Umum Syariah (Studi pada Koperasi Konsumen Syariah Mitra Usaha Ideal (MUI) Cabang Bungah Gresik)”, oleh Lutfiyanti, Mahasiswa IAIN Kediri, 2023.¹⁸

Hasil penelitian Lutfiyanti menunjukkan bahwa produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk memilih produk tabungan umum syariah di Koperasi Konsumen Syariah Mitra Usaha Ideal. Pengaruh ini cukup besar, yaitu sebesar 43,5%. Artinya, produk dan harga merupakan faktor penting yang mendorong nasabah untuk memilih produk tabungan ini. Sisanya, 56,5%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian tersebut. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian kali ini ialah sama-sama meneliti keputusan nasabah dan menggunakan variabel bebas yang sama antara keduanya. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu fokus dan objek penelitian. Penelitian terdahulu berfokus pada tabungan umum, sedangkan penelitian kali ini berfokus pada tabungan santri. Objek penelitian terdahulu berada di Koperasi Konsumen Syariah Mitra Usaha Ideal (MUI) Cabang Bungah Gresik, sementara penelitian ini berada di Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Mojokerto.

¹⁸ Lutfiyanti, “Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Umum Syariah (Studi Pada Koperasi Konsumen Syariah Mitra Usaha Ideal (MUI) Cabang Bungah Gresik),” *Skripsi IAIN Kediri*, (Kediri: Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2023).

2. “Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Simpanan Mudharabah (Studi pada BMT Beringharjo Nganjuk)”, oleh Annisa Ayunda Solikhah, Mahasiswa IAIN Kediri, 2023.¹⁹

Penelitian yang dilakukan oleh Annisa menghasilkan adanya pengaruh produk dan promosi BMT Beringharjo Nganjuk yaitu sebesar 61,8%, terhadap keputusan nasabah dalam memilih simpanan mudharabah. inilah yang sangat menarik minat nasabah untuk menggunakan tabungan mudharabah BMT Beringharjo Nganjuk. Sejumlah faktor yang tidak termasuk di sini mempengaruhi 38,2% sisanya oleh faktor lain. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian kali ini ialah keputusan nasabah sebagai variabel dependen. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu pada salah satu variabel independen dan objek penelitian. Penelitian terdahulu variabel independennya adalah Produk dan Promosi, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel independen Produk dan Harga. Objek penelitian terdahulu di BMT Beringharjo Nganjuk, sementara penelitian ini berada di Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Mojokerto.

3. “Pengaruh Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan (Studi Pada Bank Wakaf Mikro Berkah Rizki Lirboyo)” oleh Sevi Latifatul Chonifah, Mahasiswa IAIN Kediri, 2020.²⁰

Hasil dari temuan penelitian tersebut menyatakan bahwa harga dan pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah untuk mengambil pembiayaan di bank wakaf. Pengaruh ini sangat besar, yaitu sebesar

¹⁹ Annisa Ayunda Solikhah, “Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Simpanan Mudharabah (Studi Pada BMT Beringharjo Nganjuk),” *Skripsi IAIN Kediri*, (Kediri: Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2023).

²⁰ Sevi Latifatul Chonifah, “Pengaruh Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan (Studi Pada Bank Wakaf Mikro Berkah Rizki Lirboyo),” *Skripsi IAIN Kediri*, (Kediri: Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2020).

59,3%. Sisanya, 40,7%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian tersebut adalah sama-sama meneliti keputusan nasabah. Perbedaan penelitian yang dilakukan Sevi dengan penelitian ini yaitu salah satu variabel bebas dan objek penelitiannya. Penelitian terdahulu menggunakan variabel bebas yaitu Harga dan Pelayanan, sedangkan penelitian kali ini menggunakan variabel bebas Produk dan Harga. Objek penelitian terdahulu berada di Bank Wakaf Mikro Berkah Rizki Lirboyo, sementara penelitian ini berada di Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Mojokerto.

4. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah”, oleh Sri Sundhari, Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, 2021.²¹

Penelitian Sri Sundhari menunjukkan bahwa Produk (dalam variabel bebas Bauran Pemasaran) tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t_{hitung} sebesar -0,756 dan t_{tabel} sebesar = 1,297 atau nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$. Hasil penelitian oleh Sri diketahui bahwa hanya variabel Promosi yang secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian tersebut adalah sama-sama meneliti tentang keputusan nasabah dan variabel bebas Bauran Pemasaran yang juga mencakup variabel Produk. Adapun perbedaannya terletak pada fokus dan objek penelitian. Penelitian terdahulu menggunakan fokus penelitian seluruh Produk Bank Syariah, sedangkan penelitian kali ini menggunakan fokus penelitian salah satu produk yaitu

²¹ Sri Sundhari, “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah”, Skripsi Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan (Padangsidempuan: Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, 2021).

Tabungan Santri. Objek penelitian terdahulu di Desa Pudun Jae Kecamatan Padangsidempuan Batunadua Kota Padangsidempuan, sementara penelitian ini berada di Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Mojokerto.

5. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menabung Di BMT Insan Mandiri KC Gondangrejo”, oleh Sifa’ Fauziah, Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2018.²²

Penelitian yang dilakukan oleh Sifa’ Fauziah menunjukkan bahwa Harga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung. Hal ini dibuktikan dari hasil uji $t_{hitung} < t_{tabel}$ sebesar $0,676 < 1,656$ dengan signifikansi sebesar $0,500 > 0,05$. Hasil penelitian oleh Sifa’ diketahui bahwa variabel Promosi, Tempat, dan Bukti Fisik yang secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian tersebut adalah sama-sama meneliti tentang keputusan nasabah untuk menabung dan variabel bebas Bauran Pemasaran yang juga mencakup variabel Harga. Adapun perbedaannya terletak pada objek penelitian, penelitian terdahulu di BMT Insan Mandiri KC Gondangrejo, sementara penelitian kali ini berada di Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Mojokerto.

²² Sifa’ Fauziah, “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menabung Di BMT Insan Mandiri KC Gondangrejo”, *Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta* (Surakarta: Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2022).