

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk ciptaan Allah yang paling sempurna di antara penciptaan makhluk Allah yang lainnya. Manusia diciptakan memiliki karakteristik yang berbeda-beda dengan tingkat kebutuhan yang berbeda-beda demi menjaga kelangsungan hidupnya. Kebutuhan merupakan segala sesuatu untuk seorang manusia mencapai kesejahteraan hidupnya.

Bank merupakan salah satu lembaga perusahaan yang bergerak di bidang keuangan. Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi untuk memperlancar mekanisme perekonomian terutama di sektor riil. Pada umumnya lembaga keuangan di Indonesia sendiri terbagi menjadi dua, yaitu perbankan konvensional dan perbankan syariah. Perbankan syariah merupakan suatu lembaga intermediasi antara pihak yang kelebihan dana dengan pihak lain yang membutuhkan dana. Peran bank syariah menjadi sangat sentral karena di sini penghimpunan dana haruslah seimbang dengan dana yang disalurkan. Sebagai bank yang berbasis syariah tentunya berhubungan dengan tuntutan syariah,

Di mana bukan hanya profit dunia saja yang diperhitungkan melainkan tanggung jawab kepada Allah juga menjadi perhitungan utama bagi perbankan syariah.¹

Bank syariah yang didirikan pertama di Indonesia adalah PT Bank Muamalat Indonesia tahun 1991. Majelis Ulama Indonesia (MUI), Pemerintah dan dukungan dari Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia serta pengusaha-pengusaha muslim yang mempelopori Bank syariah Muamalat Indonesia.² Sejak disahkan Undang Undang No. 7 Tahun 1992 tentang bank bagi hasil, perbankan syariah mulai menunjukkan prospeknya yang sangat bagus.³ Undang-Undang No. 10 tahun 1998 yang diterbitkan tentang dasar hukum bagi pengembang perbankan syariah di Indonesia menggantikan Undang-undang No. 7 tahun 1992. Sehingga dapat memberikan kesempatan yang luas untuk mengembangkan bank syariah dengan mempermudah segala urusan-urusan dalam pengembangan bank syariah. Kegiatan operasional perbankan syariah didasarkan pada Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah. Dengan adanya dukungan pemerintah dan Undang-Undang tersebut perbankan syariah menjadi semakin kuat.⁴

¹ Yudiana Fetria Eka, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Salatiga:STAIN Salatiga Pers,2014), hlm 1

² Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), hlm 20.

³ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah Edisi Revisi Kedua* (Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2011), hlm21

⁴ Khaerul, *Manajemen Perbankan Syariah.*, hlm 20.

Fenomena masyarakat yang masih menganggap bahwa menabung di bank syariah sama saja menabung di bank konvensional.⁵ Anggapan tersebut merupakan suatu masalah yang harus dipecahkan. Undang-Undang tentang perbankan syariah memiliki hikmah tersendiri bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas penduduknya adalah muslim khususnya umat Islam yang menginginkan hadirnya bank syariah dan mengerti dan paham bahwa riba itu dilarang dalam Islam. Sehingga bank syariah menjadi salah satu alternatif bagi semua umat muslim dalam menabung maupun melakukan pembiayaan tanpa adanya keraguan. Dalam prinsipnya nasabah sebagai *shahibul maal* dan pihak bank sebagai *mudharib* bukan hubungan debitur dan kreditur.⁶

Ketika suatu bank sudah memiliki produk, maka masyarakat/calon nasabah perlu tahu dengan kehadiran produk tersebut, seperti manfaat, harga, di mana diperoleh dan kelebihan produk dibandingkan produk pesaing. Ketika masyarakat sudah memiliki informasi mengenai produk bank tersebut dan masyarakat pun selanjutnya akan menjadi nasabah yang melakukan kegiatan sebagai nasabah.⁷ Dalam hal ini, penyedia layanan mempunyai peran penting yaitu memberikan layanan kepada konsumen. Keberhasilan suatu bank ditentukan oleh bagaimana seorang penyedia layanan/petugas bank berperilaku dan karakter sesuai dengan standar

⁵ <https://baiqrosma.com/2016/07/10/memendam-keraguan-pada-bank-syariah-inikah-alasannya/>

⁶ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, hlm 55-56

⁷ Kamsir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Prenada Media, 2004), hlm 175

pelayanan, kepada nasabah atau calon nasabah sehingga dapat menarik minat dalam keputusan penggunaan produk.⁸

Dalam membentuk perilaku konsumen selain faktor-faktor yang berpengaruh yang telah disebutkan tadi, ada faktor lain yang juga berpengaruh yaitu sensititas religiusitas. Sensitifitas religiusitas juga merupakan salah satu faktor yang berpengaruh dalam membentuk perilaku konsumen. Di dalam islam sendiri, konsumen muslim lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir dan tidak tamak. Hal ini diharapkan kehidupan konsumen muslim selamat baik di dunia maupun di akhirat. Oleh karena itu perilaku konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT.

Religiusitas merupakan bentuk aspek religi yang telah dihayati oleh individu di dalam hati. Maka religiusitas digambarkan dalam dalam berbagai aspek-aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimanapun cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat. Keberagamaan atau religiusitas seseorang diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupannya.⁹ Aktivitas beragama bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tetapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang

⁸ Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: CV Alfabeta, 2012), hlm 170.

⁹ Lestari, Alfi Mulikhah, *Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang)*. Jurnal Ilmiah. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, 2015 Vol.3 No.1

didorong oleh kekuatan supranatural. Bukan hanya berkaitan dengan kegiatan yang tampak dan dapat dilihat dengan mata, tetapi juga aktivitas yang tidak tampak dan terjadi pada diri seseorang.¹⁰ Berdasarkan sikap ini maka manusia dalam melakukan suatu aktivitas sesuai dengan ketentuan agama, sesuai dengan perintah Tuhannya dengan tujuan mendapat keridhaan-Nya.

Selain religiusitas pengetahuan juga mempengaruhi masyarakat dalam menentukan pilihan. Walaupun semakin banyak lembaga keuangan syariah yang didirikan, pengetahuan masyarakat tentang lembaga keuangan syariah belum menyeluruh. Masih banyak masyarakat yang belum memahami tentang lembaga keuangan syariah. Hal ini tentu dipicu oleh beberapa faktor. Keadaan ini membuat kurangnya minat masyarakat bertransaksi dengan lembaga keuangan syariah. Kebanyakan masyarakat memang sudah tahu apa itu lembaga keuangan syariah, tetapi mereka tidak tahu produk-produk yang ditawarkan lembaga keuangan syariah, sehingga masyarakat yang tidak tahu produk-produk lembaga keuangan syariah tentunya tidak akan berminat untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syariah

Pelayanan yang memuaskan juga mempengaruhi dalam keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah. Karena pelayanan yang berkualitas akan memberikan kepuasan tersendiri bagi nasabah. Pelayanan

¹⁰ Sahlan Asmaun, *Religiusitas Perguruan Tinggi: Potret Tradisi Keagamaan di Perguruan Tinggi Islam*, (Malang:UIN Maliki Press, 2011), hlm 41

sebagai suatu bentuk penilaian terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected service*).

Kualitas pelayanan bagi sebuah bank dapat memiliki pengaruh untuk mendatangkan nasabah baru dan mengurangi kemungkinan nasabah lama berpindah ke perusahaan lain. Kualitas pelayanan bagi sebuah bank dapat memiliki pengaruh untuk mendatangkan nasabah baru dan mengurangi kemungkinan nasabah lama berpindah ke perusahaan lain. Kualitas pelayanan sebagai suatu bentuk penilaian terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected service*). Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kepercayaan bagi nasabah untuk tetap menggunakan jasa dalam sebuah bank syariah.

Keputusan merupakan salah satu hal yang penting bagi perusahaan. Keputusan adalah hal sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa, berarti keputusan merupakan pilihan yaitu pilihan dari dua atau lebih kemungkinan. Di dalam dunia perbankan sendiri keputusan nasabah juga merupakan hal yang penting. Keputusan nasabah adalah hal sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa atau suatu keputusan setelah melalui beberapa proses yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi dan melakukan evaluasi alternatif yang menyebabkan timbulnya keputusan.

Bagaimana perusahaan menarik pelanggan dan mempertahankannya agar perusahaan dapat berkembang merupakan masalah utama yang dihadapi oleh lembaga keuangan syariah. Strategi pemasaran yang tepat sangat diperlukan demi terwujudnya tujuan tersebut dikarenakan pemasaran merupakan hal yang penting dalam setiap kegiatan yang berhubungan langsung dengan konsumen. Agar pemasaran sesuai dengan sasaran maka diperlukan perhatian seputar perilaku konsumen dengan baik. Seperti penciptaan produk, penentuan sasaran dan promosi yang tepat. Menurut Kotler perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor antara lain: faktor budaya, kelas sosial, keluarga, status, kelompok, usia, pekerjaan, gaya hidup dan lain-lain. Faktor-faktor tersebut yang akan menjadi penunjuk bagi pemasar untuk memasarkan produknya secara efektif.

Berdasarkan latar belakang di atas, ada banyak faktor yang mempengaruhi masyarakat/nasabah yang memutuskan untuk menabung di bank syariah, sehingga peneliti tertarik untuk menemukan fakta mengenai seberapa besar pengaruh dari kualitas pelayanan, kualitas produk dan religiusitas terhadap keputusan nasabah menabung di perbankan syariah khususnya di Bank Muamalat Indonesia KCU Kediri. Penelitian ini dilakukan pada nasabah Bank Muamalat Indonesia KCU Kediri yang penduduknya mayoritas beragama Islam yang dianggap dapat mempengaruhi keputusan untuk menabung di bank syariah. Sehingga, peneliti akan mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas**

Pelayanan, Kualitas Produk dan Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah Menabung di PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Kediri”

B. Identifikasi Masalah

1. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di PT. Bank Muamalat KCU Kediri?
2. Seberapa besar pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan nasabah untuk menabung di PT. Bank Muamalat KCU Kediri?
3. Seberapa besar pengaruh Religiusitas terhadap keputusan nasabah untuk menabung di PT. Bank Muamalat KCU Kediri?
4. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Religiusitas terhadap keputusan nasabah untuk menabung di PT. Bank Muamalat KCU Kediri?

C. Rumusan Masalah

Dengan latar belakang di atas maka penulis menentukan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di PT. Bank Muamalat KCU Kediri?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di PT. Bank Muamalat KCU Kediri?
3. Apakah Religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di PT. Bank Muamalat KCU Kediri?

4. Apakah ada pengaruh secara simultan antara Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Religiusitas terhadap keputusan nasabah untuk menabung di PT. Bank Muamalat KCU Kediri?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di PT. Bank Muamalat KCU Kediri.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan nasabah untuk menabung di PT. Bank Muamalat KCU Kediri.
3. Untuk mengetahui pengaruh Religiusitas terhadap keputusan nasabah untuk menabung di PT. Bank Muamalat KCU Kediri.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Religiusitas terhadap keputusan nasabah untuk menabung di PT. Bank Muamalat KCU Kediri.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat penelitian dari pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Religiusitas, terhadap keputusan menjadi nasabah menggunakan bank syariah yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan sebagai pengembangan ilmu pemasaran dan perbankan syariah wawasan serta pemahaman tentang pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Religiusitas menggunakan bank syariah.

2. Praktis

- a. Bagi Peneliti : dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman serta dapat berguna diwaktu yang akan datang, dan sebagai syarat kelulusan.
- b. Bagi Akademisi : diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi atau masukan untuk kebijakan dalam melakukan pembelajaran kepada mahasiswa dan pihak kampus.
- c. Bagi Mahasiswa : diharapkan penelitian ini dapat berguna dan memberikan manfaat atau masukan untuk kebijakan dalam menjalani kehidupan.
- d. Bagi Peneliti selanjutnya : penelitian ini dapat menjadi sumber informasi atau referensi untuk peneliti lain yang tertarik melakukan penelitian lebih lanjut terutama mengenai minat menabung di bank syariah.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis berfokus pada pembahasan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan

Religiusitas terhadap keputusan Nasabah Menabung di Bank Muamalat KCU Kediri.

G. Penegasan Istilah

a. Secara Konseptual

1. Kualitas Pelayanan adalah sikap yang di berikan oleh karyawan dari Bank Muamalat kepada para nasabah yang melakukan pembiayaan.
2. Kualitas Produk adalah karakteristik produk yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan
3. Religiusitas adalah suatu sikap atau kesadaran yang muncul yang didasarkan atas keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap suatu agama.
4. Keputusan Nasabah adalah proses penelusuran atau pencarian masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah sampai terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternative atau lebih, dan memilih salah satu dari alternative pilihan alternative tersebut.

b. Definisi operasional

Definisi operasional merupakan cara menentukan suatu variabel menetapkan suatu tindakan yang diperlukan untuk mengukur variabel.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat antara lain:

1. Kualitas Pelayanan (X1)

Meliputi kehandalan, ketanggapan, jaminan kepastian, empati, berwujud.

2. Kualitas Produk (X2)

Meliputi kinerja, kemampuan pelayanan, keandalan, fitur, kesesuaian dengan spesifikasi.

3. Religiusitas (X3)

Meliputi keyakinan, praktik agama, pengalaman, pengetahuan an konsekuensi.

4. Keputusan Nasabah (Y)

Meliputi pengenalan, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, pasca keputusan pembelian.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penyusunan skripsi ini antara lain:

Bagian awal terdiri dari : halaman sampul depan, sampul dalam, halaman persetujuan, halaman pengesahan penguji, halaman motto, halama persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan halaman abstrak.

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini memaparkan secara singkat mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah baik definisi konseptual maupun definisi operasional serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini memaparkan secara singkat mengenai teori yang membahas 27 variabel/sub variabel, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan beberapa subbabnya di antaranya jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan teknik pengumpulan data

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini merupakan inti dari pembahasan yang memaparkan hasil penelitian yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis.

BAB V : PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan pembahasan data penelitian dan hasil analisis data.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini merupakan bab akhir yang berisi kesimpulan dan Rekomendasi Hasil Penelitian