

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perekonomian dan perbankan Islam selama lebih dari dua puluh tahun telah berhasil mengembangkan dasar teori dan system Ekonomi Islam. Masyarakat Indonesia mayoritasnya beragama muslim, oleh karena itu potensi pasar perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat dan signifikan. Dengan adanya tanda-tanda berdirinya bank syariah pertama yaitu Bank Muamalat Indonesia. Bank Muamalat Indonesia telah lebih dulu menerapkan system ini ditengah maraknya bank konvensional lainnya. Walaupun perkembangan ekonomi syariah di Indonesia masih lambat, namun para penggiat dan masyarakat sedikit demi sedikit membuahkan hasil yang cukup signifikan.

Bank Muamalat Indonesia. Berdiri tahun 1991, bank ini diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan pemerintah serta dukungan dari Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha muslim. Bank ini sempat terimbas oleh krisis moneter pada akhir tahun 90-an sehingga ekuitasnya hanemudian memberikan suntikan dana kepada bank ini dan pada periode 1999-2002 dapat bangkit dan menghasilkan laba. Kebutuhan untuk melakukan perubahan sistem keuangan perbankan menjadi penting, mengingat sistem perbankan dalam kehidupan ekonomi modern memegang peranan yang cukup dominan, khususnya bagi negaranegara yang berpenduduk muslim. Perubahan sistem dilakukan

dengan konseptualisasi sistem perbankan yang bersumber dari interpretasi terhadap konsep dasar Islam. Sebagai financial intermediary institution perbankan syariah menawarkan beberapa produk, baik produk yang berupa penghimpunan dana (*funding*) yang meliputi; wadi'ah dan mudharabah , penyaluran dana (*financing*), seperti; jual-beli (*murabahah, salam , dan istishna'*), *ijarah*, bagi hasil (*musyarakah dan mudharabah*) maupun jasa-jasa lainnya (*services*) berdasarkan prinsip syariah, seperti *hiwalah, rahn, kafalah, dan sarf*.²

Seiring dengan berjalannya waktu perkembangan perbankan syariah di Indonesia ditandai dengan banyaknya minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah. Ini tidak lepas dari strategi marketing bank syariah untuk menarik minat masyarakat diantaranya dengan meningkatkan kualitas pelayanan dengan menjelaskan produk-produk yang ada pada bank syariah. Penamaan produk bank syariah juga menjadi faktor dalam pengambilan keputusan untuk menjadi nasabah.

Bank Syariah dalam pemasarannya perlu mencermati perilaku konsumen dalam hal ini calon nasabah dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan dalam konsep, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan

²Suryani, Sistem Perbankan di Indonesia: Sejarah dan Prospek Pengembangan, <https://muqtasid.iainsalatiga.ac.id/index.php/muqtasid/article>, diakses tanggal 06 Agustus 2023 pukul 00:39

efisien dibandingkan para pesaing. Pengambilan keputusan pembeli dipengaruhi kemampuan perusahaan menarik pembeli, dan selain itu juga dipengaruhi faktor- faktor diluar perusahaan.

Peroses pengambilan keputusan menjadi nasabah pada setiap orang pada dasarnya sama, namun peroses pengambilan keputusan pada setiap orang akan diwarnai oleh ciri keperibadian, usia, pendapatan dan gaya hidupnya. Keputusan menjadi nasabah adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian. Istilah keputusan menjadi nasabah dapat diartikan sebagai prilaku individu yang bertujuan untuk menentukan peroses pengembangan keputusan dalam membeli suatu barang dan jasa yang ditawarkan tersebut. Sebagai tindakan pengambilan keputusan yang meliputi keputusan tentang jenis dan manfaat produk, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang merek, keputusan tentang jumlah produk, keputusan tentang penjualannya, dan keputusan tentang waktu pembelian serta cara pembayarannya.³ Untuk melakukan pembelian berdasarkan kebutuhan dan keinginan dengan kualitas produk yang ditawarkan dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen merupakan suatu hal yang penting, pengalaman konsumen saat melakukan peroses pembelian akan menentukan konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak.

Bagi perbankan yang bergerak dibidang bisnis, kualitas pelayanan (*service quality*) menjadi suatu hal yang penting. Pelayanan yang

³Dhamesta dan Handoko, *Manajemen Pemasaran: Analisis Prilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPFE, 1997), hal. 125

berkualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perbankan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan pembelian konsumen atau nasabah. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Pertimbangan pelayanan berkaitan dengan kualitas yang pantas sehingga dapat memuaskan keputusan pembelian konsumen berkunjung dan sesuai dengan kualitas lainnya, namun tidak menimbulkan kerugian terhadap perusahaan.

Dari uraian latar belakang tersebut , menjadi alasan bagi penulis untuk memilih judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri”**.

B. Identifikasi Masalah

Adapun yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penurunan tingkat jumlah nasabah yang cenderung ke arah fluktuasi pada tahun 2022.
2. Kurang optimalnya sistem yang dilakukan oleh pihak manajemen yang mengakibatkan berkurangnya nasabah.

C. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini tidak meluas dan lebih terarah, maka sesuai judul skripsi di atas penulis membatasi masalah penelitian yaitu :

1. Kualitas Pelayanan yang diteliti adalah nasabah
2. Kualitas Produk dan Citra Merek yang diteliti adalah Tabungan, Pembiayaan, dan Asuransi

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, adapun rumusan masalahnya adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri?

E. Tujuan dan Kegunaan

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.
- b. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.
- c. Untuk menguji pengaruh citra merek terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

2. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan sesuai sifat penelitian, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

- a. Bagi Peneliti, sebagai implementasi untuk menerapkan teori yang telah diperoleh dibangku kuliah dalam praktek sebenarnya dan menambah wawasan dan pengetahuan penulis.
- b. Bagi tempat penelitian, Sebagai informasi dan masukan bagi Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.
- c. Memberikan kontribusi keilmuan yang diharapkan mampu memberikan manfaatnya di dalam dunia pendidikan atau akademis.