

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tujuan ekonomi Indonesia adalah agar masyarakat sejahtera dengan adanya pertumbuhan ekonomi secara terus-menerus, adanya lapangan pekerjaan yang memadai, pendapatan masyarakat yang baik serta mengurangi tingkat kemiskinan masyarakat. Perencanaan sumber daya insani adalah bidang perencanaan yang khusus untuk mempelajari keterkaitan antara manusia dalam sebuah organisasi, ini dipengaruhi adanya keikutsertaan sumber daya insani ketenaga kerjaan dalam suatu perusahaan sehingga terwujudnya target perusahaan serta kepuasan kinerja yang diinginkan.

Dalam bidang pembiayaan perekonomian keberadaan perbankan begitu penting adanya menjadi salah satu institusi yang begitu bersumbangsih besar. Berdasarkan UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, Bank merupakan suatu badan usaha dimana memiliki kegiatan dalam menghimpun dana dari masyarakat luas yang berdana lebih (*surplus*) dan kemudian melakukan penyaluran pada masyarakat yang berdana kecil atau kekurangan dana (*defisit*) baik berbentuk kredit ataupun lainnya dengan harapan adanya peningkatan taraf hidup masyarakat banyak. Sehingga suatu bank memiliki fungsi intermediasi (perantara) dalam hal menghimpun dana sekaligus dana disalurkan kepada masyarakat luas.

Pada tahun 1998 muncul UU No. 10 tahun 1998 tentang perubahan UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Dalam UU ini terdapat beberapa perubahan yang memberikan peluang yang lebih besar bagi perkembangan perbankan syariah. Dari UU tersebut disebutkan bahwa sistem perbankan syariah dikembangkan dengan tujuan:

1. Memenuhi kebutuhan jasa perbankan bagi masyarakat yang tidak menerima konsep bunga. Dengan ditetapkannya sistem perbankan syariah yang berdampingan dengan sistem perbankan konvensional, mobilitas dana masyarakat dapat dilakukan secara lebih luas terutama dari segmen yang selama ini belum dapat tersentuh oleh sistem perbankan konvensional yang menerapkan sistem bunga.
2. Membuka peluang pembiayaan bagi pengembangan usaha berdasarkan prinsip kemitraan. Dalam prinsip ini, konsep yang diterapkan adalah hubungan investor yang harmonis. Sementara, dalam bank konvensional konsep yang diterapkan adalah hubungan debitur dan kreditur.
3. Memenuhi kebutuhan akan produk dan jasa perbankan yang memiliki beberapa keunggulan komparatif berupa peniadaan berkesinambungan membatasi kegiatan spekulasi yang tidak produktif, pembiayaan ditujukan kepada usaha-usaha yang lebih memperhatikan unsur moral.²

² Nofinawati, "Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia", JURIS Vol. 14 Nomor 2 (Juli-Desember 2015)

Bank diartikan sebagai suatu lembaga keuangan yang mempunyai beberapa fungsi dalam hal perantara dalam mekanisme transaksi sebuah perbankan, bank meliputi Bank BUMN, Bank Syariah dan Bank Konvensional. Bank Syariah merupakan bank yang kegiatan operasinya berdasarkan pada hukum-hukum Islam, dimana tidak adanya prinsip bunga serta besarnya imbalan yang diterima berdasar pada perjanjian kedua belah pihak.³

Legalisasi kegiatan perbankan syariah teratur dalam UU No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan, dengan adanya undang-undang ini landasan hukum bank syariah menjadi cukup jelas dan kuat, baik dari segi landasan maupun operasionalnya.⁴ Walaupun kelahiran bank di Indonesia didorong oleh keinginan masyarakat Indonesia terutama masyarakat Islam yang berpandangan bunga merupakan hal yang haram, sebenarnya prinsip bagi hasil dalam lembaga keuangan telah dikenal luas di Negara Islam maupun non-Islam.

Pemasaran merupakan hal penting dalam mencapai keberhasilan sebuah perusahaan barang maupun jasa. Semakin baik strategi yang dilakukan maka semakin mendekati target pasar yang diharapkan. dalam dunia pemasaran selalu berkaitan dengan *marketing mix* (bauran pemasaran). *Marketing Mix* adalah deskriptif dari suatu kumpulan alat-alat yang digunakan oleh manajemen untuk mempengaruhi penjualan. Yang terdiri dari *price, product, place*, dan

³ Drs. Ismail, MBA.,AK, *Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi*, (Jakarta: Prenamedia Group), hlm. 13

⁴Gemala Dewi, *Aspek-Aspek Hukum dalam Perbankan dan Perasuransian Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2007), hlm. 117

promosi. salah satu strategi pemasaran yang harus dijalankan yaitu promosi. Promosi adalah mengembangkan dan menyebarkan komunikasi persuasive berkenaan dengan suatu penawaran.

Dalam rangka memasarkan suatu produk maka perusahaan haruslah menetapkan biaya dan menjalankan strategi promosi yang tepat dan juga promosi dirancang sedemikian rupa sehingga *fleksibel*, *efisien*, dan *efektif* dalam mencapai tujuan utama yaitu untuk memberitahukan keberadaan produk atau perusahaan kepada konsumen atau menciptakan permintaan pasar yang akan memperluas pasar karena itu perusahaan harus mempertimbangkan bauran promosi. Kegiatan promosi memudahkan perusahaan untuk memasarkan produknya dengan lancar mengingat persaingan yang semakin ketat dan kebebasan konsumen dalam memilih produk yang ditawarkan ke pasar, dalam hal ini dibutuhkan suatu promosi yang berfungsi untuk mempengaruhi kecenderungan membeli terhadap barang yang ditawarkan.

Salah satunya di Tulungagung yaitu di Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung yang berperan memberikan alternative bagi masyarakat Islam khususnya dan masyarakat Tulungagung pada umumnya untuk melakukan kegiatan melalui cara yang lebih sesuai dengan ketentuan ajaran Islam. Dalam pengembangan Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung disini terdapat kendala yaitu dalam pemahaman atau pengetahuan masyarakat umumnya yang belum mengetahui tentang apa itu syariah dan pengoperasiannya. Karena pada umumnya masyarakat lebih mengetahui pelayanan perbankan konvensional daripada perbankan

syariah. Yang pada dasarnya perbankan konvensional muncul lebih dulu dibanding perbankan syariah. Masyarakat juga belum mengetahui secara mendalam produk-produk yang berprinsip syariah. Maka diperlukannya promosi untuk memperkenalkan produk-produk yang ada di Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung.

Selain itu dalam sebuah bisnis hal apapun tidak bisa melepaskan diri dari kualitas pelayanan. Apalagi dalam bisnis jasa, kualitas pelayanan menjadi hal yang sangat penting sebagai pemberian mutu tertinggi kepada konsumen (nasabah). Profesionalisme perbankan syariah dalam hal layanan kepada masyarakat, jenis produk atau jasa yang ditawarkan dan fasilitas penunjang perlu ditingkatkan. Hal ini terkait dengan harapan masyarakat bahwa mereka berhubungan dengan bank yang aman, nyaman dan mudah dalam melakukan transaksi. Penerapan system syariah sebagai keunggulan bank syariah perlu ditonjolkan dan dilaksanakan secara benar mengingat ada kesan dalam masyarakat bahwa bank syariah tidak berbeda dengan bank konvensional lainnya.

Kebijakan pemerintah yang ikut mendorong berkembangnya layanan perbankan syariah membawa konsekuensi pada tingginya tingkat persaingan. Persaingan akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan bank memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan pesaingnya. Di tengah-tengah persaingan yang sangat ketat bank diharuskan menerapkan sistem pelayanan yang berkualitas kepada para nasabahnya untuk seluruh produk dan jasanya. Produk dan jasa yang ditawarkan pada hakekatnya ditujukan untuk pemuasan kebutuhan nasabah di dalam seluruh aktifitas keuangannya, untuk memenuhi hal tersebut bank harus

secara kreatif menciptakan produk dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan nasabahnya.

Pelayanan yang berkualitas dapat diwujudkan dengan menerapkan aspek *reliability*, *emphaty*, *assurance*, *responsiveness* dan *tangibles* untuk membangun kepuasan konsumen. Kelima aspek tersebut bila diterapkan secara bersama-sama maka akan membangun sebuah pelayanan yang berkualitas dan memuaskan sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam menentukan pilihan nasabah. Sehingga sebuah perbankan syariah diharapkan dapat memberikan pelayanan yang berkualitas.

Penilaian terhadap kualitas pelayanan bukan didasarkan atas pengakuan atau penilaian dari pemberi pelayanan tetapi diberikan oleh langganan atau pihak yang menerima pelayanan. Namun demikian, tidak ada suatu standar yang dapat dipakai sebagai ukuran umum tentang kualitas pelayanan. Hal ini disebabkan unsur subyektivitas dalam diri penerima pelayanan seseorang mungkin menilai suatu pelayanan yang diterimanya sudah memuaskan tetapi belum memuaskan bagi orang lain.

Kepercayaan nasabah merupakan refleksi emosional bagi perdagangan. Hal tersebut tergantung pada tingkat pemenuhan produk yang diharapkan atau layanan manfaat, serta tingkat konsistensi harapan dan hasil actual. Apabila nasabah mengharapkan pelayanan pada tingkat tertentu dan dirasakannya pelayanan yang diterima lebih tinggi dari apa yang diharapkannya dan tetap menggunakan produk atau pelayanan tersebut, maka nasabah tersebut dapat dikatakan percaya.

Demikian pula apabila nasabah mengharapkan suatu tingkat pelayanan tertentu dan pada kenyataannya nasabah tersebut merasakan bahwa pelayanan tersebut sesuai harapannya maka dapat dikatakan puas. Sebaliknya, bila kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari kualitas pelayanan yang diharapkan maka nasabah tersebut tidak akan puas sehingga nasabah tersebut tidak akan percaya terhadap suatu pelayanan atau dengan kata lain kecewa.

Keputusan nasabah merupakan tahap terakhir konsumen dalam menentukan suatu produk yang diinginkan. Seberapa manfaat suatu produk akan sangat mempengaruhi keputusan seorang nasabah. Menurut Engel (1994) proses keputusan konsumen merupakan hal penting yang dilakukan konsumen dalam membeli suatu produk. Proses keputusan konsumen merupakan suatu kegiatan yang penting karena dalam proses tersebut memuat berbagai langkah yang terjadi secara berurutan sebelum konsumen mengambil keputusan.

Di Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung juga membutuhkan adanya tenaga professional yang berkomitmen agar bisa menjadi perbankan syariah yang terkemuka dengan menerapkan prinsip Islam.

Tabel 1.1
Perkembangan Nasabah Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung

Tahun	Nasabah
2017	9.878 nasabah
2018	11.002 nasabah
2019	12.591 nasabah

Sumber : data Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung

Dengan adanya permasalahan tabel 1.1, penulis melaukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Nasabah**

Terhadap Keputusan Menjadi Anggota (Studi Kasus Bank BRI Syariah Kantor Kas Kediri Tulungagung)

B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti mengidentifikasi inti permasalahan yang terkandung di dalamnya sebagai berikut:

- a. Pentingnya promosi dalam sebuah lembaga untuk lebih dikenal oleh masyarakat.
- b. Kualitas pelayanan menjadi hal yang sangat penting sebagai pemberian mutu tertinggi kepada konsumen (nasabah).
- c. Pengaruh pribadi membawa dampak yang nyata terhadap keputusan nasabah memilih suatu produk.

2. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian bertujuan agar pembahasannya lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Karena keterbatasan waktu, dana dan tenaga maka peneliti memberikan batasan-batasan penelitian sebagai berikut:

- a. Penggalan data pada penelitian ini melalui penyebaran angket, kuesioner kepada para nasabah Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung yang memuat pertanyaan tentang promosi, kualitas pelayanan, kepercayaan

nasabah, serta keputusan menjadi anggota. Karena data berupa data primer sehingga data yang didapatkan lebih akurat.

- b. Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari sampai bulan Maret 2020.
- c. Adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah nasabah Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh faktor promosi terhadap keputusan menjadi anggota di Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung?
2. Apakah terdapat pengaruh faktor kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi anggota di Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung?
3. Apakah terdapat pengaruh faktor kepercayaan nasabah terhadap keputusan menjadi anggota di Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung?
4. Apakah terdapat pengaruh faktor promosi, faktor kualitas pelayanan, dan faktor kepercayaan nasabah terhadap keputusan menjadi anggota di Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh faktor promosi terhadap keputusan menjadi anggota di Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung?
2. Untuk menguji pengaruh faktor kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi anggota di Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung?

3. Untuk menguji pengaruh faktor kepercayaan nasabah terhadap keputusan menjadi anggota di Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung?
4. Untuk menguji pengaruh faktor promosi, faktor kualitas pelayanan, dan faktor kepercayaan nasabah terhadap keputusan menjadi anggota di Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung.

E. Ruang Lingkup dan Batasan Masalah

Ruang Lingkup dalam penelitian ini membahas tentang “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Nasabah terhadap Keputusan Menjadi Anggota di Bank BRI Syariah Kantor Kas Kediri Tulungagung”. Dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Dimana variabel (X) ini merupakan variabel bebas yang terdiri dari Promosi (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Kepercayaan Nasabah (X_3). Sedangkan variabel Y merupakan variabel terikat yang terdiri dari Keputusan Menjadi Anggota.

Pembatasan masalah dalam penelitian bertujuan agar pembahasannya lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Karena keterbatasan waktu, dana dan tenaga maka peneliti memberikan batasan-batasan penelitian sebagai berikut:

- a. Penggalan data pada penelitian ini melalui penyebaran angket, kuesioner kepada para nasabah Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung yang

memuat pertanyaan tentang promosi, kualitas pelayanan, kepercayaan nasabah, serta keputusan menjadi anggota. Karena data berupa data primer sehingga data yang didapatkan lebih akurat.

- b. Adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah nasabah Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung.

F. Manfaat Penelitian

1. Teoritik

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana pembelajaran dan menambah wawasan dalam bidang penelitian tentang Perbankan Syariah.

2. Praktik

a. Bagi Perbankan Syariah

Hasil penelitian ini setidaknya dapat memberi masukan yang bermanfaat bagi perusahaan dalam meningkatkan promosi, kualitas pelayanan, dan kepercayaan nasabah.

b. Bagi Pihak Akadernis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dan wawasan serta dapat memberikan tambahan referensi atau tambahan koleksi buku di perpustakaan IAIN Tulungagung.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini selanjutnya dapat dijadikan tambahan pemikiran bagi peneliti yang kelak akan melakukan penelitian dengan konteks yang sejenis.

d. Pengambil Kebijakan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan informasi sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil kebijakan terkait perbaikan kinerja oleh Perbankan Syariah.

G. Penegasan Istilah

Dalam upaya untuk menghindari penafsiran yang berbeda dan mewujudkan kesatuan pandangan dan kesamaan pemikiran, perlu kiranya ditegaskan istilah-istilah yang berhubungan dengan penelitian ini sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

a. Pengaruh

Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.⁵

b. Promosi

Promosi adalah suatu usaha dari pemasar dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk atau jasa yang dipasarkannya.

⁵ *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi III (2001), hlm. 21

c. Kualitas

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.⁶

d. Pelayanan

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

e. Kepercayaan Nasabah

Kepercayaan adalah ekspektasi yang dipegang oleh individu bahwa ucapan seseorang dapat diandalkan.⁷

f. Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung

Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung adalah perbankan syariah yang beroperasi di wilayah Tulungagung beralamat di Jl. Hasanuddin, Ruko Panglima Sudirman Trade Center A.1 Tulungagung 66212, telp (0355) 332 6912.

2. Secara Operasional

Sedangkan secara operasional adalah pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan kepercayaan nasabah terhadap keputusan menjadi anggota di

⁶Ibid., hlm. 16

⁷ Ida Bagus Ngurah Satwika Purwa dan I Gusti Agung Ketut Sri Ardani "Peran Kepercayaan Nasabah Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah", E-Jurnal Manajemen Unud Vol. 7, No. 1, 2008, Universitas Udayana Bali Indonesia.

Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung yaitu daya yang timbul dari seseorang untuk memnuhi harapan dari setiap kegiatan yang ditawarkan dan diinformasikan sehingga menjadi suatu pilihan yang dianggap menguntungkan bagi nasabah di Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung.

H. Sistematika Skripsi

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini disajikan dalam VI (enam) bab dan di dalam setiap bab nya terdapat beberapa sub bab sebagai perincian dari bab tersebut. Adapun sistematika pembahasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Memberikan gambaran secara singkat apa yang akan dibahas dalam penelitian ini yang terdiri dari: a). latar belakang masalah, b). identifikasi masalah, c). rumusan masalah, d). tujuan penelitian, e). ruang lingkup dan batasan masalah, f). manfaat penelitian, g). penegasan istilah, h). sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini diuraikan teori, konsep dan anggapan dasar tentang teori dari variabel-variabel penelitian. Dalam bab ini terdiri dari: a). kerangka teori, b). penelitian terdahulu, c). kerangka konseptual, d). hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi uraian tentang: a). penelitian dan jenis penelitian, b). populasi, sampling, dan sampel penelitian, c). sumber data, variabel, dan skala pengukurannya, d). teknik pengumpulan data dan instrument penelitian, e). analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini berisi analisis dari hasil pengolahan data dan pembahasan mengenai Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di Bank BRI Syariah KK Kediri Tulungagung.

BAB V PEMBAHASAN

Dalam bab ini pembahasan menjelaskan temuan-temuan penelitian yang telah dikemukakan pada hasil penelitian.

BAB VI PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan peneliti berdasarkan analisis data yang dilakukan oleh peneliti, serta saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan terhadap adanya penelitian ini yang dilanjutkan dengan bagian akhir skripsi, yakni daftar rujukan, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.