

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seperempat abad yang lalu, Bank Syariah sama sekali belum dikenal. Sekarang sudah lebih dari 55 negara yang pasarnya sedang bangkit dan berkembang ikut menerapkan sistem perbankan dan keuangan Islam. Beberapa institusi keuangan Islam bahkan beroperasi di tiga belas lokasi lainnya, diantaranya Australia, Bahama, Kanada, Cayman Island, Switzerland, Inggris, Amerika Serikat dan Virgin Island. Di Pakistan, Iran, dan Sudan, semua bank harus beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip keuangan Islam. Sementara di tempat-tempat lainnya yang menerapkan sistem campuran, bank Islam berada dalam posisi minoritas dan beroperasi berdampingan dengan bank-bank konvensional. Meskipun telah tersebar luas, perbankan Islam masih kurang begitu dipahami di berbagai belahan dunia Islam dan malah nyaris menjadi teka-teki di sejumlah negara Barat.¹

Bank syariah adalah sebuah lembaga keuangan yang bergerak dibidang keuangan dengan menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat berdasarkan prinsip yang sesuai dengan Al-Qur'an dan Al-Hadits, yaitu tidak mengandung

¹ Latifa M. Algaound dan Mervyn K. Lewis, *Perbankan Syariah: Prinsip, Praktik, Prospek*, (Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta, 2005), hal. 9

unsur MAGHRIB (*Maisir, Gharar, Haram, Riba dan Bathil*).² Berikut

firman Allah SWT tentang larangan riba:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً تَنْقُتُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ
١٣٠

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda] dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.” (QS. Al-‘Imran: 130).*³

وَأَخَذِهِمُ الرِّبَا وَقَدْ نُهُوا عَنْهُ وَأَكَلِهِمْ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ
مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا ١٦١

*“Dan disebabkan mereka memakan riba, padahal sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya, dan karena mereka memakan harta benda orang dengan jalan yang batil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang yang kafir di antara mereka itu siksa yang pedih.” (QS. An-Nisa’: 161).*⁴

Saat ini, perkembangan perbankan di Indonesia sangatlah pesat, khususnya di daerah Kediri, bisa dilihat dari banyaknya perbankan-perbankan yang muncul di Kediri, mulai dari perbankan konvensional maupun perbankan syariah. Secara umum fungsi dari bank konvensional dan bank syariah memiliki peran yang sama, yaitu sebagai perantara, bentuk dari perantara tersebut adalah penyaluran dana dan penghimpun dana. Penyaluran dana dilakukan dalam bentuk pembiayaan kepada para pihak yang membutuhkan dana, sedangkan penghimpunan dana didapat

² Putri Kamilatur Rohmi, “Implementasi Akad Musyarakah Mutanaqishah pada Pembiayaan Kepemilikan Rumah di Bank Muamalat Lumajang”, *Jurnal Iqtishoduna Vol. 5 No. 1* April 2015, hal. 61

³ Mushaf At-Thayyib, *Al-Qur’an Transliterasi Per Kata dan Terjemah Per Kata*, (Ciputat: Cipta Bagus Segara, 2011), hal. 66

⁴ *Ibid.*, hal. 103

dari para pihak yang menabung dan menginvestasikan dananya kepada bank.

Salah satu bank syariah yang ada di Kediri adalah PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI Cabang Kediri). Dalam rangka meningkatkan loyalitas nasabahnya Bank Muamalat Cabang Kediri selalu berusaha untuk melayani kebutuhan masyarakat secara luas dan menyeluruh melalui pelayanan, fasilitas dan promosi yang dimilikinya. Secara umum nasabah tentu memilih produk pada bank yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan. Setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu sebelum memutuskannya. Perilaku nasabah saat ini semakin tidak mudah untuk ditebak, ada nasabah yang menginginkan nisbah yang rendah dalam pinjaman atau nisbah yang tinggi untuk tabungan, giro dan deposito, biaya administrasi yang rendah dan ada pula nasabah yang mengedepankan layanan transaksi keuangan yang cepat, efisien, nyaman dan mudah dalam pengaksesannya, serta mendapatkan informasi yang tepat dan akurat kapanpun dan dimanapun.

Bank harus dapat membaca peluang ini serta dapat segera mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen serta memberikan fasilitas dan pelayanan yang prima terhadap nasabahnya, karena apabila bank tidak memperhatikan kualitas fasilitas dan pelayanannya, sangat mungkin jika nasabahnya akan pindah dan memilih ke bank lain yang memiliki fasilitas dan pelayanan yang lebih baik. Selain itu, bank juga melakukan peningkatan pada *Service Level Agreement*

(SLA). Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan pada akhir tahun 2016, tingkat *processing time* atau *turnaround time* pada SLA operasional Bank Muamalat Indonesia telah menunjukkan perbaikan yang positif. Bank Muamalat Indonesia patut bersyukur bahwa seluruh upaya tersebut telah membawa hasil nyata yang terlihat pada penghujung tahun 2016. Waktu proses financing menanjak drastis menjadi empat kali lipat lebih cepat. Tingkat produktivitas menanjak hingga 160% dengan volume transaksi yang bertambah dan kualitas yang tumbuh.

Tahun 2016 juga menjadi tahun peningkatan operasional Bank Muamalat Indonesia melalui teknologi informasi. Salah satu yang telah berhasil dilakukan dan diluncurkan di tahun 2016 adalah *Mobile Banking* Bank Muamalat Indonesia. Dengan peluncuran ini, dapat dikatakan bahwa *capacity* dan *capability* sistem Bank Muamalat Indonesia telah siap untuk melangkah lebih jauh lagi dalam perkembangan dunia digital yang sangat pesat serta persaingan yang ketat. Saat ini Bank Muamalat sedang gencar-gencarnya memperbaiki fasilitas *mobile banking* dan mempermudah registrasi *mobile banking* sehingga nasabah akan semakin dimudahkan menggunakan atau mengakses *mobile banking* kapanpun dan dimanapun berada.

Upaya tersebut adalah wujud adaptivitas Bank Muamalat Indonesia untuk mengikuti perkembangan digital banking yang sangat pesat. Dengan demikian Bank Muamalat Indonesia dapat mengikuti gaya hidup masyarakat dan target market serta menghadirkan jangkauan layanan yang

lebih luas serta *highly accessible*. Untuk memastikan bahwa upaya-upaya tersebut membuahkan hasil sesuai dengan yang diharapkan, Bank Muamalat Indonesia melakukan peningkatan terhadap *service quality standard* dan *measurement*. Dengan sistem ini, Bank Muamalat Indonesia dapat melacak sejauh mana pencapaian kualitas layanan yang diberikan.⁵

Selain memperhatikan fasilitas dan pelayanannya, bank juga harus tetap memperhatikan bagaimana metode promosi yang digunakan untuk menarik nasabah dengan memberikan bonus atau kemudahan yang akan diterima oleh nasabahnya sehingga nasabah akan merasa puas terhadap bank yang sudah dipilih. Saat ini untuk mencapai tujuan dan sasaran pemasaran dan mempertahankan loyalitas nasabah, Bank Muamalat melakukan strategi promosi dengan menggunakan berbagai macam metode diantaranya dengan menyebarkan selebaran-selebaran (brosur), brosur yang diberikan atau disebar oleh Bank Muamalat mencakup berbagai macam jenis produk unggulan yang dimiliki oleh Bank Muamalat, baik produk penghimpunan dana (*funding products*) maupun produk penyaluran dana (*financing products*). Semakin berkembangnya dunia teknologi dan informasi, maka strategi pemasaran melewati website atau internet dan *account instagram* (@bank.muamalat) yang semakin efektif dan dapat berpengaruh besar terhadap kemajuan perbankan dan juga peningkatan terhadap permintaan produk yang di tawarkan oleh Bank Muamalat melalui website resminya PT. Bank Muamalat Indonesia.

⁵ Laporan Keuangan Bank Muamalat Indonesia Tahun 2016, hlm 125



Gambar 1.1
Contoh promosi via instagram.

Sesuai dengan visi Bank Muamalat yaitu “Menjadi Bank Syariah terbaik dan termasuk 10 besar Bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat Regional”, maka Bank Muamalat harus memperhatikan dan menjaga kualitasnya dalam berbagai hal, karena hal tersebut akan berpengaruh terhadap tingkat loyalitas nasabahnya. Eksistensi dari sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa terutama bank syariah, tidak hanya dilihat dari tingkat kepuasan nasabah saja, tetapi juga kesetiaan atau loyalitas dari nasabah tersebut. Bank harus mampu menghadapi dan memberikan solusi ketika nasabah memberikan komplain kepada bank, karena jika bank menerima dan memperbaiki atas keluhan nasabah, hal

tersebut akan meningkatkan kesetiaan (loyalitas) dari para nasabahnya sehingga bank mampu mempertahankan citranya, karena citra menjadikan bahan pertimbangan utama nasabah sebelum melakukan keputusan pembelian (menabung atau meminjam) pada bank.

Dari uraian diatas, penyusun tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul **“Pengaruh Pelayanan, Fasilitas dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang dikemukakan di atas, maka identifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Pelayanan yang selama ini menjadi faktor penting terhadap loyalitas nasabah.
2. Fasilitas PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri yang masih dianggap kurang oleh nasabah.
3. Adanya persaingan teknologi antar bank lain dalam melakukan promosi, sehingga bank berlomba-lomba untuk menciptakan inovasi baru dengan tujuan untuk meningkatkan loyalitas nasabah.

C. Rumusan Masalah

Dari uraian diatas, penulis menemukan beberapa masalah yang akan dibahas, diantaranya:

1. Apakah pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri?
2. Apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri?
3. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri?
4. Apakah pelayanan, fasilitas dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh signifikansi pelayanan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.
2. Untuk menguji pengaruh signifikansi fasilitas terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.
3. Untuk menguji pengaruh signifikansi promosi terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.
4. Untuk menguji pengaruh signifikansi pelayanan, fasilitas dan promosi terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.

E. Kegunaan Penelitian.

1. Secara Teoritis

Hasil Penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan dibidang perbankan khususnya perbankan syariah mengenai kualitas pelayanan, fasilitas dan promosi terhadap dan loyalitas nasabah.

2. Secara Praktis

a. Bagi Pihak Bank Muamalat Kediri

Memberikan masukan kepada pihak bank dalam upaya meningkatkan kinerja operasional secara lebih baik di masa yang akan datang

b. Bagi Peneliti yang akan datang

Sebagai sumber informasi bagi penelitian-penelitian yang akan datang, dan dapat memberikan kontribusi keilmuan kepada semua aktivitas akademik dalam bidang perbankan syariah.

c. Bagi Akademik

Sebagai kontribusi untuk perbendaharaan perpustakaan IAIN Tulungagung dan menambah ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan kajian tentang pengaruh pelayanan, fasilitas dan promosi terhadap loyalitas nasabah.

F. Batasan Penelitian

Dengan berbagai keterbatasan maka dalam penelitian ini penulis membatasi ruang lingkup dan pembahasan agar tidak menyimpang dari pokok pembahasan.

Tujuan dari penelitian ini yaitu membahas masalah yang ada didalam rumusan masalah dan supaya tidak keluar jalur dari pembahasan ini maka dibutuhkan ruang lingkup dalam penelitian. Ruang lingkup penelitian kami lakukan terbatas pada empat variabel penelitian, yakni: (1) tiga variable bebas yaitu pelayanan, fasilitas dan promosi, dan (2) satu buah variabel terikat yakni loyalitas nasabah. Populasi dalam penelitian ini yaitu semua nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.

G. Penegasan Istilah

a. Definisi Konseptual

1. Pelayanan (X_1)

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disebabkan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen.⁶

⁶ Ratminto dan Atik, *Manajemen Pelayanan*, (Jakarta: Pustaka Pelajar, 2005), hal 2.

2. Fasilitas (X₂)

Fasilitas menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) fasilitas adalah sebuah kemudahan atau sarana untuk melancarkan fungsi untuk suatu kepentingan.⁷

3. Promosi (X₃)

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, atau mengingatkan konsumen atau pelanggan atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.⁸

4. Loyalitas (Y₂)

Loyalitas bisa diartikan sebagai kesetiaan, kepatuhan atau keberpihakan. Sikap loyalitas ini akan membuat seseorang selalu membela terhadap orang atau pihak tempatnya berloyalitas, bahkan akan rela berkorban demi apapun untuk kepentingan loyalitasnya.⁹

b. Definisi Operasional

Dari definisi secara konseptual sebagaimana di atas maka secara operasional dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh pelayanan, fasilitas dan promosi terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri. Adapun yang menjadi

⁷ Pusat Bahasa, *KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia)*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hal 314

⁸ Ismail Nawawi Uha, *Pemasaran Syariah Kompilasi Teori dan Pengantar Praktik dalam Bisnis Klasik dan Kontemporer*, (Sidoarjo: Dwiputra Pustaka Jaya, 2014), hal. 245

⁹ Anton Ramdan, *Jurnalistik Islam*, hal. 55

indicator dalam penelitian ini adalah pelayanan, fasilitas, promosi dan loyalitas nasabah dalam memaksimalkan tujuan organisasi.

H. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini terdiri dari enam bab. Masing-masing memiliki sub bab yang akan memberikan penjelasan secara terperinci, sistematis dan berkesinambungan agar dapat dipahami dengan baik. Diantara sistematika penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan, Bab ini berisi Latar Belakang Penelitian, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Batasan Penelitian, Penegasan Istilah dan Sistematika Penulisan.

Bab II : Landasan Teori, Bab ini berisi teori-teori yang diperlukan dalam menjelaskan variabel yang diteliti. Dalam bab ini berisi tentang teori pelayanan, fasilitas, promosi, loyalitas dan penelitian terdahulu serta hipotesis penelitian.

Bab III : Metode Penelitian, Dalam bab ini berisi tentang Pendekatan dan Jenis Penelitian, Populasi, Sampling dan Sampel, Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran, Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian, Analisis Data.

Bab IV : Hasil Penelitian, Bab ini merupakan bab yang berisi tentang gambaran umum PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri yang berisi tentang sejarah singkat, visi dan misi, struktur organisasi dan job

description, produk-produk, Hasil Penelitian serta Pembahasannya yang mencakup pelayanan, fasilitas dan promosi terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.

Bab V : Pembahasan, Pembahasannya yang mencakup pengaruh variable Pelayanan, Fasilitas dan Promosi terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.

Bab VI: Penutupan, Bab ini merupakan bab yang berisi tentang kesimpulan serta saran-saran yang relevan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.