

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Semakin ketatnya persaingan dalam industri perbankan mendorong industri perbankan untuk cepat menyesuaikan diri dengan perkembangan masyarakat di sekitarnya. Hal tersebut ditandai dengan semakin maraknya ekspansi dari bank-bank asing yang mencoba masuk ke pasar perbankan di Indonesia. Industri perbankan saat ini berlomba-lomba untuk meningkatkan layanan kepada nasabah, dengan cara memberikan fasilitas-fasilitas yang memudahkan nasabah tersebut dalam melakukan transaksi keuangan. Salah satu contoh adalah penerapan *e-Banking* atau kemudahan untuk melakukan transaksi dengan tidak langsung datang ke bank, misalnya melalui sms banking yaitu transaksi dengan melalui fasilitas *Short Message Service* (SMS) atau juga melakukan transaksi keuangan melalui internet.

Sistem perbankan di Indonesia terdapat kriteria untuk menentukan apakah suatu lembaga keuangan baik bank atau non bank itu sehat atau tidak sehat. Dalam sistem perbankan ini berbagai faktor dinilai, baik kualitatif maupun kuantitatif untuk menentukan kesehatannya. Penilaian yang bersifat menyeluruh pada hakekatnya merupakan pencerminan dari seluruh kegiatan dan hasil usaha bank dan lembaga keuangan non bank, (Purwanto, 2008).

Bank adalah salah satu jenis lembaga keuangan yang melaksanakan berbagai macam jasa, seperti memberikan pinjaman, mengedarkan mata uang, mengadakan pengawasan terhadap mata uang, bertindak sebagai tempat

penyimpanan berkas, membiayai usaha perusahaan - perusahaan dan lain-lain. (Aidil, 2014).

Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2008 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia, bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan lainnya. Dalam hal ini bank juga biasa disebut sebagai lembaga intermediasi pada sektor keuangan dengan kegiatan menghimpun dana, menyalurkan dana dan memberikan jasa lainnya. Dari ketiga kegiatan ini yang menjadi kegiatan pokok perbankan adalah menghimpun dana dan menyalurkan kredit, sedangkan jasa yang diberikan hanya merupakan fasilitas tambahan. Karena peran tersebut, bank menjadi sebuah lembaga yang sangat penting bagi perekonomian suatu negara, dapat kita ketahui bank menjadi perantara bagi pembiayaan sektor riil baik untuk meningkatkan iklim investasi dan iklim usaha maupun penciptaan lapangan kerja.

Di Indonesia bank dibagi menjadi dua jenis berdasarkan pembayaran bunga ataukah pembagian hasil usaha yaitu bank konvensional dan bank berdasarkan prinsip syariah (Dendawijaya, 2003). Bank konvensional merupakan bank yang keuntungan utamanya diperoleh dari selisih bunga simpanan yang diberikan kepada penyimpan dengan bunga pinjaman atau kredit yang disalurkan (Kasmir, 2012), sedangkan Bank Syariah merupakan bank yang aktivitasnya meninggalkan masalah riba (Muhammad, 2005). Di dalam Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, yang dimaksud riba adalah penambahan pendapatan secara tidak sah (batil) antara lain dalam transaksi

pertukaran barang sejenis yang tidak sama kualitas, kuantitas, dan waktu penyerahan (*fadhhl*), atau dalam transaksi pinjam-meminjam yang mempersyaratkan Nasabah Penerima Fasilitas mengembalikan dana yang diterima melebihi pokok pinjaman karena berjalanya waktu. Dilihat dari definisi riba, bunga yang dibebankan Bank Konvensional terhadap nasabahnya termasuk dalam unsur riba.

Dewasa ini masyarakat semakin paham dan jeli dalam menempatkan dana maupun dalam pembiayaan usahanya, karena hasil dalam sebuah usaha tidaklah sama antara perusahaan satu dengan perusahaan lainya maka masyarakat memilih bank syariah yang tidak menggunakan bunga sebagai balas jasa melainkan menggunakan sistem bagi hasil, sehingga nasabah tidak dibebani bunga yang sama setiap bulanya tetapi bagi hasil menurut jumlah penghasilan yang didapat perusahaan. Selain dari sisi balas jasa bank syariah juga memberikan fasilitas berbeda dengan bank konvensional, bank syariah cenderung lebih lengkap karena ada fungsi sosial yang tidak ditemukan pada bank konvensional. Bank syariah juga hanya melakukan investasi yang halal saja, tidak seperti bank konvensional yang dapat melakukan investasi halal dan haram. Hal ini sangat cocok untuk masyarakat Indonesia yang mayoritas memeluk agama Islam.

Salah satu alasan masyarakat memilih bank syariah karena tahan terhadap krisis. Indonesia merupakan negara yang menganut sistem ekonomi terbuka, oleh karena itu Indonesia tidak dapat terhindar dari krisis ekonomi global yang menimpa hampir seluruh negara di dunia yang dimulai pada semester kedua tahun 2008. Di sini bank syariah membuktikan performa lebih baik bahwa bank syariah dapat bertahan dari krisis daripada bank konvensional. Hal ini disebabkan karena bank syariah tidak banyak bertransaksi dengan valuta asing, sehingga apabila kurs

valuta asing naik-turun bank syariah tidak begitu terpengaruh jika dibandingkan dengan bank konvensional. Pembiayaan bank syariah sebagian besar disalurkan pada sektor riil dan hanya sedikit yang disalurkan ke dalam sektor koperasi, sehingga krisis global tidak begitu dirasakan oleh bank syariah.

Pada era persaingan bisnis yang semakin ketat seperti yang terjadi sekarang ini, menuntut semua perusahaan harus lebih kreatif dan agresif dalam menciptakan berbagai inovasi produk dan memberikan layanan yang prima kepada pelanggannya sehingga menjadi lebih unggul dari para pesaingnya. Subhash (2007) menyebutkan bahwa persaingan yang selalu muncul dalam dunia bisnis mendorong munculnya ide-ide kreatif yang dapat membangun produk dan jasa yang memberikan nilai lebih kepada pelanggan. Kondisi ini menyebabkan perubahan paradigma dalam pemasaran, sehingga perubahan ini dapat memotivasi para manajer untuk mengembangkan kualitas produk atas jasa agar bersifat global untuk meningkatkan daya saing.

Konsep produk ini lebih cenderung mengacu pada kualitas produk dan merk. Selnes (dalam Kuntjara 2007) mendefinisikan konsep produk yang berkaitan dengan reputasi produk sebagai persepsi dari kualitas barang/jasa yang berhubungan dengan nama produknya. Kualitas produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai di pasar sasaran (*target market*) dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan, termasuk hal ini adalah benda, jasa, organisasi, tempat, orang dan ide. Dalam hal ini perusahaan memusatkan perhatian mereka pada usaha untuk menghasilkan produk yang unggul dan terus menyempurnakan. Produk yang berkualitas tinggi merupakan salah satu kunci sukses perusahaan. Memperbaiki kualitas produk ataupun jasa merupakan tantangan yang penting bagi perusahaan bersaing di pasar global. Perbaikan kualitas produk akan mengurangi biaya dan meningkatkan keunggulan bersaing,

bahkan lebihjauh lagi, kualitas produk yang tinggi menciptakan keunggulan bersaing yang bertahan lama. Oleh karena itu kualitas digambarkan oleh Feigenbaum (Jaluanto dan Widyaningrum 2012) sebagai faktor penting yang mendorong pertumbuhan ekonomis perusahaan - perusahaan di manapun di dunia ini dalam konteks pasar global.

Kualitas produk merupakan faktor utama yang dapat menarik nasabah untuk melakukan pembelian produk yang kita tawarkan. Banyak Bank yang memamerkan produk unggulan untuk kredit mereka terutama dari segi penampilan. Dengan kualitas produk yang terjamin akan memberikan kepuasan tersendiri bagi nasabahnya baik penampilan luar produk. Kotler and Armstrong (2012) dalam Lumintang dan Jofie (2015) mendefinisikan kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Dalam industri perbankan, kualitas produk yang diukur adalah kualitas layanan. Keunggulan bersaing sering diupayakan dalam bentuk pelayanan yang prima. Strategi yang tepat dan akurat dalam kualitas layanan merupakan faktor penting yang mempengaruhi keunggulan bersaing bila direncanakan dan diimplementasikan dengan tepat. Layanan yang berkualitas yaitu apabila layanan yang diberikan diterima dan telah sesuai dengan harapan konsumen. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan yang diterima konsumen telah sesuai dengan harapan konsumen, didapatkan melalui angket ataupun wawancara mengenai komplain nasabah.

Menurut Lumintang dan Jofie (2015) Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang dipersepsikan dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Dalam keputusan pembelian

konsumen selalu mempertimbangkan aspek- aspek yang ada untuk mempengaruhi minat beli. Untuk itu perusahaan harus tahu dan mampu mengelola produk agar menjadi sesuatu yang dicari atau dibutuhkan oleh konsumen.

Hal pokok yang menjadi dasar dari kualitas layanan adalah indikator-indikatornya yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas layanan tanpa memandang jenis layanan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting bagi keberhasilan bank sebagai perusahaan jasa, karena masalah kepuasan pelanggan, kualitas layanan dan kualitas produk serta loyalitas telah menjadi komitmen bagi perbankan dalam menjalankan roda bisnisnya. Jika pelayanan yang diberikan kepada nasabah adalah pelayanan yang terbaik dan mampu memberikan kepuasan optimal bagi nasabah, maka hal tersebut akan berpengaruh positif terhadap kinerja usahanya. Apabila kepuasan nasabah meningkat maka akan menambah kepercayaan nasabah untuk terus melakukan pengulangan transaksi di bank yang sama sehingga akan mewujudkan loyalitas.

Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu bank di Indonesia yang bergerak pada bidang perbankan syariah. Pada awalnya bank syariah mandiri merupakan sebuah unit usaha syariah (UUS) pada induknya yaitu Bank mandiri. Pada awal pembentukannya Bank Mandiri melakukan konsolidasi dan membentuk tim pengembangan perbankan syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan bank mandiri. Sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*). PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam

kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.

Sebelum memiliki anak perusahaan yang bergerak dibidang syariah sebelumnya Bank Mandiri sudah dikenal sebagai BUMN perbankan yang memmilki kinerja sangat baik, oleh karena itu ketika Bank Mandiri memiliki rencana untuk mendirikan anak perusahaan yang bergerak di bidang perbankan syariah pihak perusahaan yakin bank umum syariah yang akan dibentuk dapat memiliki kinerja yang baik dan menarik minat masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah yang dikelola oleh Bank Syariah Mandiri.

Pada tahun 2011 top brand index yang diraih sebesar 42,4% dan mendapat predikat pertama Top Brand 11 award dan tetap bertahan di peringkat pertama pada tahun 2012 tetapi pada tahun tersebut mulai terjadi penurunan presentase menjadi 38,2%. Pada tahun 2013 presentasi top brand index Bank Syariah Mandiri mengalami penurunan yang cukup besar sehingga nilai presentase yang diraihnya menjadi 27,3 %, sekaligus membuat posisi Bank Syariah Mandiri turun ke posisi dua bertukar tempat dengan BRI Syariah yang memiliki top brand index 30,3%. Berdasarkan keterangan data di atas dapat terlihat penurunan presentase top brand index Bank Syariah Mandiri, dalam waktu dua tahun terjadi penurunan sebesar 15,1% jumlah penurunan yang cukup besar untuk perusahaan sebesar Bank Syariah Mandiri.

Dalam perkembangannya Bank Syariah Mandiri sendiri adalah sebagai bank yang mengoperasionalkan usaha-usahanya pada bidang perbankan yang dilandasi dengan nilai-nilai rohani dengan berpedoman pada Al-Qur'an dan Assunah. Dengan diterimanya Bank Syariah Mandiri ditengah-tengah masyarakat Indonesia yang sebagian besar beragama Islam. Maka dibukalah beberapa kantor cabang salah satunya di Semarang pada tanggal 5

September 2003. Meskipun operasionalnya terbilang masih baru, namun perkembangan yang terjadi cukup menggembirakan. Hal ini dibuktikan dengan telah dibukanya beberapa kantor sebagai sarana mempermudah transaksi yang dilakukan. Kantor tersebut diantaranya :Kantor Cabang Semarang, Jl. Gamajah Mada No.184 Semarang, Jateng, Kantor Cabang Pembantu Kudus, Ruko Ahmadyani No.9, Kantor Kas Jragung, Jl. Siliwangi No.650. Kantor Payment Point, Rumah Sakit Rumani Jl. Wonodri No.22 .

Dengan semakin banyaknya kantor yang dibuka maka semakin mudah pula masyarakat untuk manjangkaunya. Dengan letak yang strategis, maka memudahkan Bank Syariah Mandiri untuk berkembang lebih baik dan lebih besar lagi.

Berdasarkan uraian-uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH RELIGIUSITAS, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG BANK SYARIAH MANDIRI CABANG SEMARANG”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah Religiusitasberpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung Bank Syariah Mandiri di Semarang ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadapkeputuhan nasabah menabung Bank Syariah Mandiri di Semarang?
3. Apakah kualitas pelayananberpengaruh terhadapkeputusan nasabah menabung Bank Syariah Mandiri di Semarang?

4. Apakah Religiusitas, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung Bank Mandiri Syari'ah di Semarang ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap keputusan nasabah menabung Bank Syariah Mandiri
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan nasabah menabung Bank Syariah Mandiri
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung nasabah Bank Syariah Mandiri
4. Untuk mengetahui Religiusitas, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung Bank Mandiri Syari'ah

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Teoretis

Sebagai bahan referensi lebih lanjut dalam hal yang berkaitan dengan keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Syariah. Selain itu juga menambah wawasan dan pengetahuan mengenai perbankan syariah.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi Akademis

Menambah wawasan keilmuan bagi pembaca dan khususnya penyusun tentang religiusitas, produk dan pelayanan terhadap keputusan nasabah.

#### b. Bagi peneliti

Menambah wawasan tentang religiusitas, produk dan pelayanan terhadap keputusan nasabah

#### c. Bagi Bank Syariah Mandiri

Sebagai sumber informasi tambahan untuk pihak bank, dalam usahanya untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar nasabah merasa puas.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Tugas Akhir ini terdiri dari tiga bab yang masing-masing dijabarkan sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan, berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II : Tinjauan Pustaka, berisi Landasan Teori, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran, Perumusan Hipotesis.

Bab III : Metode Penelitian, berisi Variable Penelitian, Populasi dan Sampel, Jenis dan Sumber Data, Metode Pengumpulan Data, Metode Analisis Data, dan Daftar Pustaka.