

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Lembaga perbankan pada masa kini memegang peran penting, bank merupakan salah satu urat nadi perekonomian sebuah negara. Jarang sekali orang yang tidak mengenal dan tidak berhubungan dengan Bank. Hampir semua orang berkaitan dengan lembaga keuangan. Bank memiliki banyak manfaat yaitu; menyimpan dan mengirimkan uang, memperoleh tambahan modal usaha atau melakukan transaksi perdagangan Internasional secara efektif dan aman.

Kepercayaan masyarakat dapat diperoleh dari sebuah perusahaan dengan menggunakan beberapa cara di antaranya adalah dengan memberikan rangsangan pemasaran dari dalam dan luar perusahaan. Rangsangan pemasaran dari dalam perusahaan dapat berbentuk seperti iklan, promosi dan sebagainya yang menerangkan kualitas produk (barang maupun jasa) harga dan saluran distribusinya. Sedangkan rangsangan dari luar dapat berupa kondisi ekonomi, politik teknologi dan kebudayaan yang ada di masyarakat setempat.<sup>1</sup>

Bank atau Lembaga Keuangan Non-Bank yang berbasis syariah secara kuantitatif tumbuh dengan pesat. Pertumbuhan yang pesat secara kuantitatif tanpa diikuti dengan peningkatan kualitas ternyata telah menimbulkan dampak negatif yang tidak kecil. Di sana sini ada saja keluhan tentang pelayanan yang tidak

---

<sup>1</sup> Sonny Koeswara, *Pemasaran Industri (Industrial Marketing)* (Jakarta: Djambatan, 1995), 74.

memuaskan dari lembaga keuangan Syari'ah.<sup>2</sup> Berdasarkan fakta yang demikian, masing-masing bank terus berupaya memunculkan berbagai strategi guna menarik perhatian masyarakat. Mulai dari peluncuran produk-produk perbankan yang menguntungkan, sampai dengan program unggulan yang ditujukan untuk kepuasan nasabah yang menggunakan jasa mereka.

Perbankan sebagai perusahaan jasa bila tetap eksis maka harus memberikan pelayanan yang terbaik. Perusahaan jasa akan menjadi sesuatu yang bermanfaat apabila di dasarkan pada kepentingan pelanggan dan kinerjanya bagi perusahaan. Artinya perusahaan harus mencurahkan perhatiannya pada hal-hal yang memang dianggap penting oleh para pelanggan. Agar pelanggan merasa puas dalam menggunakan produk yang ditawarkan.

Kepuasan nasabah adalah indikator utama dari standar suatu ukuran mutu pelayanan, kepuasan nasabah yang rendah akan berdampak terhadap jumlah kunjungan yang akan mempengaruhi provitabilitas perusahaan jasa tersebut, sedangkan sikap karyawan terhadap nasabah juga akan berdampak terhadap kepuasan nasabah, kebutuhan nasabah dari waktu ke waktu akan meningkat, begitu pula tuntutan akan mutu pelayanan yang diberikan.

Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai kepuasan pada konsumen melalui penyampaian produk dan jasa dengan kualitas persaingan yang sangat ketat, di mana semakin banyak nasabah yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah menyebabkan setiap

---

<sup>2</sup>M.N. Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001),57.

perusahaan jasa harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen pada tujuan utama.<sup>3</sup>

Dalam rangka untuk memenangkan persaingan adalah memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan nasabah akan terpenuhi apabila mereka memperoleh apa yang diinginkan, terutama dari segi kualitas pelayanan yang mereka dapatkan. Kepuasan yang dirasakan nasabah terhadap sebuah jasa yang mereka gunakan akan membawa efek positif terhadap kelangsungan bank yang bersangkutan. Nasabah yang puas akan bertahan, dan tidak berpindah menjadi nasabah bank lain. Hal tersebut menjadi bagian dari promosi yang efektif. Kepuasan nasabah memiliki hubungan erat dengan kualitas pelayanan. Persepsi dari nasabah memberikan suatu dorongan tersendiri untuk menjalin ikatan yang kuat dengan pihak bank.

PT. Bank BRI Syariah menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan aset. PT. Bank BRI Syariah tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, PT. Bank BRI Syariah menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan. Dalam menjalankan tugas-tugasnya BRI Syariah berusaha untuk memenuhi apa yang menjadi mottonya. Motto BRI Syariah disingkat dengan sebutan **PASTI OKe**.<sup>4</sup>

**P** = Profesional  
**A** = Antusias  
**S** = Penghargaan SDM  
**T** = Tawakal  
**I** = Integritas

---

<sup>3</sup> Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2000), 23.

<sup>4</sup> Sejarah PT. Bank BRI Syariah, <http://brisyariah.co.id/ofSejarah>. 13 Februari 2015

- O** = Orientasi bisnis  
**Ke** = Kepuasan pelanggan<sup>5</sup>

Dengan motto tersebut diharapkan BRI Syariah dapat mencapai tujuan dan keinginan yang diharapkan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor utama dalam perusahaan jasa dalam meningkatkan kualitasnya. Peningkatan kualitas pelayanan sebagai salah satu motivator pengikat loyalitas konsumen adalah inti dari usaha di bidang jasa (termasuk BRI Syariah). Sehingga pihak manajemen lebih banyak memfokuskan pada sisi ini.<sup>6</sup>

BRI Syariah memiliki berbagai produk yang ditawarkan kepada masyarakat, salah satu produk andalannya yaitu tabungan BRIS iB yang biasanya disebut juga *FAEDAH* (Fasilitas Serba Mudah), merupakan fasilitas-fasilitas menarik yang diberikan kepada Nasabah Tabungan BRISyariah iB berupa:

1. Ringan, Setoran Awal Minimal Rp 50.000,-
2. Gratis Biaya Administrasi Bulanan Tabungan
3. Gratis Biaya Bulanan Kartu ATM
4. Gratis Biaya Tarik Tunai di ATM BRI, Jaringan ATM Bersama & PRIMA
5. Gratis Biaya Cek Saldo di ATM BRI, Jaringan ATM Bersama & PRIMA
6. Gratis Biaya Transfer di ATM BRI, Jaringan ATM Bersama & PRIMA
7. Gratis Biaya Debit PRIMA.<sup>7</sup>

Dihat dari jumlah nasabah BRI Syari'ah Kantor Cabang sejumlah 13.634 nasabah.<sup>8</sup> Apakah hal ini menunjukkan produk yang di berikan BRI Syariah sangat maksimal?, melihat banyaknya masyarakat yang minat terhadap

---

<sup>5</sup> Brosur BRI Syariah

<sup>6</sup> Sejarah PT. Bank BRI Syariah, <http://brisyariah.co.id/ofSejarah>. 13 Februari 2015

<sup>7</sup> Brosur Edaran FAEDAH BRI Syariah

<sup>8</sup> Sumber Data Jumlah Nasabah BRIS iB diperoleh dari wawancara Mb. Linda karyawan Beck Ovice BRI Syariah Cabang Kediri pada tanggal 10 September 2015

produk tersebut dengan fasilitas yang menarik, yang diberikan BRI Syariah pada nasabah.

Wujud kualitas pelayanan yang baik pada BRISyariah, berupa pemberian fasilitas pelayanan yang bertujuan agar nasabah mudah dalam bertransaksi, misalnya pembelian di setiap swalayan yang ada, fasilitas tarik tunai, fasilitas internet banking, dan lain sebagainya. Hal tersebut akan menunjukkan tingkat kesadaran masyarakat untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syariah (terutama di Bank BRI Syariah) dalam transaksi keuangan. Dengan usaha dari pihak manajemen dalam menanamkan kepercayaan kepada masyarakat, sangat diperlukan penerapan pelayanan yang baik dan konsisten dalam memasarkan produknya, agar nasabah mendapatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan oleh Bank BRI Syariah.

Memberikan kepuasan kepada nasabah, dapat berpengaruh pada penghasilan perusahaan yaitu BRI Syariah. Sebab nasabah yang menggunakan jasa tabungan BRISyariah iB akan menilai jasa perbankan tersebut. Jika atribut-atribut jasa yang di persiapkan sesuai dengan harapan nasabah maka merasa senang dan akan terus menggunakan jasa tabungan tersebut. Namun, jika kualitas atribut-atribut jasa perbankan tabungan BRIS iB dengan *FAEDAH*nya tidak sesuai dengan harapan atau keinginan nasabah, maka selanjutnya nasabah memilih untuk menggunakan jasa tabungan perbankan yang lain.

BRI Syariah dalam memasarkan produk jasanya mencari segmentasi pasar yang cocok dan pas sebagai distribusi pemasarannya. Dari sini BRI Syariah mencoba segmen yang pantas adalah Pondok Pesantren, sebab berkembangnya

ekonomi Islam dari Pondok Pesantren. Sehingga BRI Syariah melihat adanya potensi warga Pesantren yang berminat menjadi nasabah BRI Syariah. Salah satunya di Pondok Pesantren Al-Falah Ploso Kediri.

Produk FAEDAH yang memakai prinsi Syariah dengan akad wadi'ah, menjadi kesan tersendiri bagi warga Pesantren dalam menggunakannya. Hal ini sangat membantu warga Pesantren dalam bertransaksi keuangan, terutama untuk transaksi pengiriman uang saku, penyimpanan uang saku dan pengambilan uang saku baik melalui ATM atau lewat lembaga bersangkutan.

Melihat posisi Pondok Pesantren Al-Falah yang jauh dari kantor cabang BRI Syariah serta aturan Pondok yang melarang santrinya meninggalkan area Pondok sehingga BRI Syariah harus jemput bola melalui mobil open table yang dilakukan setiap seminggu sekali yaitu setiap hari selasa. Kondisi ini bisa memungkinkan ketidakmaksimalan dalam melayani nasabah sebab mobil open table pun juga masih terbatas kemampuannya dan juga terkendala minimnya pelayanan dilihat dari tugas CS dan *Teller* jadi satu ketika melayani nasabah.

Berdasarkan bukti yang didapat di lapangan bahwa pelayanan di BRI Syariah Kantor Cabang Kediri masih membutuhkan perbaikan. Karena masih banyak nasabah yang mengeluh terhadap pelayanan yang diberikannya, diantaranya adalah penggunaan ATM bersama dan ATM prima yang tidak dapat diakses diawal dan diakhir bulan membuat para nasabah kesulitan dalam melakukan transaksi di ATM. Hal ini sangat berpengaruh pada kepuasan para nasabah BRI Syariah yang berada di Pondok Pesantren Al-Falah Kediri.

Penelitian ini hanya berfokus pada nasabah penabung dengan tujuan agar penilaian yang diberikan responden cenderung kritis dan beragam. Jika dibandingkan dengan nasabah pembiayaan, kemungkinan besar akan menilai pelayanan bank dengan tanggapan positif karena mereka sudah merasa terbantu oleh bank. Hal ini bertentangan dengan karakter nasabah penabung yang tentunya lebih selektif dalam memberikan penilaian terhadap kualitas produk bank.

Berdasarkan motto, fasilitas, produk yang dimiliki BRI Syariah belum tentu menjamin kepuasan nasabah BRI Syariah yang ada di PP. Al-Falah Ploso Kediri, sehingga peneliti tertarik untuk mengangkat judul dalam penelitian ini yaitu tentang: “PENGARUH KUALITAS PRODUK TABUNGAN BRIS iB TERHADAP KEPUASAN NASABAH BRI SYARIAH DI PONDOK PESANTREN AL-FALAH PLOSO KEDIRI”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka yang menjadi bahasan pada penelitian kali ini adalah

1. Bagaimana kualitas produk tabungan BRIS iB?
2. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah BRI Syariah di Pondok Pesantren Al-Falah Ploso Kediri?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk tabungan BRIS iB terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah di Pondok Pesantren Al-Falah Ploso Kediri?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas produk tabungan BRIS iB
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah BRI Syariah di Pondok Pesantren Al-Falah Ploso Kediri
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk tabungan BRIS iB terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah di Pondok Pesantren Al-Falah Ploso Kediri?

### **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, baik dari segi teoritis maupun praktis adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

#### **1. Secara Teoritis**

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan tambahan khasanah keilmuan dan pengetahuan di bidang ekonomi Islam, terutama tentang kepuasan nasabah pada tabungan BRIS iB.

#### **2. Secara Praktis**

##### **a. Bagi peneliti**

Dalam penelitian ini, diharapkan peneliti dapat meningkatkan kemampuan intelektual dan kemampuan dalam melakukan penelitian ilmiah serta dapat menambah pengetahuan di bidang Ekonomi Syari'ah terutama tentang penerapan produk Tabungan BRIS iB.

##### **b. Bagi lembaga pendidikan**

Dapat dijadikan sebagai masukan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Ekonomi Syari'ah dan menambah khazanah bacaan ilmiah.



Serta dapat memberikan tambahan pengetahuan mengenai kepuasan nasabah pada produk Tabungan BRIS iB serta penerapannya.

c. Bagi pembaca

Dapat digunakan sebagai sumber informasi, pengetahuan, penambah wawasan dan bahan perbandingan pembaca lain yang berminat untuk mempelajari permasalahan yang sama. Sebagai bahan informasi untuk peneliti lebih lanjut.

## E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara yang harus dibuktikan kebenarannya hipotesis menjadi hipotesa. Yang dimaksud hipotesa di sini adalah suatu kesimpulan yang masih kurang atau kesimpulan yang masih belum sempurna. Dia ditolak jika salah satu variabelnya palsu, dan akan diterima jika fakta atau data itu membenarkannya. Secara ringkas hipotesis dalam statistik merupakan pernyataan statistik tentang parameter populasi sedangkan hipotesis dalam penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah pada suatu penelitian.<sup>9</sup>

Dari penelitian yang akan dilakukan, dibuat hipotesis sebagai berikut:

1. Hipotesis Nihil atau Nol ( $H_0$ )

Hipotesis nihil adalah tidak ada pengaruh kualitas produk tabungan BRIS iB terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah di Pondok Pesantren Al-Falah Ploso Kediri.

---

<sup>9</sup> Sugiono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2011), 85.

## 2. Hipotesis Kerja (Ha)

Hipotesis kerja adalah adanya pengaruh kualitas produk tabungan BRIS iB terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah di Pondok Pesantren Al-Falah Ploso Kediri.

## F. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh penyelidik. Dari hipotesis yang ada, maka asumsi sementara yang diajukan oleh penulis adalah kualitas produk tabungan BRIS iB berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Nasabah yang loyal adalah alat promosi yang efektif. Dengan adanya nasabah yang loyal akan sangat membantu pihak bank, karena nasabah yang loyal, merupakan alat promosi dari mulut kemulut yang efektif. Nasabah yang loyal akan membawa nasabah lain untuk menikmati pelayanan produk perusahaan.

kualitas produk tabungan BRIS iB dapat dijadikan standar dalam menilai kinerja suatu bank yang berarti bahwa kepuasan nasabah adalah hal yang utama. PT Bank Rakyat Indonesia Syari'ah (Persero) Tbk berusaha memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah dan fasilitas yang baik untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada serta untuk mendapatkan calon nasabah. Sehingga dapat meyakinkan para nasabah yang percaya kepada lembaga keuangan syari'ah yang memiliki kualitas kinerja karyawan baik, akan menjadikan perusahaan konsisten memberikan kepuasan akan meningkatkan kepuasan para nasabah untuk terus menggunakan produknya.

## G. Telaah Pustaka

Berbagai penelitian maupun karya tulis mengenai kualitas produk tabungan terhadap kepuasan nasabah/pelanggan cukup banyak dilakukan, adapun beberapa penelitian yang berhasil, penyusun temukan.

1. Sri mulyani, STAIN Surakarta (2007) dengan judul “*Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Produk Tab.Syariah (studi kasus pada BNI Syariah cabang Solo)*” Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan pembahasannya tentang bagaimana perilaku konsumen terhadap produk Tabungan Syariah sehingga dapat diketahui hubungan perbedaan jenis kelamin profesi dan tingkat pendidikan akhir terhadap karakteristik produk tabungan yang dipakai. Dan untuk mengetahui karakteristik produk mana yang mempunyai hubungan paling dominan terhadap karakteristik konsumen dalam menabung. Hasilnya terdapat keterkaitan antara karakteristik konsumen yang terdiri dari jenis kelamin, profesi, dan pendidikan dengan karakteristik produk jasa perbankan syariah di Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Solo. Hal ini dapat diketahui dari hasil analisis Chi-Square yang memperoleh nilai  $\chi^2$  dihitung diterima pada taraf signifikansi 5%. Sistem bagi hasil merupakan karakteristik produk perbankan syariah yang berpengaruh dominan terhadap ketertarikan konsumen untuk menabung di bank syariah. Hal ini dapat diketahui dari hasil perbandingan  $C$  dan  $C_{maks}$ , antara profesi dengan bagi hasil, yang memperoleh nilai selisih yang paling rendah yaitu hanya sebesar 0,342.
2. Feronika Handayani, IPB (2006) yang berjudul “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Bank (Studi Kasus*

*pada Bank BNI Kota Bogor*”). Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan jenis penelitiannya menggunakan *Quota sampling*. Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari: keamanan, fasilitas yang diperoleh, lama pelayanan, keramahan, kesigapan, dan penampilan petugas, sistem antrian berpengaruh signifikan secara positif terhadap kepuasan nasabah semakin baik, maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah.

3. Moh. Burhanudin Harahab, STAIN Kediri (2009) dengan judul “*Pengaruh Produk Tabungan Shar’e Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Indonesia cabang Kediri*”. Penelitian tersebut menggunakan penelitian kuantitatif, dan jenis penelitiannya adalah penelitian korelasi. Sedangkan tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui pengaruh produk tabungan Shar’e terhadap tingkat kepuasan nasabah, dan juga untuk mengetahui bagaimana produk tabungan Shar’e terhadap tingkat kepuasan nasabah. Kesimpulan dari hasil penelitian yang menggunakan rumus produk moment menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,991, ini berarti korelasi antara produk tabungan Shar’e terhadap tingkat kepuasan nasabah memiliki korelasi yang sangat kuat, sedangkan berdasarkan hasil analisis regresi yang telah dilakukan menunjukkan bahwa produk tabungan Shar’e memberikan sumbangan positif yaitu sebesar 0,43 terhadap tingkat kepuasan nasabah, produk tabungan Shar’e di Bank Mu’amalat Indonesia cabang Kediri.

Yang membedakan penelitian sebelumnya diatas dengan penelitian yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK TABUNGAN BRIS iB TERHADAP KEPUASAN NASABAH BRI SYARIAH DI PONDOK PESANTREN AL-FALAH PLOSO KEDIRI” penelitian ini lebih terfokus pada kepuasan nasabah yang menggunakan produk tabungan BRIS iB, dari penelitian tersebut dapat dimunculkan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan nasabah tabungan BRIS iB terutama pada kualitas produk tersebut.

## **H. Penegasan Istilah**

Penulis akan menjelaskan mengenai istilah-istilah yang akan digunakan dalam judul ini agar tidak terdapat perbedaan dalam menginterpretasikan. Juga memberikan arah dan tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini dan untuk memberikan pengertian kepada pembaca mengenai apa yang hendak dicapai dalam penelitian, penegasan dari istilah-istilah adalah:

### **1. Kualitas produk tabungan**

Menurut Kotler dan Amstrong, Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.<sup>10</sup> Kualitas produk tabungan didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan nasabah tersebut. Sebuah produk atau layanan perbankan dikatakan mempunyai nilai yang tinggi di

---

<sup>10</sup>Philip Kotler dan Armstrong Gary, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Terj. Imam Nurmawan, (Jakarta : Erlangga, 2001), 346.

mata nasabah apabila mampu memberikan kualitas, manfaat dan pengorbanan seminimal mungkin.

## 2. Kepuasan Nasabah

Kotler menyatakan bahwa perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk dan harapan-harapannya.<sup>11</sup> Kepuasan nasabah adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh nasabah dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, nasabah akan sangat puas.

Nilai bagi nasabah merupakan komunikasi dua arah antara nasabah dengan bank, hubungan tercipta setelah nasabah tahu dan memberikan penilaian positif terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Jika nasabah menilai produk dan layanan mampu memberikan nilai tambah kepada nasabah maka nasabah akan puas dengan layanan atau produk yang ditawarkan. Kondisi seperti ini akan menciptakan hubungan atau ikatan emosional antara nasabah dengan bank. Hubungan emosional ini yang disebut dengan loyalitas nasabah nasabah agar tumbuh minat menabung di bank.

---

<sup>11</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang, 2008), 42.