

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan syariah dalam peristilahan internasional dikenal sebagai *Islamic Banking* atau juga disebut dengan *interest-free banking*. Peristilahan dengan menggunakan kata *Islamic* tidak dapat dilepaskan dari asal usul sistem perbankan syariah itu sendiri. Bank syariah pada awalnya dikembangkan sebagai suatu respon dari kelompok ekonom dan praktisi perbankan Muslim yang berupaya mengakomodasi desakan dari berbagai pihak yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai moral dan prinsip-prinsip syariah Islam.¹

Secara kelembagaan bank syariah pertama kali, yang berdiri di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI), kemudian baru menyusul bank-bank lain yang membuka jendela syariah dalam menjalankan kegiatan usahanya. Dalam undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 secara tegas membedakan bank berdasarkan pada pengelolaannya terdiri dari bank konvensional dan bank syariah, baik itu bank umum maupun bank perkreditan rakyat.² Dalam periode 1992 sampai dengan 1998, hanya terdapat satu bank umum syariah dan 78 Bank Perkreditan Rakyat Syariah.

1. ¹ Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta; PT RajaGrafindo Persada, 2014),

² Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah Di Indonesia*, (Yogyakarta; Gadjah Mada University Press, 2007), 30-31

Kehadiran perbankan berfungsi melayani masyarakat di daerah pedesaan atau pinggiran, atau biasa dikenal dengan *rural banking*. Di Indonesia, *rural banking* diakomodasikan dalam bentuk lembaga Bank Perkreditan Rakyat (BPR) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).³

Salah satu Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang berkembang pesat di Sampang Madura Jawa Timur ialah PT. BPR BASS yang didirikan berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Sampang nomor: 12 Tahun 2009, tentang pendirian PT. Bank Perkreditan Rakyat Bakti Artha Sejahtera Sampang dan Peraturan Daerah Nomor: 13 Tahun 2009 tentang penyertaan Modal Daerah pada PT. BPR BASS. Mengingat kondisi masyarakat Madura umumnya dan khususnya Kabupaten Sampang yang agamis dan religius, maka Pemerintah Kabupaten Sampang merencanakan akan mengubah kegiatan usaha BPR dari konvensional menjadi BPR Syariah pada tahun 2012. BPR Syariah pada tahun 2015 memiliki 1 (satu) kantor pusat, 3 (tiga) kantor kas yaitu, Kantor Kas Banyuates, Kantor Kas Camplong dan Kantor Kas Omben. Kantor Kas hanya melayani tabungan dan penarikan tabungan.

Terkhusus untuk kantor kas Banyuates yang juga melayani tabungan dan penarikan. Berikut data-data nasabah Kantor Kas Banyuates.

³ Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012), 197

NO	TAHUN	JUMLAH NASABAH
1	2012	45
2	2013	126
3	2014	63
4	2015	72
5	2016	59
6	2017	68
7	2018	145
	JUMLAH	578

Sumber: BPRS Bakti Artha Sejahtera Sampang, Kantor Kas Banyuates Sampang (2019).

Dilihat dari tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah nasabah mengalami peningkatan dan penurunan, peningkatan terjadi pada tahun 2013 dengan jumlah peningkatan 81 nasabah, setelah itu terjadi penurunan nasabah pada tahun 2014 dengan jumlah penurunan 63 nasabah . BPRS Bakti Artha Sejahtera Sampang khususnya Kantor Kas Banyuates masih memiliki kualitas pelayanan dan promosi yang masih kurang baik, hal ini dapat dilihat dari tabel jumlah nasabah di atas yang masih mengalami penurunan dan kenaikan yang tidak sistematis.

BPRS Bakti Artha Sejahtera Sampang Kantor Kas Banyuates mempunyai produk tabungan *wadiah* dengan mekanisme dan setoran awal yang minim dengan jumlah Rp. 5.000,00 dan biaya administrasi yang sangat murah sehingga hal itu bisa membuat produk tabungan *wadiah* menarik untuk masyarakat Banyuates yang mayoritas penduduknya ber agama Islam.

Salah satu strategi yang tepat untuk mengetahui kemampuan bank dalam memuaskan nasabah adalah dengan mengupayakan sistem umpan balik yang memungkinkan bank dapat mengetahui langsung dari pelanggan itu tentang

kepuasan pelayanan- pelayanan bank dan harapan mereka tentang bagaimana seharusnya bank memberikan pelayanan yang memuaskan menurut persepsi nasabah.⁴

Kualitas layanan di BPRS Bakti Artha Sejahtera Sampang Kantor Kas Banyuwates dengan mengandalkan empat karyawan yang harus bisa memaksimalkan agar bisa memberikan pelayanan terbaik untuk nasabah. Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh nasabah.

Kualitas layanan yaitu merupakan pusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.⁵ Kepuasan pelanggan atas pelayanan yang baik akan berdampak positif melalui promosi. Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai keinginan dan kebutuhannya. Hal ini dilakukan dengan menggunakan alat promosi.⁶

⁴ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 179

⁵ Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), 180.

⁶ Rambat Lumpiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 178

Dalam hal ini, peranan orang sangat penting dalam mempromosikan jasa. Pelanggan sangat dekat dengan penyampaian jasa. Dengan kata lain, pelanggan tersebut akan berbicara kepada orang lain yang berpotensi tentang pengalamannya dalam menerima jasa, sehingga akan timbul adanya komunikasi atau informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) hal ini sangat besar pengaruh dan dampaknya terhadap pemasaran jasa dibandingkan dengan aktivitas komunikasi lainnya.⁷

Berhubungan dengan komunikasi penduduk Indonesia lebih banyak tingkat interaksinya tinggi dan sebagian besar penduduk menggunakan budaya mendengar dari pada membaca, dan hal ini menyebabkan bahwa komunikasi dari mulut ke mulut lebih efektif digunakan masyarakat untuk mempromosikan produk yang pernah di pakainya.

Kepuasan yang didapat oleh nasabah bisa mendorongnya untuk menceritakan (*Word Of Mouth*) pengalaman yang ia dapat kepada orang-orang terdekatnya seperti keluarga, kerabat dan teman atau sahabatnya. Sehingga hal tersebut juga bisa mempengaruhi mereka untuk mengambil keputusan.

Keputusan yaitu proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan dan rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan.⁸

⁷ Rambat Lumpiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 182

⁸ Irham Fahmi, *Manajemen Strategis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 14.

Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu di antaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini adalah suatu pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku.⁹ Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa semua perilaku sengaja dilandaskan pada keinginan dan kebutuhan yang dihasilkan ketika konsumen secara sadar memilih salah satu di antara tindakan alternatif yang ada.¹⁰

Setelah mengetahui kondisi suatu perusahaan dengan segala produk yang ditampilkan, maka konsumen akan melihat kekurangan dan kelebihan nya untuk mempertimbangkan keuntungan dan kerugian yang akan di dapat. Setelah membuat suatu keputusan menggunakan produk atau merek maka selanjutnya juga akan ada tahap evaluasi, dalam tahap ini hasil yang didapat dari evaluasi yang akan menentukan kelanjutan untuk menceritakan atau memberikan informasi dari produk atau merek terhadap orang terdekat atau kerabatnya.

Merujuk kepada penjelasan di atas penyusun tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai faktor yang mempengaruhi nasabah untuk mengambil keputusan bergabung menjadi nasabah di BPRS Bakti Artha Sejahtera Sapang Kantor Kas Banyuates dilihat dari segi kualitas layanan dan WOM (*Word Of*

⁹ Songaji, Etta Mamang, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), 121

¹⁰ *Ibid*,... 121

Mouth). Untuk itu penyusun mengadakan penelitian dalam rangka tugas akhir dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Layanan dan WOM (*Word Of Mouth*) Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Wadiah (Studi Kasus BPRS Bakti Artha Sejahtera Sampang Kantor Kas Banyuates).”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas dapat dirumuskan masalahnya, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan dan WOM (*Word Of Mouth*) secara simultan terhadap keputusan menggunakan tabungan wadiah?
2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan menggunakan tabungan wadiah?
3. Bagaimana pengaruh WOM (*Word Of Mouth*) terhadap keputusan menggunakan tabungan wadiah?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui:

1. Mengetahui pengaruh kualitas layanan dan WOM (*Word Of Mouth*) secara simultan terhadap keputusan menggunakan tabungan wadiah.
2. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan menggunakan tabungan wadiah.
3. Mengetahui pengaruh WOM (*Word Of Mouth*) terhadap keputusan menggunakan tabungan wadiah.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penulisan ini sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan menjadi wawasan dan pengetahuan baru bagi peneliti mengenai pengaruh kualitas layanan dan *word of mouth* terhadap nasabah.

2. Bagi BPRS Bakti Artha Sejahtera Sampang Kantor Kas Banyuates

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu cara dalam memberikan informasi terkait kenyamanan nasabah terhadap BPRS Bakti Artha Sejahtera Sampang Kantor Kas Banyuates.

3. Bagi kalangan akademisi

Penelitian ini diharapkan menjadi tambahan referensi bagi peneliti lain dan dapat menambah wawasan berfikir tentang kualitas layanan dan *word of mouth* serta sebagai bahan untuk penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang digunakan dalam penelitian skripsi dengan judul “**Pengaruh Kualitas Layanan dan WOM (Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Wadiah di BPRS (Studi Kasus BPRS Bakti Artha Sejahtera Sampang Kantor Kas Banyuates).**”

BAB 1: Pendahuluan, berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan. Dari semua isi pada bab pertama akan mengarahkan pembaca kepada substansi penulisan dalam penulisan ini.

BAB II: Tinjauan Pustaka, dalam bab ini penulis pertama kali akan menjabarkan teori-teori yang yang memperkuat dari penelitian ini, yaitu: pengertian dan penjelasan mengenai kualitas layanan, WOM (*Word Of Mouth*), dan keputusan menggunakan tabungan wadiah di BPRS. Kemudian dilanjut pada kerangka konseptual dan terakhir penulis akan memberikan hipotesis dan terakhir penulis akan memberikan hipotesis atau dugaan sementara pada penelitian ini.

BAB III: Metodologi Penelitian, terkait dengan penulisan yang akan dilakukan oleh penulis, dalam bab ini penulis fokus mengarahkan kepada metode penulisan yang akan digunakan, antara lain meliputi jenis penelitian, objek penelitian, variabel penelitian, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, instrumen penelitian dan analisis data.

BAB IV: Analisis Hasil Penelitian Dan Pembahasan, pada bab ini peneliti menguraikan hal-hal yang terkait dengan objek dalam penelitian dan responden, menganalisis hasil dari penelitian, serta pembahasan dalam penelitian ini.

BAB V: Penutup, pada bab ini membahas mengenai kesimpulan dan saran dalam penelitian ini yang diharapkan menjadi masukan bagi pihak yang terkait.