

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini lembaga perbankan sangat berperan penting dalam pembangunan ekonomi dan mengalami perkembangan yang sangat pesat. Sistem perbankan konvensional yang telah ada sebelumnya menjadi semakin lengkap dengan adanya sistem perbankan Islam atau perbankan syariah. Salah satu tonggak perkembangan perbankan Islam adalah didirikannya Islamic Development Bank (IDB) pada tahun 1975 yang beranggotakan 22 negara Islam pendiri. Berdirinya IDB ini kemudian memicu berdirinya bank-bank Islam di seluruh dunia, termasuk di Indonesia.

Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.¹ Bank syariah adalah bank yang dalam aktivitasnya, baik dalam penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dananya memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip syariah.² Bank syariah mempunyai karakteristik yakni prinsip bagi hasil (*profit sharing*). Berdasarkan prinsip ini, bank akan

¹ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, Pasal 1.

² Ahmad Rodoni dan Abdul Hamid, *Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta : Zikrul Hakim, 2008), 14.

berfungsi sebagai mitra yang baik dengan penabung maupun pengusaha yang meminjam dana.

Konsep dasar bank syariah didasarkan pada Al-Quran dan Hadist. Semua produk jasa yang ditawarkan tidak boleh bertentangan dengan Al-Quran dan hadist Rasulullah Saw. Sebagaimana firman Allah SWT yang terdapat dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 275 sebagai berikut :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ
مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ
وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : *“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya”*. (QS. Al-Baqarah : 275).³

Ketertarikan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah sangatlah tinggi, hal ini dibuktikan dengan banyak berdirinya bank-bank syariah di Indonesia. Perlu diketahui bank-bank yang semula konvensional saat ini telah menyediakan sistem perbankan syariah sebagai contoh Bank Bukopin Syariah, Bank CIMB Niaga Syariah, Bank Danamon Syariah,

³ Al-Quran Surat Al-Baqarah (2) : 275

Bank Mandiri Syariah, Bank BCA Syariah, dan masih banyak bank syariah lainnya.⁴

Berbicara mengenai bank syariah, bank syariah pertama di Indonesia ialah Bank Muamalat Indonesia. Bank Muamalat Indonesia dibentuk oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. Bank Muamalat Indonesia didirikan pada 1 November 1991 atau 24 Rabi'us Tsani 1412 H dan beroperasi secara resmi pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H.⁵

Pada tahun 2010 Bank Muamalat berada pada peringkat pertama sebagai bank syariah yang memberikan kepuasan terbaik bagi nasabahnya. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh Bank Muamalat kepada nasabahnya sudah cukup baik, sehingga nasabah dapat merasakan kepuasan dan citra Bank Muamalat pun meningkat dan diharapkan loyalitas nasabah dapat tercapai.

Kepuasan nasabah merupakan hal pokok yang tidak boleh diabaikan bagi suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa Perbankan. Karena kepuasan nasabah merupakan aspek penting untuk mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas, sehingga pelayanan yang bermutu bagi nasabah perlu ditingkatkan. Peningkatan kualitas pelayanan kepada para nasabah adalah hal penting dalam upaya

⁴ Evi Okatviani Satriyanti, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya", *Journal Of Business and Banking*, Vol.2 No.2 (November 2012),172.

⁵ Bank Muamalat, *Profil Bank Muamalat*. <https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat> (Diakses pada tgl 16 Oktober 2021, pukul 18.22)

meningkatkan kepuasan nasabah. Hal tersebut sangat penting karena mengingat peranan nasabah yang sangat besar dalam kontribusi pendapatan secara langsung maupun secara tidak langsung untuk mendukung eksistensi perusahaan.⁶

Selain dalam hal meningkatkan kualitas pelayanan kepada para nasabah agar tetap mempertahankan loyalitas nasabah, juga dalam hal menghadapi persaingan yang ketat, perbankan harus mempunyai strategi yang efektif guna memaksimalkan pemasaran produk yang akan dipasarkan kepada para nasabahnya dan sebisa mungkin untuk menarik minat nasabah. Hal tersebut tentunya memerlukan dan harus menyiapkan strategi yang kompetitif yang dapat bersaing dengan bank-bank lainnya, dan salah satu strategi yang tepat untuk dilakukan yaitu strategi promosi.

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan loyalitas nasabahnya. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha untuk menarik minat calon nasabah yang baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya akan meningkatkan loyalitas para nasabahnya. Dapat dikatakan, pada dasarnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi yang dilakukan perusahaan dalam menawarkan produk, jasa, ataupun ide kepada konsumen melalui pemberian informasi

⁶ Nina Indah Febriana, "Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung", *Jurnal An-Nisbah*, Vol.3 No.1 (Oktober 2016), 146.

serta membujuk para konsumen agar termotivasi untuk membeli.⁷ Untuk bisa bersaing pada perkembangan zaman pada saat ini, dibutuhkan model promosi atau pemasaran yang baru, dan pada saat ini sudah banyak model promosi yang dilakukan dengan cara mendatangi langsung tempat sasaran promosinya atau yang biasa disebut dengan menjemput bola. Pihak yang melakukan promosi langsung melakukan promosi di tempat atau kediaman target mereka, hal tersebut juga berpengaruh terhadap minat target untuk tertarik kepada apa yang dipromosikan, karena juga memberikan kemudahan kepada target untuk tidak perlu repot-repot mendatangi kantor atau perbankan, dalam perbankan strategi ini juga digunakan guna bersaing dengan perbankan lainnya, dalam dunia perbankan strategi menjemput bola ini dikenal dengan *personal selling*.

Personal selling diartikan sebagai penjualan interpersonal. Penjualan dengan melakukan prospek terbaik menjadi kunci dalam urutan strategi *personal selling*, yang dilakukan dengan cara meneliti calon pasar, menghubungi, mengumpulkan informasi, membuat strategi, mengumpulkan dokumentasi, pertemuan pelanggan, melakukan evaluasi, verifikasi informasi, pengambilan keputusan, menemukan kebutuhan pelanggan, menjawab keberatan, menentukan harga, keputusan pembelian, negoisasi penjualan, penutupan, monitoring dan evaluasi hasil,

⁷ Budi Djatmiko, "Bauran Promosi dan Minat Menjadi Nasabah : Studi pada Nasabah PD BPR Kota Bandung", *Jurnal Star-Study & Accounting Reseach*, Vol.10 No.3 (2013), 43.

kesimpulan, mengatasi keluhan pelanggan.⁸ Sejauh ini *personal selling* lebih dominan dalam menarik perhatian para nasabah dan lebih dominan dalam mempengaruhi calon nasabah, sehingga banyak perusahaan maupun perbankan menggunakan strategi pemasaran dengan model *personal selling* ini.

Bank Muamalat Indonesia berpusat di Jakarta Selatan dan sudah memiliki kantor cabang di seluruh Indonesia, dan pada saat ini di Madura terdapat satu kantor cabang pembantu yang merupakan cabang pembantu dari Bank Muamalat KC (Kantor Cabang) Surabaya yakni Bank Muamalat KCP Sumenep yang baru diresmikan pada bulan Agustus tahun 2018 yang berada tepat di Jl. Trunojoyo No.214 Sumenep yang bersebelahan dengan ruko Gedung Adi Poday Sumenep. Dikarenakan Bank Muamalat KCP Sumenep ini masih terbilang muda dan tidak begitu besar, Bank Muamalat KCP Sumenep ini belum menerapkan *lending* atau belum ada produk pembiayaannya, yang mana pada dasarnya fungsi atau tugas dari suatu bank yaitu menghimpun dana dari masyarakat (*Funding*) dan menyalurkan dana kepada masyarakat (*Lending*), akan tetapi para nasabah tetap mempercayakan dananya kepada Bank Muamalat KCP Sumenep untuk dikelola sekalipun para nasabahnya mengetahui terkait Bank Muamalat KCP Sumenep yang belum menerapkan *lending*, bahkan minat nasabahnya terus meningkat tiap tahunnya.

⁸ Ayun Damayanti, Skripsi : “Strategi Personal Selling Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL) IB pada PT.Bank BRI Syariah Tbk Kantor Cabang Pembantu Wachid Hasyim Jombang” (Malang : UIN Maulana Malik Ibrahim, 2017), 10.

Terdapat beberapa strategi yang dilakukan oleh Bank Muamalat KCP Sumenep dalam menarik minat para nasabahnya, yakni pemaksimalan dalam pelayanan dan juga pemasaran, seperti halnya dalam pelayanan kepada nasabahnya, Bank Muamalat menyediakan berbagai layanan diantaranya international banking, layanan 24 jam, F.A.Q (layanan) dan lainnya, serta tetap memaksimalkan pelayanannya meskipun di masa pandemi yang mana dapat menjaga hubungan dengan para nasabahnya karena keterbatasan pandemi, dan juga layanan yang dapat dilakukan pada saat pandemi maupun setelah pandemi. Begitu juga dengan pemasarannya bank Muamalat KCP Sumenep menerapkan model pemasaran personal selling, sehingga memudahkan para nasabahnya untuk tidak perlu ke kantor dan juga bisa meminimalisir kerumunan dan meminimalisir angka persebaran pandemi covid19, sehingga Bank Muamalat KCP Sumenep dapat mempertahankan loyalitas para nasabahnya. Maka dari itu peneliti menjadikan startegi atau faktor tersebut menjadi variabel dalam penelitian ini karena faktor-faktor tersebut diduga dapat mempengaruhi loyalitas para nasabahnya dan juga keputusan masyarakat dalam mengambil keputusan menjadi nasabah.

Berdasarkan penelitian terdahulu ada temuan terkait pengaruh pelayanan dan *personal selling* terhadap loyalitas nasabah. Dalam penelitian Evi Okatviani Satriyanti, menyatakan bahwa kualitas layanan atau pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal yang sama juga ditunjukkan oleh hasil penelitian pada Jurnal Ilmu

Manajemen “REVITALISASI” yang ditulis oleh Bayu Dwihandrianto, yang menyatakan bahwa *personal selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Hasil penelitian tersebut sama-sama menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, Maka dari itu peneliti ingin meneliti dengan menggabungkan variabel pelayanan dan *personal selling* dimana variabel tersebut merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah di Bank Muamalat KCP Sumenep. Alasan penulis melakukan penelitian ini selain karena untuk mengembangkan dan memperdalam penelitian sebelumnya, juga karena permasalahan yang dialami Bank Muamalat berbeda dengan lembaga keuangan lainnya, yaitu di Bank Muamalat KCP Sumenep belum ada produk *lending*, sedangkan nasabahnya tetap loyal terhadap Bank Muamalat KCP Sumenep, jadi penulis tertarik untuk melakukan penelitian tersebut agar berbeda dengan penelitian sebelumnya. Selain itu, hal yang membedakan dari penelitian lain adalah penulis hanya mengambil variabel pelayanan dan *personal selling* saja, karena variabel tersebut diduga menjadi faktor yang berpengaruh di Bank Muamalat KCP Sumenep.

Maka dari itu, penulis ingin meneliti lebih lanjut secara detail apakah pelayanan dan *personal selling* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat KCP Sumenep meskipun belum menerapkan *lending*. Sehingga penulis mengangkat judul **“PENGARUH PELAYANAN DAN PERSONAL SELLING TERHADAP**

LOYALITAS NASABAH DI BANK MUAMALAT KCP SUMENEP YANG BELUM MENERAPKAN *LENDING*

B. Rumusan Masalah

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

1. Apakah pelayanan dan *personal selling* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat KCP Sumenep?
2. Apakah pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat KCP Sumenep?
3. Apakah *personal selling* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat KCP Sumenep?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

- a. Untuk dapat mengetahui pengaruh pelayanan dan *personal selling* terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat KCP Sumenep secara simultan
- b. Untuk dapat mengetahui pengaruh pelayanan terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat KCP Sumenep
- c. Untuk dapat mengetahui pengaruh *personal selling* terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat KCP Sumenep

2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas wawasan dan pengetahuan baru terkait faktor-faktor yang kemungkinan dapat mempengaruhi nasabah untuk mempertahankan loyalitasnya dan yang dapat mempengaruhi masyarakat untuk menjadi nasabah di Bank Muamalat KCP Sumenep

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan atau sebagai literasi di kampus yang bisa menambah wawasan dan pengetahuan, khususnya bagi Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura

c. Bagi Perusahaan atau Lembaga

Dengan penelitian ini diharapkan bisa dijadikan bahan untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah sehingga bisa memaksimalkan faktor tersebut untuk kedepannya.

D. Sistematika Pembahasan

Sistematika dalam penelitian ini terbagi menjadi lima bab yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab landasan teori ini akan membahas teori-teori yang terkait dengan penelitian, seperti Bank Mamalat Indonesia, Pelayanan, *Personal Selling*, Loyalitas Nasabah, *Lending*, Kajian Pustaka, serta Kerangka Pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab metode penelitian ini membahas metode yang akan digunakan dalam penelitian, seperti : Jenis Penelitian, Populasi dan Sampel, Data dan Sumber Data, Definisi Operasional Variabel, Metode Pengumpulan Data, dan Teknik Analisis Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas secara umum objek penelitian, jawaban dari rumusan masalah dan pembahasan mengenai hasil temuan dari penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan penelitian yang telah dibahas dan berisi saran-saran yang salah satunya diperuntukkan kepada peneliti selanjutnya.