

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Tumbuh dan berkembangnya ekonomi syariah dan praktik ekonomi syariah secara luas sudah tidak bisa dibendung lagi. Di negara Indonesia dilihat dengan meningkatnya kajian dan publikasi mengenai prinsip-prinsip syariah, praktik perbankan syariah serta pesatnya pertumbuhan bank umum yang menambah haluannya dengan mendirikan bank yang menganut sistem syariah.

Bank muamalat Indonesia merupakan bank yang berbasis syariah yang keberadaannya pertama kali di Indonesia, tepatnya pada tahun 1992. Walaupun perkembangannya tidak begitu signifikan, akan tetapi sektor perbankan syariah di Indonesia terus berkembang secara bertahap menuju ke arah yang lebih baik. Pada tahun 2005 bank yang berbasis syariah yang ada di Indonesia berjumlah menjadi 20 unit, bank umum syariah ada 17 unit dan 17 unit usaha syariah dari yang awalnya pada tahun 1992-1998 hanya ada satu unit bank syariah.<sup>1</sup> Disinilah awal dari berkembangnya bank yang menganut sistem syariah.

Perbankan Syariah berkembang pesat terutama sejak ditetapkannya dasar-dasar hukum operasional tentang perbankan melalui UU No. 7 tahun 1992, yang kemudian dirubah dalam undang-undang No. 10 tahun 1998.

---

<sup>1</sup> Nur Sa'adah, "analisis strategi pemasaran produk talangan haji di bank syariah mandiri (BSM) cabang Ugaran Semarang" (IAIN Walisongo Semarang, 2013), 3.

Undang-undang ini juga yang kemudian memungkinkan bank yang awalnya berhaluan konvensional dapat menambah haluan menjadi perbankan yang haluannya syariah atau yang lebih di kenal dengan istilah *dual banking system*.<sup>2</sup>

Krisis ekonomi dan moneter yang terjadi sejak Juli tahun 1997, yang selanjutnya disusul dengan krisis *multi-dimensi* di panggung politik nasional telah mengakibatkan bermacam-macam dampak yang sangat *negative*. Dampak dari keadaan tersebut sangatlah hebat dan hampir seluruh lapisan sendi kehidupan masyarakat terkena dampaknya. Dalam krisis tersebut sektor perbankan yang dikuasai oleh bank konvensional juga terkena dampaknya, hampir semua bank konvensional pada saat itu ada dalam keadaan terpuruk. Pemerintah pada saat itu mengeluarkan kebijakan *merger* pada bank-bank di Indonesia. Pada tahun 1999 tepatnya pada tanggal 31 Juli beberapa tahun dari krisis tersebut, pemerintah menggabungkan empat bank yaitu, bank dagang negara, bank bumi daya, bank exim dan bapindo menjadi satu bank baru yaitu PT. Bank Mandiri. Sebagai tindak lanjut bank mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk tim pengembangan perbankan syariah guna melebarkan pangsa pasar di sektor syariah. Pada hari senin tanggal 1 November tahun 1993 yang bertepatan dengan tanggal 25 Rajab tahun 1420 PT Bank Syariah Mandiri resmi beroperasi.<sup>3</sup>



---

<sup>2</sup> Khairullah Hafizh Zainal, "faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah non muslim menjadi nasabah pada bank Kalbar syariah cabang Pontianak" (Universitas Tanjungpura, 2012), 2.

<sup>3</sup> <https://www.syahiahmandiri.co.id> [28/01/2019]

Tabel 1 Pertumbuhan Bank Syariah

No	Kelompok Bank	2018		2019	
		KPO	KCP	KPO	KCP
	<b>Bank Umum Syariah</b>	<b>477</b>	<b>1.196</b>	<b>477</b>	<b>1.207</b>
1.	PT. Bank Aceh Syariah	26	88	26	89
2.	PT BPD Nusa Tenggara Barat	12	22	13	22
3.	PT. Bank Muamalat Indonesia	83	152	82	152
4.	PT. Bank Victoria Syariah	9	5	9	5
5.	PT. Bank BRI Syariah	52	206	50	206
6.	PT. Bank Jabar Banten Syariah	9	55	9	55
7.	PT. Bank BNI Syariah	68	185	68	191
<b>8.</b>	<b><u>PT. Bank Syariah Mandiri</u></b>	<b><u>130</u></b>	<b><u>426</u></b>	<b><u>129</u></b>	<b><u>429</u></b>
9.	PT. Bank Mega Syariah	25	33	27	34
10.	PT. Bank Panin Dubai Syariah	15	3	15	3
11.	PT. Bank Syariah Bukopin	12	7	12	7
12.	PT. BCA Syariah	1	12	12	12
13.	PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah	24	2	24	2
14.	PT. Maybank Syariah Indonesia	1	-	1	-

Sumber: Statistik Perbankan Syariah OJK, <http://ojk.go.id>

Bank syariah terbesar pada tahun 2018-2019 dengan jumlah kantor pusat operasional dan kantor cabang pembantu terbanyak adalah bank syariah mandiri. Pada tahun 2018 bank syariah mandiri mempunyai 130 kantor pusat operasional dan 426 kantor cabang pembantu. Sedangkan tahun 2019 bank syariah mandiri mempunyai 129 kantor pusat operasional dan 429 kantor cabang pembantu di Indonesia, itu terbanyak daripada bank syariah lainnya.<sup>4</sup>

Pemasaran merupakan salah satu komponen penting dan sangat berpengaruh bagi setiap penyedia produk maupun jasa. Pemasaran juga menjadi ujung tombak dari kelangsungan hidup sebuah perusahaan.

<sup>4</sup> Syariah Mandiri, laporan Keuangan dewan komisaris. Mulya Effendi Siregar.25. (15 januari 2018)

Perusahaan dapat menggunakan beberapa strategi untuk mendapatkan sikap loyal dan puas dari pelanggan. Demi memenuhi keinginan konsumen memerlukan strategi dan cara pemasaran yang disebut dengan bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan tatacara atau strategi pemasaran yang digunakan perusahaan secara *continously* untuk mencapai tujuan pemasaran. Bauran pemasaran biasanya merupakan gabungan dari tiga sampai tujuh variabel. Lazimnya setiap perusahaan menggunakan variabel sesuai kebutuhan pemasaran, tergantung pada keadaan pasar dan target yang ingin di capai perusahaan.

Standar dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa seperti perbankan menggunakan tujuh variabel pemasaran, namun untuk penulisan skripsi ini hanya menggunakan variabel produk, promosi, proses dan orang. Sebaliknya tiga variabel yaitu harga, lokasi dan bentuk fisik tidak digunakan dalam penulisan skripsi ini. Menurut penulis harga dalam sektor perbankan cenderung hampir sama. Kemudian lokasi, para nasabah tidak mempermasalahakan karena di era sekarang dengan diam dirumah saja bisa melakukan transaksi. Bentuk fisik juga penulis kecuialikan karena hampir semua perbankan memiliki bentuk fisik yang hampir sama, mulai dari bentuk gedumh, atribut, peralatan, perlengkapan dan barang lainnya.

Produk atau jasa bisa meningkatkan loyalitas dan kepuasan nasabah apabila kualitasnya sesuai dengan harapan. Bila tanggapan *costumer* terhadap mutu pelayanan yang di berikan Bank Syariah mandiri KCP Krian baik, maka penilaian konsumen akan positif dan bisa berakibat loyalitas dan kepuasan



*costumer*. Kepuasan konsumen adalah perilaku konsumen sebagai akibat dari layanan yang prima yang disajikan kepada konsumen.

Dengan latarbelakang tersebut, peneliti mengadakan penelitian yang berjudul ***“Pengaruh produk, proses, promosi dan orang terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Krian”***.

## B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh produk terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Krian?
2. Bagaimana pengaruh proses terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Krian?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Krian?
4. Bagaimana pengaruh orang/karyawan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Krian?
5. Bagaimana pengaruh produk, proses, promosi dan orang terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Krian?



## C. Tujuan Penelitian

Hal-hal berikut adalah tujuan dari penelitian ini.

1. Untuk mengetahui pengaruh parsial produk, proses, promosi dan orang terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Krian.
2. Untuk mengetahui pengaruh simultan produk, proses, promosi dan orang terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah KCP Krian.

#### D. Manfaat Penelitian

Secara teoritis dan praktis manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

##### 1. Manfaat Teoritis

Bagi ilmu pengetahuan adalah untuk menambah khazanah keilmuan tentang seputar produk, proses, promosi dan orang terhadap tingkat kepuasan nasabah dan menambah wawasan dalam lembaga keuangan khususnya di Bank Syariah Mandiri KCP Krian.

##### 2. Manfaat Praktis

Sebagai tambahan pengetahuan bagi Bank Syariah umumnya dan khususnya Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Krian dalam pengambilan keputusan dan strategi apa yang tepat untuk digunakan pada masa yang akan datang.

