

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank sebagai suatu lembaga keuangan yang salah satu fungsinya adalah menghimpun dana masyarakat harus memiliki suatu sumber penghimpunan dana sebelum di salurkan ke masyarakat kembali. Dalam bank syariah, sumber dana berasal dari modal inti (*core capital*) dan dana pihak ketiga, yang terdiri dari dana titipan (*wadi'ah*) dan kuasi ekuitas (*mudarabah account*).¹

Bank syari'ah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank islam atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga, adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al Qur'an dan Hadits Nabi SAW. Dengan kata lain, Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta

¹ Amir Machmud dan Rumana, *Bank Syariah, Teori Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*, (Jakarta:Erlangga,2010),h.26.

peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat islam.²

Bank sebagai lembaga keuangan yang bergerak di bidang jasa dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dan kenyamanan bagi nasabah kualitas produk menjadi faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan bisnis ini. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.³ Perusahaan atau bank syariah menjaga kualitas merupakan tugas yang berat, menjadi lebih sulit lagi apabila pelanggan mengubah persepsinya tentang kualitas. Perubahan dalam gaya hidup dan kondisi ekonomi secara drastis dapat mengubah persepsi pelanggan atas kualitas. Pelanggan sekarang lebih menyukai kualitas daripada pelanggan pada masa lalu. Produk atau jasa yang dipersepsikan pelanggan berkualitas lebih tinggi

² Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta:Unit Penerbit dan Percetakan.20),h.1.

³ Fandy Triptono, *Service Manajemen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008),h.82.

mendapatkan kesempatan pasar baik daripada yang dipersepsikan berkualitas rendah.⁴

Produk pada dasarnya adalah segala hal yang dapat dipasarkan yang dapat memuaskan konsumennya ketika dipakai atau digunakan. Suatu produk tidak saja merupakan objek-objek yang dapat dilihat namun merupakan suatu gabungan dari berbagai manfaat yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen yang tidak saja bersifat fungsional namun juga kebutuhan sosial dan psikologis.⁵

Produk-produk yang ditawarkan di industri perbankan salah satunya adalah produk tabungan. Produk tabungan merupakan produk yang menjadi prioritas pihak untuk menarik nasabah. Simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat di tarik dengan cek, bilyet giro.⁶

⁴ Widodo, *manajemen kinerja* (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2007),h.142.

⁵ Morissan, *periklanan Komunikas Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2010),h.75.

⁶ Rizal Yaya, dkk, *Auntansi Perbankan Syariah* (Jakarta:Salemba Empat,2016),h.94.

Tabungan merupakan simpanan uang di bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu. Umumnya bank akan memberikan buku tabungan yang berisi informasi seluruh transaksi yang dilakukan nasabah dan kartu *Automatic Teller Machine* (ATM) lengkap dengan nomor *Personal Identification Number* (PIN). Keuntungan yang diperoleh nasabah dengan menabung di bank syariah, antara lain:

1. Aman, karena uang disimpan secara aman dan tidak mudah dicuri maupun tercecer.
2. Terjamin, karena tabungan dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Realisasi bagi hasil dapat dijadikan indikator sebagai early warning system bagi nasabah karena merefleksikan kinerja bank.
4. Praktis, karena memberikan kemudahan layanan perbankan elektronik 24 jam, antara *Automatic Teller Machine* (ATM), sms banking, mobile banking, internet banking, phone banking, dan call center.
5. Hemat, karena terbiasa menabung dengan menyisihkan uang dan terhindar dari kebiasaan membeli barang yang tidak diperlukan.

6. Produktif, karena dana yang dihimpun bisa menggerakkan perekonomian lewat pengelolaan yang diamanahkan kepada bank.
7. Berkembang, karena untuk tabungan mudharabah akan memperoleh bagi hasil.
8. Bagi hasil yang dilakukan transparan, karena bisa diketahui nasabah.
9. Prinsip dan system yang diterapkan terbebas dari unsur riba , spekulatif, dan hal yang bertentangan dengan hukum syariah.⁷

Produk merupakan salah satu strategi bank untuk memperoleh nasabah. Produk-produk tabungan yang di tawarkan oleh masing-masing bank kian bertambah seiring dengan banyaknya jumlah lembaga perbankan yang ada, sehingga masyarakat harus mengenali kebutuhan dan seluk-beluk produk yang ditawarkan dengan lebih baik. Pemahaman dan pengetahuan nasabah

⁷ Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama,2018),h,97

penyimpan produk sangat penting, karena pengetahuan merupakan dasar keputusan nasabah sebagai konsumen bank.⁸

Pada dasarnya masyarakat akan memilih bank yang memberikan keuntungan dan kemudahan, sehingga bank harus memperhatikan keinginan dan kebutuhan masyarakat dari waktu ke waktu. Produk dan stimulasi bank yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat, dapat mendorong masyarakat untuk membuat keputusan menabung. Dengan demikian, penting bagi bank untuk menjaga dan mengembangkan produk/ jasa, proses, manusia, dan aspek lain yang mempengaruhi masyarakat sebagai pembuat keputusan.

Salah satu tantangan terbesar dalam bisnis di era global adalah menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang puas dan loyal. Amat sulit bagi sebuah perusahaan untuk bertahan dalam jangka panjang tanpa ada pelanggan yang puas. Berbagai riset menyimpulkan bahwa mempertahankan pelanggan jauh lebih mudah dibandingkan merebut pelanggan baru. Hal ini mendorong semakin

⁸ Ayun Sekar Widowati, "Pengaruh pengetahuan produk tabungan, reputasi bank, dan persepsi nasabah mengenai suku bunga simpanan terhadap keputusan menabung nasabah" *jurnal nominal*, vol. 7, No 2(2018),143

banyaknya pemasar yang berusaha meningkatkan pemahaman atas perilaku konsumennya dalam rangka memuaskan mereka. Pada gilirannya, pemahaman tersebut dijadikan dasar dalam merancang strategi dan program pemasaran yang diharapkan dapat lebih efektif untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan spesifik pelanggan yang dituju.⁹

Memahami perilaku konsumen dan mengenal pelanggan adalah merupakan tugas penting bagi para produsen, untuk itu pihak produsen atau perusahaan yang menghasilkan dan menjual produk yang ditunjukkan pada konsumen harus memiliki strategi yang jitu. Untuk itu perusahaan harus memahami konsep perilaku konsumen agar konsumen dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya dengan melakukan transaksi pembelian dan merasakan kepuasan terhadap produk yang ditawarkan sehingga konsumen menjadi pelanggan tunggal (loyal).¹⁰

Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan

⁹ Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Pelanggan puas?Tak Cukup!* (Yogyakarta : C.V Andi Offset, 2015),h.3.

¹⁰ Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana Media Group, 2019),h.25.

di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.¹¹ Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan di mana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Jika produk tersebut jauh di bawah harapan, konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika produk tersebut memenuhi harapan, konsumen akan puas. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan produk tersebut, informasi dari orang lain, dan informasi yang diperoleh dari iklan atau promosi yang lain.¹²

Reputasi dapat menjadi aspek yang harus di perhatikan oleh bank. Salah satu alasan utama konsumen membuat keputusan menabung adalah reputasi bank. Kewajiban dalam mengelola reputasi perusahaan menjadi tanggung jawab bersama seluruh bagian dari perusahaan. Akan tetapi, mengelola reputasi bukan menjadi hal yang mudah, bahkan kehilangan reputasi lebih mudah di bandingkan usaha untuk membangun reputasi tersebut. Reputasi

¹¹ Sudaryono, *perilaku konsumen dalam perspektif pemasaran* (Jakarta : Lentera Ilmu Cendekia, 2014),h.48

¹² Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis* (Yogyakarta : C.V Andi Offset, 2013),h.181.

perusahaan dapat hancur dalam sekejap melalui sebuah pemberitaan buruk yang menyangkut nama perusahaan.¹³

Selain itu reputasi juga sangat penting bagi perusahaan karena reputasi yang terbentuk dimasyarakat akan memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam menjual produk dan jasa mereka. Reputasi merupakan asset perusahaan yang tidak nampak, namun merupakan sebuah asset terpenting bagi perusahaan. Oleh karena itu, pihak manajemen berusaha menjalankan strategi komunikasi yang diterapkan melalui program dan kegiatan yang bertujuan untuk melakukan pendekatan terhadap layak dalam membangun reputasi perusahaan. Sehingga perusahaan tersebut dapat dinilai baik dan menimbulkan keyakinan diri masyarakat terhadap perusahaan tersebut.¹⁴

Untuk membangun reputasi, perlu memperhatikan proses informasi yang membentuk persepsi nasabah tentang produk tersebut serta adanya rangsangan yang diberikan oleh pihak bank

¹³ Ayun Sekar Widowati, "Pengaruh pengetahuan produk tabungan, reputasi bank, dan persepsi nasabah mengenai suku bunga simpanan terhadap keputusan menabung nasabah"(Skripsi, Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2018).

¹⁴ Neneng Fajriyah, "pengaruh promosi, reputasi, dan lokasi strategis terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji bank mandiri kcp tangerang bintaro sector", hlm 21

melalui iklan, promosi atau komunikasi antara nasabah secara langsung (*word of muoth*). Jika rangsangan tersebut dapat menarik perhatian target pelanggan/nasabah, maka mereka akan memproses lebih lanjut dengan melakukan interpretasi atas rangsangan yang diterima. Presepsi nasabah akan positif jika rangsangan tersebut mempunyai arti yang baik, dan sebaliknya. Rangsangan tersebut dapat bertahan lama dalam benak nasabah sangat tergantung pada kesan mereka atau rangsangan itu sendiri dan frekwensi pihak bank dalam memaparkan informasi kepada nasabah. Dalam hal ini peranan marketing bank tidak hanya memperkenalkan produk saja, melainkan membangun reputasi/image positif. Selain itu, pemuasan nasabah hendaknya dapat memotivasi setiap bagian untuk terus meningkatkan kualitas layanan sehingga reputasi bank tetap terjaga.¹⁵

Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul skripsi **“Pengaruh**

¹⁵ Dra Cicik Harini, “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Reputasi, Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Bank Mandiri Cabang Pemuda Semarang)”(Skripsi,Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis-Universitas Pandanaran Semarang).

Kualitas Produk, Kepuasan dan Reputasi Bank Terhadap Tapenas (Tabungan Perencanaan Masa Depan) IB Hasanah”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latarbelakang masalah maka identifikasi masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas dan kepuasan pelanggan sangat berkaitan erat, dimana kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan, menghadapkan bank dalam persaingan memperoleh nasabah demi mempertahankan kelangsungan usahanya.
2. Kurangnya pengetahuan dan pemahaman sebagian masyarakat terhadap produk-produk bank syariah, dapat berakibat pada rendahnya kepercayaan masyarakat untuk menempatkan dananya dibank
3. Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana alternative yang dipilih sekurang- kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen.
4. Reputasi menjadi dasar penilaian dalam menentukan apakah bank syariah layak untuk dijadikan mitra kerjasama oleh nasabah

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah diatas, maka peneliti membatasi masalah hanya pada Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan dan Reputasi Bank Terhadap Tapenas (Tabungan Perencanaan Masa Depan) IB Hasanah. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah yang memiliki simpanan dalam bentuk tabungan Tapenas IB Hasanah di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Cilegon.

D. Perumusan Masalah

Melalui batasan masalah diatas, maka untuk mempermudah penelitian ini, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh kualitas produk BNI Syariah Kantor Cabang Cilegon terhadap Tapenas (Tabungan Perencanaan Masa Depan) IB Hasanah?
2. Adakah pengaruh Kepuasan nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Cilegon terhadap Tapenas (Tabungan Perencanaan Masa Depan) IB Hasanah?

3. Adakah pengaruh Reputasi Bank BNI Syariah Kantor Cabang Cilegon terhadap Tapenas (Tabungan Perencanaan Masa Depan) IB Hasanah?
4. Seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan dan Reputasi Bank BNI Syariah Kantor Cabang Cilegon Terhadap Tapenas (Tabungan Perencanaan Masa Depan) IB Hasanah?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini berdasarkan permasalahan yang dikemukakan, maka penulis bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk BNI Syariah Kantor Cabang Cilegon terhadap Tapenas (Tabungan Perencanaan Masa Depan) IB Hasanah.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kepuasan nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Cilegon terhadap Tapenas (Tabungan Perencanaan Masa Depan) IB Hasanah.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh Reputasi bank BNI Syariah Kantor Cabang Cilegon terhadap Tapenas (Tabungan Perencanaan Masa Depan) IB Hasanah.

4. Untuk mengetahui Seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan dan Reputasi Bank BNI Syariah Kantor Cabang Cilegon Terhadap Tapenas (Tabungan Perencanaan Masa Depan) IB Hasanah.

F. Manfaat Penelitian

1. Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan pengembangan bagi peneliti pada bidang yang sama di masa yang akan datang. khususnya mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan dan Reputasi Bank BNI Syariah Kantor Cabang Cilegon Terhadap Tapenas (Tabungan Perencanaan Masa Depan) IB Hasanah.

2. Lembaga perbankan syariah

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber informasi bagi Perbankan Syariah di Indonesia dan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan khususnya dalam upaya pengembangan strategi yang digunakan untuk menghadapi kompetisi dunia perbankan.

3. Peneliti

Bagi peneliti sendiri, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai perbankan syariah khususnya tentang pengaruh kualitas produk, kepuasan dan reputasi bank terhadap Tapenas (Tabungan Perencanaan Masa Depan) . Serta ajang ilmiah untuk menerapkan berbagai teori dibangku kuliah.

G. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori-teori sebagai hasil dari studi pustaka. Teori yang didapat akan menjadi landasan pendukung mengenai masalah yang diteliti oleh penulis, penulis terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode analisis yang digunakan dalam penelitian dan data-data yang digunakan beserta sumber data.

BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, pengujian hipotesis, dan analisis data.

BAB V : PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian yang diperoleh