

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG PENELITIAN

Perkembangan lembaga ekonomi syariah dewasa ini semakin menunjukkan sinyal positif, yaitu ditandai dengan banyaknya produk dari lembaga keuangan syariah, baik lembaga keuangan bank maupun bukan bank seperti asuransi syariah dan pegadaian syariah. Dalam lembaga keuangan bank ditandai oleh munculnya Bank Muamalat sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia, sedangkan lembaga keuangan bukan bank ditandai dengan berdirinya asuransi syariah pertamakali di Indonesia yaitu Asuransi Takaful.

Bank Muamalat sebagai bank syariah pertama di Indonesia telah membuktikan ketangguhannya dalam menghadapi krisis global yang terjadi pada tahun 1998, bahkan pada krisis yang terjadi pada tahun 2008, Bank Muamalat mampu memperoleh laba sebesar Rp 300 M lebih (sumber www.BI.go.id pada tanggal 25 Februari 2010). Momentum ini merupakan sesuatu yang sangat menguntungkan bagi industri perbankan syariah karena dengan dapat bertahannya perbankan syariah dari krisis global yang terjadi, banyak masyarakat yang mengetahui perbankan syariah, dan beralih dari sistem konvensional ke sistem syariah. Melihat peluang tersebut, perbankan konvensional bereaksi cepat dengan membuka unit syariahnya. Hal ini dapat

dilihat dari semakin bertambahnya jumlah bank syariah di Indonesia (sumber: Outlook perbankan syariah 2012).

Oleh sebab itu, persaingan bank syariah bukan hanya dari bank konvensional saja, namun persaingan antar bank syariah juga tak dapat dihindari. Salah satu bank syariah yang sudah besar dan merupakan perintis sistem yang berbasis syariah di Indonesia yaitu bank Muamalat, juga harus bersaing dengan bank yang lain baik dari sesama bank yang bersistem syariah, maupun konvensional yang sudah lebih dulu berkiprah di kancah perbankan Indonesia. Dengan jumlah kantor cabang yang terus bertambah, jumlah produk yang terus berinovasi, pelayanan yang semakin ditingkatkan, dan promosi yang dilakukan secara gencar dan merata kepada seluruh kalangan baik kalangan ekonomi lemah maupun ekonomi kelas atas. Sehingga hampir seluruh masyarakat telah mengetahui dan mengenal Bank Muamalat.

Semua strategi di atas harus dilakukan oleh bank Muamalat agar dapat mempertahankan nasabah yang lama dan menarik nasabah yang baru sehingga nasabah yang bertransaksi di bank Muamalat merasa terpuaskan. Kepuasan nasabah merupakan sebuah perbandingan dari apa yang diharapkan oleh nasabah dengan apa yang diterima nasabah. Apabila yang didapatkan nasabah melebihi harapannya, maka nasabah tersebut dapat meraih kepuasan, sehingga nasabah tersebut enggan untuk beralih ke bank yang lain. Dan apabila harapan nasabah lebih tinggi dari yang didapatkannya maka nasabah tersebut belum terpuaskan, sehingga tidak menutup kemungkinan nasabah tersebut beralih ke

bank yang lain karena kebutuhan dan keinginan yang di harapkannya belum tercukupi di bank tersebut (Umar, 2010: 45).

Selain pelayanan, terdapat beberapa strategi yang diterapkan oleh perbankan, yang pertama yaitu strategi promosi. Promosi merupakan strategi yang menekankan kepada keahlian seorang *marketing* dan *costumer service* untuk menyampaikan dan menerangkan betapa menariknya produk-produk yang tersedia di bank tersebut. Agar nasabah merasa diuntungkan sehingga mereka senang dan dapat loyal untuk menabung di bank tersebut. Yang kedua adalah strategi pemberian hadiah, strategi ini merupakan salah satu strategi yang jitu yang dilakukan banyak bank untuk menarik dana dari pihak ketiga. Dari memberikan hadiah rumah, mobil, motor, emas, umrah ke tanah suci, dan berbagai hadiah lainnya sehingga nasabah merasa diuntungkan apabila dia meningkatkan tabungannya di bank tersebut. Strategi ketiga yaitu tambahan atribut syariah pada bank tersebut merupakan satu strategi yang jitu yang dimiliki oleh sebuah bank syariah. Mengingat di Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam, strategi ini dapat mengena dalam hati masyarakat Indonesia tanpa mengeluarkan banyak biaya seperti strategi pemberian hadiah. Selain menegakkan ekonomi syariah, bank Muamalat diuntungkan dengan banyaknya nasabah yang loyal terhadap Islam di Indonesia, sehingga mereka setia untuk bertransaksi di bank syariah karena bank syariah bebas riba, bebas judi, serta bebas spekulasi dan ketidakjelasan yang dilarang dalam agama Islam.

B. RUMUSAN MASALAH

Dari latar belakang penelitian di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah variabel promosi berpengaruh terhadap loyalitas di Bank Muamalat Indonesia Cabang Yogyakarta?
2. Apakah variabel hadiah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Cabang Yogyakarta?
3. Apakah variabel atribut syariah pada bank Muamalat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Cabang Yogyakarta?
4. Apakah ketiga variabel independen yaitu promosi, hadiah dan atribut syariah, pada Bank Muamalat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Cabang Yogyakarta?

C. TUJUAN PENELITIAN

Setelah menetapkan rumusan masalah yang tercantum di atas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk menganalisis apakah variabel promosi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Cabang Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis apakah variabel hadiah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Cabang Yogyakarta.

3. Untuk menganalisis apakah variabel atribut syariah pada Bank Muamalat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Cabang Yogyakarta.
4. Untuk menganalisis apakah ketiga variabel independen yaitu promosi, hadiah dan atribut syariah, pada Bank Muamalat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Cabang Yogyakarta?

D. MANFAAT PENELITIAN

Dilihat dari rumusan masalah dan tujuan penelitian maka penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Untuk Manajemen Bank.

Hasil penelitian yang dilakukan, diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak manajemen Bank Muamalat mengenai strategi kualitas promosi, hadiah, dan atribut syariah terhadap loyalitas nasabah. Sehingga menjadi dasar untuk penyempurnaan dan perbaikan kekurangan yang masih ada serta mempertahankan yang sudah baik.

2. Untuk Pembaca.

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan acuan dan referensi bagi penelitian selanjutnya. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan keilmuan bagi peneliti dan pembaca tentang perbankan, sebagai kontribusi pemikiran terhadap manajemen pemasaran bank.

3. Untuk Penulis.

Dengan adanya penelitian ini, peneliti dapat terjun langsung untuk melihat dunia kerja perbankan yang sebenarnya, sehingga tercipta pengalaman baru dan dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat mempraktekkan ilmu yang telah didapat di bangku kuliah.