

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain (P. Kotler, 2000: 11). Hal tersebut menjadikan pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat juga memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus, atau agar konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan.

Jangkauan pemasaran menembus semua lapisan usaha, baik usaha bisnis barang maupun jasa, yang senantiasa sangat mengandalkan konsumen sebagai pembeli produk maupun pemakai jasa layanannya, tak terkecuali lembaga keuangan yang dalam hal ini tentu saja sangat mengutamakan aspek ketertarikan nasabah dalam menggunakan jasa layanannya.

Dewasa ini, kehadiran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) membawa kelebihan dalam hal pelayanan kepada para nasabahnya. Kelebihan tersebut terletak pada fleksibilitas BPRS dalam menggarap

perbankan yang saling adu teknologi canggih di mana peran manusia lebih banyak digantikan oleh mesin, BPRS justru memiliki potensi untuk lebih berkembang tanpa mengandalkan canggihnya suatu teknologi. Para pelaku BPRS diharapkan mampu mengoptimalkan kelebihan pada diri mereka yang lebih banyak berada pada hal-hal yang berhubungan dengan sisi kemanusiaan yang merupakan corak *ukhuwah* dalam bisnis syariah, misalnya sistem pelayanan BPRS yang secara langsung datang menemui para nasabahnya tanpa disadari telah menegaskan arti penting menghormati nasabah atau konsumen, sehingga transaksi yang terjadi bukan sekedar transaksi keuangan tetapi lebih dari itu yaitu interaksi antara dua insan yang saling membantu dan membutuhkan.

Kelebihan yang dimiliki BPRS seyogyanya dapat diimbangi oleh para pelaku BPRS dengan sikap profesional dan kehati-hatian dalam mengelola BPRS itu sendiri. Demi mengembangkan usahanya sebagai lembaga keuangan, BPRS mempunyai produk-produk keuangan dan layanan yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Oleh sebab itu, BPRS harus mempunyai strategi yang tepat dalam menjalankan usahanya agar tetap eksis dan mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.

Aspek pemasaran merupakan aspek yang kompleks, sehingga pihak manajemen perusahaan hendaknya perlu memahami dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai agar tujuan dari pemasaran tersebut yaitu menarik konsumen agar berminat serta memutuskan untuk membeli produk atau menggunakan jasa perusahaan dapat tercapai. Hal mendasar yang harus

diterapkan BPRS dalam meningkatkan jumlah nasabahnya adalah dengan menggunakan strategi pemasaran yang meliputi elemen-elemen produk, harga, promosi, lokasi, karyawan, proses, serta pelayanan yang kesemuanya itu tergabung menjadi satu dalam sistem *marketing mix* (bauran pemasaran) di mana setiap elemen-elemen tersebut saling terkait. Sebagai suatu bauran pemasaran, elemen-elemen tersebut saling mempengaruhi satu sama lain sehingga bila salah satu tidak tepat pengorganisasiannya maka akan mempengaruhi strategi pemasaran secara keseluruhan (R. Lupiyoadi, 2001: 58).

BPRS Madina Mandiri Sejahtera merupakan BPRS yang berdiri pada akhir tahun 2007 sehingga tergolong baru dalam dunia perbankan di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Hal tersebut mengakibatkan usaha untuk meningkatkan jumlah nasabah selalu menjadi prioritas utama, terlebih pada lembaga keuangan yang baru berdiri, karena peningkatan jumlah nasabah akan berpengaruh secara signifikan terhadap jumlah dana dan alokasi dana pihak ketiga serta tingkat profitabilitas BPRS yang bersangkutan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka judul penelitian ini adalah : **Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Nasabah untuk Menggunakan Jasa di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta.**

## B. Rumusan Masalah

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

1. Apakah variabel produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa di BPRS Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta?
2. Apakah variabel harga berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa di BPRS Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta?
3. Apakah variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa di BPRS Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta?
4. Apakah variabel lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa di BPRS Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta?
5. Apakah variabel karyawan berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa di BPRS Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta?
6. Apakah variabel proses berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa di BPRS Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta?
7. Apakah variabel pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa di BPRS Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta?
8. Apakah variabel produk, harga, promosi, lokasi, karyawan, proses serta pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa di BPRS Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta?

9. Variabel bauran pemasaran apa yang paling berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa di BPRS Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta?

### C. Tujuan Penelitian

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

1. Menganalisis apakah variabel produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa di BPRS Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta.
2. Menganalisis apakah variabel harga berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa di BPRS Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta.
3. Menganalisis apakah variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa di BPRS Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta.
4. Menganalisis apakah variabel lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa di BPRS Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta.
5. Menganalisis apakah variabel karyawan berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa di BPRS Madina Mandiri

6. Menganalisis apakah variabel proses berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa di BPRS Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta.
7. Menganalisis apakah variabel pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa di BPRS Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta.
8. Menganalisis apakah variabel produk, harga, promosi, lokasi, karyawan, proses serta pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa di BPRS Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta.
9. Mengidentifikasi variabel bauran pemasaran yang paling berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa di BPRS Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

##### **1. Secara teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini bermanfaat sebagai pengembangan wacana di bidang Lembaga Keuangan Syariah (LKS), khususnya dalam hal strategi pemasaran dengan menggunakan metode bauran pemasaran untuk mengetahui pengaruhnya terhadap keputusan nasabah untuk

..... di Lembaga Keuangan Syariah (LKS) tersebut

## 2. Secara praktis

### a. Bagi praktisi Lembaga Keuangan Syariah (LKS)

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi dan bahan pertimbangan bagi pihak pengelola atau manajemen dalam mengembangkan dan memajukan sistem pengelolaannya terutama dalam hal konsep pemasaran dan perluasan pangsa pasar sehingga dapat lebih kompetitif dengan lembaga keuangan lainnya.

### b. Bagi akademisi

Penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan acuan bagi peneliti selanjutnya. Di samping itu penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah keilmuan ekonomi Islam dalam sektor perbankan sebagai kontribusi pemikiran terhadap manajemen pemasaran perbankan.

### c. Bagi penulis

Dengan adanya penelitian ini, secara praktis peneliti dapat mengadakan penelitian dengan praktek langsung ke lapangan/ dunia kerja, sehingga tercipta pengalaman baru yang bermanfaat dan sedikit banyak dapat menerapkan ilmu atau teori yang diperoleh di

kehidupan sehari-hari sehingga dapat menambah wawasan ilmu serta