

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Lembaga keuangan mempunyai peranan yang sangat strategis dalam menggerakkan roda perekonomian, disebabkan pertumbuhan perekonomian suatu bangsa memerlukan pola pengaturan pengelolaan sumber-sumber ekonomi yang tersedia secara terarah dan terpadu serta dapat di manfaatkan untuk kesejahteraan masyarakat. Lembaga-lembaga keuangan saling bahu membahu dalam menggali potensi ekonomi agar berhasil secara optimal, tetapi badan perekonomian di Indonesia banyak yang tidak menggunakan cara-cara syariah dalam kegiatan operasionalnya, oleh sebab ini umat Islam berusaha mengembangkan lembaga keuangan yang berbasis syariah. Sistem keuangan yang bebas dari prinsip bunga diharapkan mampu menjadi alternatif terbaik dalam mencapai kesejahteraan masyarakat, penghapusan prinsip bunga ini memiliki dampak makro yang cukup signifikan. Karena bukan hanya prinsip investasi langsung yang bebas dari bunga, namun prinsip investasi tak langsung juga harus terbebas dari bunga. Perbankan, sebagai lembaga keuangan utama dalam sistem keuangan besar ini tidak hanya berperan sebagai lembaga perantara keuangan (finansial intermediary), namun juga sebagai industri jasa keuangan (finansial industry) dan instrumen kebijakan moneter yang utama (Heri Sudarsono:2003).

Perbankan syariah di Indonesia semakin berkembang, jadi tidak memungkinkan kalau lembaga keuangan syariah juga ikut berkembang seperti asuransi syariah, pegadaian syariah, lembaga pembiayaan syariah, koperasi syariah dan juga lembaga keuangan mikro syariah yang biasa disebut dengan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT). Dari prakarsa masyarakat tanpa legislasi syariah yang telah berkembang lembaga pembiayaan syariah, yang bernama Baitul Mal Wat Tamwil (BMT). BMT ini, sebagai lembaga keuangan mikro berkembang secara eksponensial. Model BMT ini juga tidak dijumpai negara lain. Jumlahnya diseluruh Indonesia hampir 4000, dengan nilai asset sekitar Rp.1,4 triliun. BMT merupakan balai usaha terpadu yang dioperasikan berdasarkan prinsip bagi hasil, menumbuh kembangkan bisnis usaha mikro dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kaum fakir miskin.

BMT disebut sebagai lembaga keuangan syariah non perbankan yang sifatnya informal, dikarenakan lembaga ini di bentuk atau didirikan oleh kelompok

swadaya masyarakat, dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dengan cara mendorong kegiatan menabung dan kegiatan pembiayaan guna menunjang ekonominya.

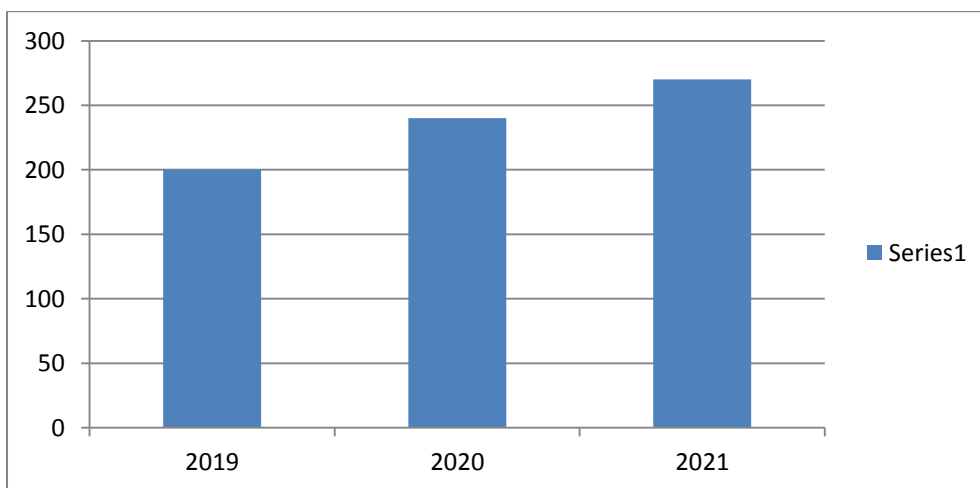
Selain itu, baitul mal wat tamwil (BMT) juga bisa menerima titipan zakat, infak, dan sedekah serta menyalurkan sesuai peraturan dan amanatnya. Sebagai lembaga keuangan BMT memiliki tugas menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat. Peran BMT dalam menumbuhkan kembangkan usaha mikro dan usaha kecil di lingkungannya merupakan sumbangan yang sangat berarti bagi pembangunan nasional. Bank yang diharapkan mampu menjadi perantara keuangan ternyata hanya mampu bermain pada level menengah atas. Sementara lembaga keuangan non-formal yang notabene mampu menjangkau pengusaha mikro, tidak mampu meningkatkan kapitalisasi usaha kecil. Motif laba bukanlah satu satunya yang diharapkan dalam BMT. Sebagai lembaga keuangan syari'ah bukan bank, Dalam mekanisme kontrolnya BMT tidak dari aspek ekonomi saja atau kontrol dari luar tetapi agama atau akidah menjadi faktor pengontrol dari dalam yang lebih dominan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi bagi kepuasan nasabah. Mark R. Colgate dan Patter J. Danaher pernah melakukan riset dan yang mereka lakukan berhasil memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan karyawan terhadap pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana pelanggan yang buruk akan berakibat lebih besar terhadap kepuasan pelanggan daripada pelayanan yang dikategorikan baik Menurut Tjiptono, Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan nasabah Dalam penelitian Nufaisah (2018) yang berjudul Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Untuk Berbelanja di Pasar Tradisional Kelurahan Lappa Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai. Dengan hasil Secara menyeluruh variabel (X1, X2, X3) yaitu kualitas produk, harga, dan lokasi mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen minat beli (Y), sedangkan hasil regresi linear berganda dari ketiga variabel tersebut ada yang yang signifikan.

Kepuasan pelanggan tergantung pada anggapan kinerja produk dalam menyerahkan nilai relative terhadap harapan pembeli. Bila kinerja atau prestasi sesuai atau bahkan melebihi harapan, pembelinya merasa puas (Shinta,

2011:10). Kepuasan pelanggan adalah salah satu kunci penting bagi sebuah perusahaan. Nasabah yang merasa puas besar kemungkinan akan melakukan pembelian ulang atau bahkan akan merekomendasikan mengenai produk atau jasa kepada orang lain. Kepuasan nasabah bisa diciptakan salah satunya dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. Pelayanan yang berkualitas adalah tujuan perusahaan agar nasabah merasa puas, sehingga bisa meningkatkan loyalitas nasabah. Nasabah yang loyal akan melakukan pembelian produk atau jasa yang Dalam Penelitian Firda Asmaul Fadhillah 2021 yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Pada Bmt Surya Mandiri Jetis Ponorogo. Dengan hasil penelitian ini yaitu variabel kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, produk kepuasan nasabah, promosi kepuasan nasabah, dan variabel kualitas pelayanan, produk dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Tidak ada gunanya produk yang berkualitas kalau tidak diimbangi dengan layanan dan promosi yang luar biasa. Nasabah akan merasa kecewa karena tidak memperoleh layanan dengan baik. Begitu pula sebaliknya, jika layanan dan promosinya itu tidak baik maka tidak ada artinya jika tidak di dukung dengan kualitas produk yang yang berkualitas sesuai dengan harapan nasabah atau kepuasan nasabah.



**Gambar 1. Grafik Perkembangan Nasabah Tahun 2022**

Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa jumlah perkembangan nasabah yang berada di BMT Ar-Rahman ini selalu mengalami peningkatan ini dikarenakan promosi yang dilakukan oleh karyawan dalam mempromosikan produk produk yang berada di BMT ini sangat tepat sehingga masyarakat

berminat untuk bergabung ke BMT .Promosi penjualan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sehingga semakin banyak promosi di harapkan memberikan dampak positif pada kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan produk dan promosi merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam perusahaan.

Pelayanan produk dan promosinya yang ditawarkan pada dasarnya digunakan unuk memuaskan kebutuhan nasabah dalam melakukan aktivitas keuangannya. Apabila kualitas pelayanan, produk dan promosi yang di harapkan konsumen tidak sesuai dengan kenyataan maka nasabah akan merasa tidak puas, Dalam penelitian yang dilakukan oleh Laidi Subardi 2018 dengan judul Pengaruh Promosi Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Digital Di Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih dengan hasil Penelitian ini menyimpulkan bahwa ada hubungan secara signifikan antara Variabel Bebas yaitu Promosi dan Kepercayaan Nasabah terhadap Variabel Terikat yaitu Keputusan Penggunaan Layanan Digital (Y) oleh Nasabah Bank SUMSEBABEL Cabang Prabumulih.

**Tabel 1 Klasifikasi Produk BMT AR- Rahmah 2022**

No	Pembiayaan	Tabungan	Jasa
1	Mudarabah	Tabungan syariah	Kiriman uang
2	Masyarakah	Tabungan haji	PPBO (payment point bank Officer)
3	Ijarah	Tabungan walimah	
4	Tabungan Haji	Tabungan Aqiqoh	
5	Rahn (tabungan Emas)	Tabungan Ziarah	

Sumber: BMT AR- Rahmah Tahun 2022

Dari Tabel 1 dapat di ketahui macam-macam Produk BMT Ar-Rahmah yaitu di pembiayaan terdapat Mudarabah, Masyarakah, Ijarah, Tabungan Haji, Rahn (tabungan Emas). Tabungan terdapat macam produk Tabungan syariah, Tabungan haji, Tabungan walimah, Tabungan Aqiqoh, Tabungan Ziarah. Produk jasa terdapat Kiriman uang, PPBO (payment point bank Officer)

Strategi yang dilakukan oleh KSPPS BMT Ar- Rahmah juga memiliki jaringan kerjasama yang telah tersebar luas dari perusahaan negeri maupun swasta dalam rangka pembinaan usaha kecil dan menengah. Hal ini menggambarkan bahwa pelayanan dan Promosi merupakan faktor yang sangat penting dan harus diperhatikan oleh BMT manapun guna meningkatkan jumlah anggota atau nasabah. Sebab berhasil atau tidaknya sebuah BMT meningkatkan jumlah anggota atau nasabahnya dilihat dari baik buruknya dan lancar tidaknya pelayanan dan promosi yang dilakukan oleh suatu BMT.

Menurut wawancara pegawai disana cara pemasarannya kurang baik, karena kurang menguasai produk simpanan di BMT tersebut dan itu membuat calon anggota kurang paham dan ragu untuk menjadi anggota. Maka karena itu, kualitas pelayanan dan produk juga harus diperhatikan, sebab berhasilnya sebuah produk tergantung kualitas pelayanannya. Untuk mendukung proses tersebut agar tercapai, manajer berperan penting dalam bertanggung jawab atas pengembangan dan pengelolaan produk. Atas dasar ini maka dapat dikatakan bahwa tujuan dan sasaran suatu produk yaitu untuk kepuasan kepada anggota atau nasabah.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang dikemukakan sebelumnya maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BMT Ar- Rahmah Jaya Mulia Kantor Cabang Mandala Kec Bandar Mataram”**.

## **B. Identifikasi dan Perumusan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

- a. Masih kurangnya upaya peningkatan Promosi yang dilakukan oleh karyawan.
- b. Promosi yang kurang tepat sasaran
- c. Kualitas Pelayanan yang kurang maksimal
- d. Kualitas Produk pada BMT tidak sesuai dengan yang dijanjikan.
- e. Persaingan BMT yang cukup banyak.
- f. Kepuasan nasabah yang kurang maksimal

### **2. Perumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah variabel promosi berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah?
- b. Apakah variabel kualitas produk berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah?
- c. Apakah variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah?
- d. Apakah variabel promosi, Kualitas produk, harga, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Apakah variabel variabel promosi berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah.
2. Untuk mengetahui Apakah variabel kualitas produk berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah.
3. Untuk mengetahui Apakah variabel kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah.
4. Untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk, dan promosi secara simultan terhadap Kepuasan nasabah.

### **D. Kegunaan Penelitian**

#### 1. Bagi Peneliti

Selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Muhammadiyah Metro, juga dapat menambah wawasan pengetahuan dalam memahami ilmu manajemen pemasaran

#### 2. Bagi Akademis

Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan informasi untuk menambah ilmu-ilmu tentang kualitas pelayanan dan hubungan terhadap kepuasan nasabah.

#### 3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini berguna bagi si pihak pewaralaba untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dan menjadi bahan pertimbangan dalam hal perumusan kebijakan pelayanan.

## **E. Ruang Lingkup Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi dalam penelitian ini berada di BMT Ar- Rahmah Jaya Mulia Kantor Cabang yang beralamatkan di Mandala, hal ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

## **F. Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran mengenai penelitian ini, maka disusunlah sistematika penulisan yang berisi tentang pembahasan di tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang penelitian, identifikasi dan perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan

### **BAB II KAJIAN LITERATUR**

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang digunakan dalam melaksanakan penelitian. Bab ini juga membahas tentang hasil penelitian relevan, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini memuat mengenai jenis penelitian, objek dan lokasi penelitian, metode penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

### **BAB IV : HASIL DAN ANALISIS**

Dalam bab ini akan diuraikan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan dari analisis data.

### **BAB V : PENUTUP**

Sebagai bab terakhir, bab ini akan menyajikan secara singkat simpulan yang diperoleh dari pembahasan dan juga memuat saran saran bagi pihak yang berkepentingan untuk mengembangkan penelitian lebih lanjut.

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

