

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Keputusan nasabah merupakan suatu kesadaran atas terpenuhinya kebutuhan dan keinginan yang menjadi pilihan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk yang diinginkan. Supaya pihak manajemen dapat memahami dan mengerti akan keinginan dan kebutuhan nasabah agar dapat mengetahui kebutuhan nasabah sekarang dan di masa yang akan datang. Maka dari itu bank harus memiliki keunggulan pada bisnis ini terutama yang berasal dari kemampuan bank untuk dapat memenuhi kebutuhan para nasabahnya.¹

PT. Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999. PT. Bank Syariah Mandiri hadir dan tampil dengan harmonisasi idealisme usaha dengan nilai-nilai spiritual. Bank Syariah Mandiri tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan keduanya, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmonisasi idealisme usaha dan nilai-nilai spiritual inilah yang menjadi salah

¹Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. (Bandung: PT. RemajaRosdakarya, 2002). Hlm 15

satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. Per Desember 2017 Bank Syariah Mandiri memiliki 737 kantor layanan di seluruh Indonesia, dengan akses lebih dari 196.000 jaringan ATM.²

Tabel 1.1

Jumlah Bank Syariah Mandiri di Kota Palembang

No	Kantor Bank Syariah Mandiri	Jumlah
1	Kantor Cabang Palembang Kantor Cabang 16 Ilir Palembang Kantor Cabang Simpang Patal	3
2	Kantor Cabang Pembantu Jakabaring Kantor Cabang Pembantu KM.5 Kantor Cabang Pembantu Radial Kantor Cabang Pembantu Veteran	4
3	Kantor Cabang PP UIN Raden Fatah Palembang	1

Sumber: <https://www.mandirisyariah.co.id/layanan-nasabah/jaringan>

Tabel 1.1 menunjukkan jumlah Bank Syariah Mandiri di kota Palembang. Palembang merupakan salah satu kota besar yang menjadi bagian dari jaringan PT. Bank Syariah Mandiri. Bank Syariah Mandiri di kota Palembang memiliki 8 kantor yaitu 3 kantor cabang, 4 kantor cabang pembantu, dan 1 kantor cabang *payment point*.

²<https://www.mandirisyariah.co.id/tentang-kami/profil-perusahaan> (diakses pada tanggal 15 januari 2020, pukul 13.45 WIB)

Tabel 1.2**Jumlah Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang**

Tahun	Jumlah Nasabah
2015	25.552
2016	27.342
2017	30.032
2018	29.554
2019	28.906

Sumber : Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang,
2020

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa jumlah nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir mengalami fluktuatif. Terjadi kenaikan jumlah nasabah sebesar 1790 orang dari tahun 2015 hingga tahun 2016, selanjutnya pada tahun 2017 terjadi kenaikan lagi yaitu jumlah nasabah pada tahun tersebut sebesar 2690 orang. Kemudian pada tahun 2018 ternyata jumlah nasabah mengalami penurunan sebesar 478 orang sedangkan pada tahun 2019 jumlah nasabah juga mengalami penurunan sebesar 684 orang. Peningkatan dan penurunan jumlah nasabah ini dapat menunjukkan seberapa tinggi tingkat keputusan yang di buat oleh nasabah untuk menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang.

Persaingan dalam menghimpun nasabah yang dilakukan oleh beberapa bank, salah satunya perbankan syariah ada beberapa faktor yang mempengaruhi nasabah dalam proses mempertimbangkan, memilih hingga menggunakan produk dan jasa perbankan syariah. Secara garis besar faktor-faktor tersebut yaitu: faktor bauran pemasaran yaitu promosi dan faktor pribadi yaitu gaya hidup.³

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya, tanpa promosi jangan diharapkan masyarakat dapat mengenal bank. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru.⁴

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan pegawai bank syariah mandiri kantor cabang 16 ilir Palembang promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang dalam bentuk:

1. Periklanan dilakukan melalui brosur yang akan diberikan kepada nasabah atau calon nasabahnya, dan sejumlah banner yang di

³Roni Andespa, "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di bank syariah", *Jurnal*, Vol. 2 No. 1 Januari-Juni 2017

⁴ Kasmir, *Manajemen Perbankan Edisi Revisi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2012) hlm 175

pasang di area bank syariah mandiri kantor cabang 16 ilir Palembang

2. Promosi penjualan yang dilakukan dengan cara memberikan potongan harga seperti apabila melakukan pembayaran dengan debit mandiri syariah akan mendapatkan diskon dan cashback seperti melakukan pembayaran di restoran HokBen dengan debit mandiri syariah akan mendapatkan potongan harga sebesar 50%, pemberian-pemberian hadiah seperti pena, dan pemberian bonus saldo rekening Rp.20.000,- apabila mengajak keluarga, teman, kerabat, untuk membuka rekening di aplikasi mandiri syariah mobile.
3. Publisitas dilakukan dengan menjadi sponsorship pada kegiatan amal dan kegiatan sosial. Seperti setiap bulan ramadhan bank syariah mandiri kantor cabang 16 ilir Palembang mengadakan buka bersama dengan anak anak panti asuhan.
4. Penjualan pribadi dilakukan oleh karyawan-karyawan bank syariah mandiri kantor cabang 16 Ilir Palembang untuk membantu menawarkan produk-produk dan jasa yang ada pada bank syariah mandiri kantor cabang 16 ilir Palembang untuk memperoleh nasabah.

Dengan adanya promosi yang dilakukan yang awalnya nasabah tidak tertarik menjadi tertarik setelah mengetahui Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 ilir Palembang melalui sarana promosi yang telah dilakukan misalnya yang awalnya nasabah hanya menjadi nasabah tabungan saja setelah dilakukannya promosi menjadi nasabah cicil emas dan gadai emas juga.

Promosi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang bisa dikatakan sangat beragam seperti periklanan, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan pribadi. Hal ini menjadi bukti serius bahwa Bank syariah mandiri kantor cabang 16 ilir palembang menggunakan media promosi untuk menarik masyarakat sehingga memutuskan untuk menjadi nasabah. Kegiatan promosi ini menjadi strategi utama untuk menarik masyarakat sebanyak-banyaknya untuk menggunakan produk dan jasa Bank syariah mandiri kantor cabang 16 ilir Palembang

Proses pengenalan produk bank syariah tidak cukup hanya dengan mengandalkan promosi, Kotler (2000: 223) menyebutkan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor kepribadian, salah satunya adalah gaya hidup. Ukuran gaya hidup seseorang akan mencerminkan pengaruh kekuatan sosial terhadap kekuatan konsumsi

suatu barang atau jasa, dalam hal ini merupakan konsumsi nasabah dalam menggunakan produk bank syariah.⁵

Gaya hidup dapat dibagi berdasarkan bagaimana cara menghabiskan waktu dan beraktivitas. Gaya hidup juga menggambarkan kegiatan, ketertarikan, dan opini individu yang akan berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya.⁶ Jadi dengan adanya gaya hidup yang dimiliki nasabah maka nasabah akan memilih bank mana dan produk bank apa yang akan digunakannya seperti nasabah yang memiliki gaya hidup yang hanya ingin menyimpan dana atau meminjam dana harus pada bank yang sesuai dengan prinsip syariah.

Dengan adanya gaya hidup maka nasabah akan memilih bank yang sesuai dengan gaya hidupnya. Gaya hidup seiring dengan perkembangan teknologi dan zaman atau gaya hidup nasabah *modern* yang serba *online* maka nasabah dengan gaya hidup ini tertarik dengan bank syariah mandiri yang dapat melakukan berbagai transaksi seperti membeli pulsa, membayar tagihan dan membuka rekening secara *online* melalui aplikasi MSM (*Mandiri Syariah Mobile*).

⁵Misna Febrina Wahidah, "Analisis pengaruh promosi, motivasi dan gaya hidup terhadap keputusan nasabah menggunakan produk bank syariah dengan minat sebagai variable intervening studi kasus pada nasabah bank BRI syariah Cabang M.T Haryono Semarang" (*Skripsi*, IAIN Salatiga, 2018)

⁶Bernard T. Widjaja. *Lifestyle Marketing*. (Jakarta. Gramedia Pustaka Utama, 2009), Hlm 40-41

Perlu adanya peningkatan kualitas pelayanan untuk memaksimalkan daya saing diantara lembaga keuangan yang ada. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif bagi setiap anggota maupun calon anggota sehingga dapat menarik minat anggota untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan.⁷

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank syariah mandiri kantor cabang 16 ilir Palembang yaitu dengan menyediakan ruang tunggu yang nyaman dan bersih, memberikan informasi yang tepat dan memberikan solusi atas keluhan nasabah, melayani nasabahnya dengan tepat waktu, memberikan sistem keamanan bank yang sangat baik dan sangat menjaga privasi nasabah dan pegawai bank syariah mandiri kantor cabang 16 ilir Palembang selalu mengucapkan salam dan terimakasih di akhir pelayanan. Kemudian bank syariah mandiri kantor cabang 16 ilir Palembang memberikan pelayanan khusus untuk nasabah *priority* yang berada di sekitar pasar 16 ilir yaitu melakukan *pick up* dana dengan *teller* yang datang langsung ke lokasi untuk penjemputan dana setiap harinya.

⁷Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2007), hlm 213

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank syariah mandiri kantor cabang 16 ilir Palembang dengan baik dan prima maka akan membuat nasabah merasa nyaman dan tertarik untuk menjadi nasabah pada bank syariah mandiri kantor cabang 16 ilir Palembang.

Penelitian mengenai promosi, gaya hidup dan kualitas pelayanantelah memiliki banyak ragam dan jenis dengan berbagai objek penelitian yang juga beragam, berdasarkan hasil penelitian terdahulu, hasil penelitian empiris yang ada tidak selalu memiliki kesamaan dan mengindikasi adanya *research gap* dari variabel yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah.

Tabel 1.3

***Research Gap* Promosi terhadap keputusan nasabah**

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Nasabah	pengaruh positif promosi terhadap keputusan nasabah.	1. Kurniati (2017) 2. Permata Shanti Nurma Ashari (2018)
	pengaruh negatif promosi terhadap keputusan nasabah.	1. Dianah (2013)

Sumber: Kurniati (2017), Permata Shanti Nurma Ashari (2018), Dianah (2013) Pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah yang diteliti oleh Kurniati dan Permata Shanti Nurma Ashari menunjukkan

bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dianah yang menunjukkan bahwa promosi berpengaruh negatif terhadap keputusan nasabah.

Tabel 1.4

***Research Gap* Gaya Hidup terhadap Keputusan Nasabah.**

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Gaya hidup Terhadap Keputusan Nasabah	Pengaruh positif antara gaya hidup terhadap keputusan Nasabah	1. Misna Febriana Wahidah (2018) 2. Umi Amritaningsih (2016)
	Pengaruh negatif antara gaya hidup terhadap keputusan	1. Venny Rizky Amalia Aziz (2015)

Sumber: Misna Febriana Wahidah(2018) Umi Amritaningsih(2016) Venny Rizky Amalia Aziz(2015)

Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan nasabah yang diteliti oleh Misna Febriana Wahidah dan Umi Amritaningsih menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Venny Rizki Amalia Aziz yang menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh negatif terhadap keputusan.

Tabel 1.5***Research Gap* Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah**

	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah	Pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah.	1. Adam Maulana (2017) 2. Bagja Sumantri (2014)
	Pengaruh negatif antara kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah	1. Reski Kurniawan (2018)

Sumber: Adam Maulana(2017) Bagja Sumantri (2018) Reski Kurniawan (2018)

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah yang diteliti oleh Adam Maulana dan Bagja Sumantri menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Reski Kurniawan yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

Dari fenomena data tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak setiap kejadian empiris sesuai dengan teori yang ada. Hal ini diperkuat dengan adanya *Research Gap* dari penelitian-penelitian terdahulu. Penelitian-penelitian diatas menunjukkan adanya pengaruh

yang berbeda-beda dari variabel promosi, gaya hidup, dan kualitas pelayanan yang di pandang berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik mengambil judul penelitian yang berjudul **Pengaruh Promosi, Gaya Hidup, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang?
2. Apakah Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang?
3. Apakah Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang?
4. Apakah Pengaruh Secara Simultan Promosi, Gaya Hidup, dan

Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah pengaruh promosi terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang
2. Untuk mengetahui apakah pengaruh gaya hidup terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang
3. Untuk mengetahui apakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang
4. Untuk mengetahui apakah pengaruh secara simultan Promosi, Gaya Hidup, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kegunaan atau manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembang ilmu pengetahuan tentang kajian perbankan syariah sebagai salah satu bagian dari ekonomiislam.

2. Manfaat praktis

a. Bagi penulis

Untuk membandingkan konsep-konsep yang telah dipelajari sebelumnya dengan prakteknya di dunia nyata yang tidak ada kaitannya dengan bagaimana pengaruh promosi, gaya hidup dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang, disamping itu juga untuk mendapatkan gelar S1.

b. Bagi dunia perbankan

Untuk memberi masukan yang berguna agar lebih meningkatkan kinerja bank mandiri syariah yang ada di Indonesia dengan mengembangkan industri perbankan syariah di Indonesia.

c. Bagi akademis

Menambah khazanah pengetahuan dalam mengetahui bagaimana pengaruh promosi, gaya hidup dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir sebagai masukan pada penelitian dengan topik yang sama pada masa akan datang.

d. Bagi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang

Kepada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 ilir sebagai bahan informasi dan untuk mengetahui apakah promosi, gaya hidup dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang.