

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan adalah lembaga yang mempunyai peran utama dalam pembangunan suatu Negara. Peran ini terwujud dalam fungsi bank sebagai lembaga intermediasi keuangan (*financial intermediary institution*), yakni menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Perbankan syariah merupakan institusi yang memberikan layanan jasa perbankan berdasarkan prinsip syariah. Prinsip syariah adalah prinsip hukum islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penerapan fatwa dibidang syariah.¹

Bank syariah beroperasi tidak dengan menerapkan metode bunga, melainkan dengan metode bagi hasil dan penentuan biaya

¹Pasal 1 angka 12 UU No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

yang sesuai dengan syariat islam.² Dengan demikian, bank syariah adalah bank yang tidak mengandalkan bunga, dan operasional produknya, baik penghimpunan maupun penyuluhan dananya dan lalu lintas pembayaran serta peredaran uang dari dan untuk debitur berdasarkan prinsip-prinsip hukum islam.³

Ibadah haji itu wajib bagi orang yang mampu atau yang mempunyai niat untuk melaksanakan ibadah haji dengan ini Bank Sumsel Babel Syari'ah mempunyai produk tabungan tasbih haji. Tabungan tasbih haji merupakan produk tabungan yang akan membantu mewujudkan impian nasabah untuk meringankan yang memiliki niat menunaikan ibadah haji dengan menggunakan akad wadiah (titipan) yang terbebas dari biaya administrasi bulanan.⁴ Salah satu tujuan Bank Sumsel Babel Syari'ah Capem UIN Raden Fatah Palembang untuk meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat indonesia, sehingga akan semakin berkurang kesenjangan sosial ekonomi.

² Edi Wibowo, "*Mengapa Memilih Bank Syariah*", (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), Hal 23

³ Wangsawidjaya Z, "*Pembiayaan Bank Syariah*", (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2012), Hal 15-16

⁴ "*Brosur Tabungan Tasbih Haji*", Bank Sumsel Syariah Kantor Cabang UIN Raden Fatah Palembang.

Kegiatan Bank Sumsel Babel Syariah CP UIN Raden Fatah Palembang adalah menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa menghimpun dana (*funding*) dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dalam hal ini bank sebagai tempat menyimpan uang atau berinvestasi dari masyarakat. Tujuan utama masyarakat menyimpan uang biasanya untuk keamanan uangnya dan juga berinvestasi dengan harapan memperoleh bagi hasil dari simpanannya.

Brand equity merupakan daya tarik yang ditambahkan kepada pelanggan yang berupa penghargaan kepada sebuah merek produk atau jasa. Nilai sebuah nama merek yang ditambahkan pada suatu produk merupakan gambaran dari ekuitas merek. Atau dapat dikatakan bahwa *brand equity* adalah seperangkat aset dan liabilitas merek yang berkaitan dengan suatu merek, nama, dan simbolnya yang menambah atau me-ngurangi nilai yang diberikan oleh suatubarang atau jasa kepada perusahaan atauparapelanggan perusahaan.⁵

⁵ Sujani, “Pengaruh *Brand Equity* dan *Customer Value* terhadap *Customer Satisfaction Rumah Sakit*”, Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol 2 No 03 (2018)

Kotler dan Keller mengartikan *brand equity* adalah nilai tambah yang diberikan pada produk dan jasa. *Brand equity* dapat tercermin dalam cara konsumen berpikir, merasa, dan bertindak dalam hubungan dengan merek, dan juga harga, pangsa pasar, dan profitabilitas yang diberikan bagi perusahaan.

Nilai pelanggan (*customer value*) merupakan pilihan pelanggan akan suatu produk atau jasa yang benar-benar dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan tersebut. Kotler dan Keller menyatakan bahwa nilai pelanggan merupakan kombinasi kualitas, pelayanan, harga dari suatu penawaran produk. Nilai terhantar pada pelanggan adalah selisih antara jumlah nilai bagi pelanggan dan jumlah biaya dari pelanggan, dan jumlah nilai bagi pelanggan adalah sekelompok keuntungan yang diharapkan pelanggan dari barang atau jasa tertentu.⁶

Kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil

⁶ Angeline Steviani, “Pengaruh *Customer Value* Terhadap *Loyalitas Konsumen Dengan Customer Satisfaction* Sebagai Variabel *Intervening Terhadap Salon Shinjuku*”, *Jurnal Ekonomi*, Vol 1 No 2 (2017)

antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan atau ketidakpuasan dihasilkan dari pengalaman dalam interaksi kualitas jasa dan membandingkan interaksi tersebut dengan apa yang diharapkan. Jadi, kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang. Kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.⁷

Pada umumnya Bank syariah memiliki peran yang unik dalam tugasnya sebagai pengelola dana nasabah. Masyarakat penyimpan dana (penabung/deposan) akan diperlakukan sebagai "investor" di bank syariah, berikutnya bank syariah sebagai pengelola dana akan berupaya untuk dapat memberikan keuntungan yang menarik dan aman bagi para investornya. Peran Bank Sumsel Babel Syariah di Sumsel dan Babel sangat banyak,

⁷ Andika Tanjung, "Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Retention (Survei Pelanggan J.Co Donut & Coffee Malang)", Jurnal Ekonomi, Vol 4 (2016)

diantaranya Bank Sumsel Babel (BSB) Syariah Cabang Pembantu Syariah memberi kesempatan bagi nasabah yang ingin berhaji melalui Tabungan Tasbih.

Tabungan haji ini keunggulannya memiliki fasilitas dana talangan. Jadi bagi masyarakat yang ingin berangkat haji cukup untuk setoran pertama ONH, misalnya ada Rp 5 juta kita bisa berikan talangan haji sebesar Rp 20 juta sehingga genap Rp 25 juta untuk mendapatkan seat haji. Untuk setoran pertama tabungan Tasbih ini sebesar Rp 500.000 dengan maksimum menabung selama lima tahun tetapi nanti bisa diperpanjang kembali jika dana hajinya belum mencukupi. Selain itu, Bank Sumsel Babel Syariah juga berperan dalam bidang sosial. Dengan memberikan bantuan-bantuan kepada masyarakat di Sumsel dan Babel yang membutuhkan.⁸

Berdasarkan dari penelitian terdahulu, mengidentifikasi research gap dari variabel Brand Equity terhadap Customer Satisfaction sebagai berikut:

Tabel 1.1

⁸ Kompasiana.com, "Peran Bank Sumsel Babel Syariah di Sumsel & Babel"

Research gap Brand Equity Terhadap Customer Satisfaction

Pengaruh	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh <i>Brand Equity</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada perusahaan perbankan disurabaya.	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara <i>brand equity</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	1. Aluregowda, dkk (2013)
	Tidak terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara <i>brand equity</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	1. Kumar, dkk (2014)

Sumber : Aluregowda, dkk (2013), Kumar, dkk (2014)

Berdasarkan tabel 1.1, hasil penelitian *Brand Equity* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dan ada juga hasil penelitian bahwa *Brand equity* berpengaruh negatif tidak signifikan. Oleh karena pengaruh tersebut akan dapat dijelaskan dan inilah sebagai celah untuk kejelasan hasil penelitian.

Tabel 1.2
Research gap Customer Value Terhadap Customer Satisfaction

Pengaruh	Hasil Penelitian	Peneliti
Pengaruh <i>Customer Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada PT Herona <i>Express</i> Semarang	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara <i>Customer Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	2. Amusa et al (2014)
	Tidak terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara <i>Customer Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	2. Arianto (2013)

Sumber : Amusa et al (2014), Arianto (2013)

Berdasarkan tabel 1.2, hasil penelitian *Customer Value* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dan ada juga hasil penelitian bahwa *Customer Value* berpengaruh negatif tidak signifikan. Oleh karena pengaruh tersebut akan dapat dijelaskan dan inilah sebagai celah untuk kejelasan hasil penelitian.

Berdasarkan penjelasan diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai, "**Pengaruh *Brand Equity* dan**

Customer Value Terhadap Customer Satisfaction pada Produk Tabungan Tasbih di Bank Sumsel Babel Syariah KC UIN Raden Fatah”.

B. Rumusan Masalah Penelitian

1. Bagaimana pengaruh *brand equity* terhadap *Customer Satisfaction* pada produk tabungan tasbih di Bank Sumsel Babel Syariah KC UIN Raden Fatah?
2. Bagaimana pengaruh *Customer Value* terhadap *Customer Satisfaction* pada produk tabungan tasbih di Bank Sumsel Babel Syariah KC UIN Raden Fatah?
3. Bagaimana pengaruh *brand equity* dan *Customer Value* terhadap *Customer Satisfaction* pada produk tabungan tasbih di Bank Sumsel Babel Syariah KC UIN Raden Fatah?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *brand equity* terhadap *Customer Satisfaction* pada produk tabungan tasbih di Bank Sumsel Babel Syariah KC UIN Raden Fatah.

2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Customer Value* terhadap *Customer Satisfaction* pada produk tabungan tasbih di Bank Sumsel Babel Syariah KC UIN Raden Fatah
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *brand equity* dan *customer value* terhadap *customer satisfaction* pada produk tabungan tasbih di Bank Sumsel Babel Syariah KC UIN Raden Fatah.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah 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 ekonomi islam.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis

Sebagai bahan informasi yang dapat meningkatkan wawasan penulis dalam menghadapi permasalahan yang

akan terjadi dan sebagai alat untuk mengaplikasikan teori yang diperoleh selama studi di perkuliahan.

b. Bagi Lembaga Keuangan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan informasi mengenai pengaruh *brand equity* dan *Customer Value* terhadap *Customer Satisfaction* pada produk tabungan tasbih di Bank Sumsel Babel Syariah KC UIN Raden Fatah.

c. Bagi Akademik

Sebagai sumbangsih hasil penelitian dan menambah literature kepustakaan mengenai pengaruh *brand equity* dan *Customer Value* terhadap *Customer Satisfaction* pada produk tabungan tasbih di Bank Sumsel Babel Syariah KC UIN Raden Fatah.

E. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan akan dibagi menjadi lima bab, dimana masing-masing bab dalam sub-sub dengan kerangka sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, kajian pustaka, kerangka konsep, definisi operasional metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan disajikan mengenai teori yang berhubungan dengan *Brand equity*, *Customer Value*, *Customer Satisfaction*, keterkaitan antar variable, review studi terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai metode penelitian yang terdiri terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, ruang lingkup penelitian, sumber data penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data,

definisi variable penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan seperti penjelasan tentang gambaran umum perusahaan seperti penjelasan tentang gambaran umum perusahaan, analisis data dan pembahasan hasil pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan permasalahan yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya dan juga saran. Kemudian diakhiri dengan daftar pustaka dan lampiran-lampiran.