

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan dunia perbankan dewasa ini sangatlah pesat. Perbankan merupakan penopang perekonomian Indonesia yang sangat penting keberadaannya. Masyarakat di Negara maju dan berkembang sangat membutuhkan bank sebagai tempat untuk melakukan transaksi keuangannya. Mereka menganggap bank merupakan lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan, seperti penyimpanan dan penyaluran dana.<sup>1</sup>

Sejarah perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia diawali dari aspirasi masyarakat Indonesia yang mayoritas adalah muslim untuk memiliki sebuah alternatif sistem perbankan yang islami. Bank syaria'ah telah muncul di Indonesia sejak tahun 1970-an. Dalam UU No. 21 tahun 2008 mengenai Perbankan Syaria'ah, yaitu Bank Syaria'ah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya dengan didasarkan pada prinsip syaria'ah.<sup>2</sup>

Tujuan dari bank Syaria'ah dalam melakukan kegiatan usahanya adalah menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Bank Syaria'ah memiliki 3 fungsi utama, yaitu menghimpun dana dari masyarakat, menyalurkan dana dari masyarakat dan memberikan pelayanan dalam bentuk jasa.<sup>3</sup>

Saat ini pandangan masyarakat mengenai bank syaria'ah semakin meningkat. Hal ini terlihat dari jumlah nasabah bank syaria'ah yang semakin lama semakin

---

<sup>1</sup> Frianto Pandia Dkk, "*Lembaga Keuangan*". (Jakarta : PT Asdi Mahasatya, 2005) hlm.186.

<sup>2</sup> Andrianto, "*Manajemen Perbankan Syaria'ah*", (Qiara Media Partner,2019), hal.22

<sup>3</sup> Andrianto, 2019, "*Manajemen Perbankan Syaria'ah*", Qiara Media Partner, hal.27

bertambah. Dalam kondisi seperti ini, industri perbankan syariah di Indonesia pun tumbuh pesat dan mengalami peningkatan minat nasabah untuk menabung dan menggunakan produk atau jasa yang dijual oleh bank syariah. Salah satu bank syariah yang ada di Indonesia adalah Bank Sumsel Babel Syariah.<sup>4</sup>

Bank Sumsel Babel Syariah merupakan institusi perbankan tersendiri yang terpisah dari Sumsel Babel (konvensional). Usaha Syariah didirikan dan mulai operasional pada tanggal 2 Januari 2006 berdasarkan: Surat Bank Indonesia No.7/110/DPIP/PRz/Pg tanggal 8 Agustus 2005 tentang Persetujuan Prinsip Pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank Saudara. Berdasarkan Pernyataan Keputusan Pemegang Saham di Luar Rapat PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Selatan Nomor 2 tanggal 3 November 2009 dan Pengesahan Menteri Hukum dan Hak Azasi Manusia Republik Indonesia Nomor AHU-56914.AH.01.02. Tahun 2009 tanggal 20 November 2009, maka Bank Sumsel berubah menjadi Bank Sumsel Babel dan penyebutan Bank Sumsel Syariah menjadi Bank Sumsel Babel Syariah.<sup>5</sup>

Di tengah semakin ketatnya persaingan antar bidang usaha yang sejenis, tidak jarang pelaku usaha sering bersaing dalam hal produk untuk meningkatkan penjualannya. Begitupun dengan Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang yang selalu melakukan inovasi pengembangan produk unggulan dengan basis pengembangan teknologi perbankan dalam era digital banking untuk memberikan pelayanan terbaik kepada nasabahnya serta mengadakan undian berhadiah sebagai bentuk apresiasi Bank kepada masyarakat dan nasabah. Tujuannya

---

<sup>4</sup> [www.cnbciindonesia.com](http://www.cnbciindonesia.com)

<sup>5</sup> <https://www.banksumselbabel.com/syariah/TentangKami?ID=1> tentang Sejarah Bank Sumsel Babel Syariah

untuk memberikan dorongan kepada masyarakat agar meningkatkan budaya menabung.<sup>6</sup>

Saat ini, loyalitas nasabah menjadi fokus utama yang di hadapi oleh Bank Sumsel Babel Syariah, khususnya KCP UIN Raden Fatah. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan pihak bank berkaitan dengan loyalitas nasabah, menurut Ramadhony Mustika Abd, kekurangan yang ada pada Bank Sumsel Babel Syariah adalah kurangnya promosi produk yang membuat kurangnya loyalitas nasabah terhadap produk dan kualitas produk yang ada pada Bank Sumsel Babel Syariah. Sedangkan beberapa nasabah menyatakan bahwa kurangnya kepuasan yang diberikan oleh pihak bank, karena kurangnya fasilitas bertransaksi yang hanya bisa dilakukan di daerah provinsi Sumatera Selatan dan Bangka Belitung dan setiap melakukan transaksi kesesama bank dibebankan biaya dan bagi nasabah yang berada di luar UIN lokasi yang berada dalam kampus UIN Raden Fatah Palembang yang cukup memakan waktu lebih untuk menjangkau bank tersebut.<sup>7</sup>

Dari penjelasan di atas, Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang dituntut untuk dapat memprediksi bagaimana para nasabah akan merespon strategi pemasaran yang diterapkan, agar dapat mencapai sasaran yang diinginkan. Strategi pengembangan harus dibangun atas dasar adanya kesinambungan antara produk yang berkualitas, lokasi yang strategis, dan promosi yang mendukung.

Berdasarkan penelitian terdahulu, terdapat perbedaan hasil penelitian (*Research Gap*) terhadap 3 variabel independen Produk, Lokasi, dan Promosi terhadap Loyalitas Nasabah. Berikut akan di uraikan *Research Gap* mengenai

---

<sup>6</sup> Suharli, *Nasabah bank Sumsel Babel cabang manggar dapat hadiah di undian tabungan pesirah* (Berita online: PosBelitung.co diakses selasa, 21 Januari 2020 pukul 15:42)

<sup>7</sup> Wawancara dengan Staf Customer Service, Ramadhony Mustika Abdullah pada tanggal 13 Februari di Bank

Pengaruh Produk, Lokasi, dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang.

**Tabel 1.1**  
**Research Gap**  
**Produk Terhadap Loyalitas Nasabah**

	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Peneliti</b>
Pengaruh Produk Terhadap Loyalitas Nasabah	Terdapat pengaruh positif antara produk terhadap loyalitas	1. Nur Yeni <sup>8</sup> 2. Nila A'yun Khamidah
	Tidak Terdapat pengaruh antara produk terhadap loyalitas	1. Andri Ikhwana 2. Aripin Setiawardi 3. M. Ali Ramdhani <sup>9</sup>

Sumber : Data Olahan, 2020

Produk terhadap loyalitas konsumen yang di teliti oleh Nur Yeni, Nila A'yun Khamidah dan Yuanita Yanuar menunjukkan bahwa produk berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Andri Ikhwana, Aripin Setiawardi dan M. Ali Ramdhani menunjukkan bahwa produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

**Table 1.2**  
**Research Gap**  
**Lokasi Terhadap Loyalitas Nasabah**

	<b>Hasil Pnelitian</b>	<b>Peneliti</b>
Pengaruh Lokasi Terhadap Loyalitas Nasabah	Terdapat pengaruh positif antara lokas terhadap loyalitas	1. Andriana 2. Yuanita Yanuar R <sup>10</sup>
	Tidak terdapat pengaruh antara lokasi terhadap loyalitas	Dewi Ika Sari Hari Poernomo <sup>11</sup>

Sumber : Data Olahan 2020

<sup>8</sup> Nur Yeni, "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Butik Zoya Busana Muslim di Samarinda", Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol 4, No 1, hal. 63

<sup>9</sup> Aripin Setiawardi, M. Ali Ramdhani, dan Andri Ikhwana, "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Pengunjung Taman Air Panas Derajat Pass", Jurnal, 2013

<sup>10</sup> Yuanita Yanuar Rachmad, "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. AJB Distrik Malang", Skripsi, Malang : Program Studi Manajemen Universitas Malang, 2010

<sup>11</sup> Dewi Ika Sari Poernomo, "Analisis Pengaruh Persepsi Pasien tentang Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pasien di Poliklinik Rawat Jalan RS Baptis Kediri", Skripsi, Semarang : Universitas Diponegoro, 2009

Lokasi terhadap loyalitas konsumen yang diteliti oleh Andriana dan Yuanita Yanuar menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi Ika Hari Poernomo menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

**Table 1.3**  
**Research Gap**  
**Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah**

	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Peneliti</b>
Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas	Terdapat pengaruh positif antara promosi terhadap loyalitas	1. Fitriani Dayasari <sup>12</sup> 2. Prayitno <sup>13</sup>
	Tidak terdapat pengaruh antara promosi terhadap loyalitas	Dewi Ika Sari Hari Poernomo

Sumber : Data Olahan 2020

Promosi terhadap loyalitas konsumen yang diteliti oleh Fitriani Dayasari, Prayitno dan Yuanita Yanuar menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi Ika Sari Hari Poernomo menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Berdasarkan fenomena data tersebut, dapat di tarik simpulan bahwa tidak setiap kejadian empiris sesuai dengan teori yang ada. Hal ini diperkuat dengan adanya *research gap* dalam penelitian-penelitian terdahulu. Berbagai penelitian diatas menunjukkan adanya pengaruh yang berbeda dari beberapa variabel bauran pemasaran seperti produk, lokasi dan promosi dipandang berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah. Dengan mengkombinasikan bauran pemasaran yang tepat akan

---

<sup>12</sup> Fitria Dayasari Hasan, “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Nassabah Pada PT. BRI Cabang A. Yani Makassar”, Skripsi, Makasar, 2012

<sup>13</sup> Prayitno, “Pengaruh Kinerja Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah Lembaga Keuangan Syariah pada BMT Tumang cabang Salatiga”, Skripsi, Salatiga, 2015

berdampak pada tingkat loyalitas nasabah pada perusahaan itu sendiri. Apabila nasabah dan calon nasabah tidak percaya pada perusahaan tersebut maka akan beralih pada perusahaan yang lebih terpercaya.

Berdasarkan latar belakang dan research gap diatas, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam untuk penelitian dengan judul **Pengaruh Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh produk terhadap loyalitas nasabah pada Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang ?
2. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap loyalitas nasabah pada Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang ?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap loyalitas nasabah pada Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang ?
4. Bagaimana pengaruh produk, lokasi, dan promosi terhadap loyalitas nasabah pada Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Produk terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang

2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumsel Babel KCP UIN Raden Fatah Palembang
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Produk, Lokasi, dan Promosi terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang.

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

Adapun manfaat yang diharapkan dengan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### 1. Secara Praktis

###### 1. Bagi Penulis

- a) Untuk mendapatkan gelar Ahli Mayda lulusan D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
- b) Untuk menambah wawasan, pengalaman, dan pengetahuan yang berhubungan dengan Pengaruh Produk, Lokasi dan Promosi terhadap Loyalitas Nasabah.

###### 2. Bagi Objek Peneliti

Untuk memberikan masukan, evaluasi dan pemikiran bagi Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang khususnya dalam memperhatikan Pengaruh Produk, Lokasi, dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah.

##### 2. Secara Teoritis

1. Bagi Pengembangan Keilmuan, Hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan referensi bagi mahasiswa ataupun penelitian lebih lanjut yang melakukan penelitian serupa.

2. Untuk menambah pemahaman dalam bidang ilmu ekonomi, sebagai upaya dalam meningkatkan kualitas pengembangan ilmu yang berkaitan dengan kinerja karyawan pada Bank.