

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan dunia perbankan syariah pada era globalisasi saat ini menuntut berbagai perusahaan yang bergerak dibidang perbankan syariah untuk dapat meningkatkan dan mengembangkan kualitas perbankan baik dalam hal kualitas pelayanan dan promosi berbagai produk yang ditawarkan agar dapat mempertahankan nasabah dan meningkatkan jumlah nasabah.

Menurut undang-undang tentang perbankan syariah nomor 7 tahun 2008 pasal 1 menyebutkan bahwa “bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)”. Bank Syariah Amanah Sejahtera merupakan salah satu bank pembiayaan rakyat syariah yang menjalankan usahanya dengan prinsip syariah islam dalam menghimpun dana berupa deposito berjangka dan tabungan, serta menyediakan pembiayaan bagi pengusaha kecil dan menengah. Bank Syariah Amanah Sejahtera juga menyertakan misi sosial, diantaranya pelayanan pembiayaan *AL Qardhul Hasan* (kebajikan), memberikan beasiswa yang dananya bersumber dari zakat, infaq, dan shodaqoh, dan penyelenggaraan penyembelihan hewan qurban pada Hari Raya Idul Adha.

PT BPRS Amanah Sejahtera dalam penerapannya mengutamakan nasabah maupun calon nasabah dengan cara memberikan pelayanan yang baik. Salah satu pelayanan yang baik kepada *customer* adalah dengan cara petugas

customer service (CS) melayani para nasabah dengan baik, ramah dan sopan kepada nasabah yang telah bergabung maupun calon nasabah yang akan bergabung dengan PT BPRS Amanah Sejahtera. Seperti yang dijelaskan oleh (Kasmir ;2000;216) Pelayanan (*costumer service*) adalah “setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah”, ada beberapa dimensi kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi perilaku nasabah meliputi wujud fisik (*tangibles*), empati (*empathy*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*) (Amanullah ; 2012)

Dalam sebuah penelitian (Amanullah ; 2012) mengungkapkan bahwa penambahan jumlah nasabah yang terjadi pada objek penelitiannya di “ PD BKK WEDI KAB. KLATEN CAB. KARANGANOM “ terkadang mengalami penurunan, dikarenakan nasabah mengeluh akan pelayanan yang diberikan, seperti: apabila nasabah ingin menarik uangnya dalam jumlah besar harus menunggu lama karena persediaan dananya yang kurang bagi nasabah dan juga sedikitnya jumlah karyawan yang ada dalam *customer service*, sehingga banyak dari nasabah terlalu lama menunggu. Dari penelitian yang pernah dilakukan oleh Amanullah tersebut bisa dilihat bahwa dalam memberikan suatu pelayanan kepada nasabah itu tidak mudah. Maka dari itu dibutuhkannya pengembangan kualitas pelayanan yang baik secara terus menerus untuk dapat menarik nasabah.

Disamping pelayanan yang baik, PT BPRS Amanah sejahtera juga memberikan strategi-strategi promosi agar mendapatkan lebih banyak nasabah

setiap tahunnya. Menurut Kasmir (2000;213) “promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk yang dimilikinya baik secara langsung maupun tidak langsung”. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Selanjutnya Sentot (2010;135) menyatakan paling tidak ada empat sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*Sales promotion*), Publisitas (*publicity*), dan penjualan pribadi (*personal selling*).

Dalam perkembangannya, persaingan yang ketat antar bank dewasa ini mendorong bank untuk memberikan pelayanan dan promosi yang terbaik kepada nasabahnya (Amanullah;2012). Program tersebut dapat berbentuk layanan-layanan baru yang semakin memudahkan nasabah dalam bertransaksi/mendapat informasi, ada pula yang menawarkan promosi produk yang dimaksudkan untuk dapat menarik masyarakat agar menjadi nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama agar tidak beralih ke bank lain. Namun memberikan suatu pelayanan dan mempromosikan produk bank kepada nasabah tidak mudah. Kesamaan Jenis produk yang ditawarkan dari satu bank dengan bank lain serta kualitas pelayanan yang terkadang tidak memberikan kepuasan kepada nasabah menjadi masalah baru yang harus dipecahkan, sehingga perlu dilakukan suatu pemasaran yang baik dan tepat.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti mengambil PT BPRS Amanah Sejahtera sebagai objek penelitian dengan alasan untuk mengetahui bagaimana strategi pelayanan dan promosi produk yang dilakukan sehingga

nasabah tertarik untuk bergabung dengan PT BPRS Amanah Sejahtera. Dengan demikian dapat dilihat apakah strategi yang selama ini dilakukan oleh PT BPRS Amanah Sejahtera dapat berperan dalam meningkatkan jumlah nasabah. Nasabah dalam penelitian ini dikhususkan untuk nasabah Kreditur (Tabungan dan Deposito), dari alasan tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul □ **“Peranan Strategi Pelayanan Dan Promosi Produk Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di PT.BPRS Amanah Sejahtera Gresik”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini diantaranya adalah :

1. Bagaimanakah peranan strategi pelayanan PT.BPRS Amanah Sejahtera dalam meningkatkan jumlah nasabah Kreditur?
2. Bagaimanakah peranan strategi promosi produk PT.BPRS Amanah Sejahtera dalam meningkatkan jumlah nasabah Kreditur?

C. Batasan Masalah

Untuk lebih menyederhanakan masalah, dalam hal ini masalah dibatasi dengan penggunaan variabel Y yaitu peningkatan jumlah nasabah Kreditur (Tabungan dan Deposito) di PT.BPRS Amanah Sejahtera, dan variabel X yaitu strategi pelayanan dan promosi produk PT.BPRS Amanah Sejahtera.

D. Tujuan Penelitian

Setiap kegiatan dan penelitian pasti mempunyai tujuan yang ingin dicapai. Begitu juga dengan penelitian ini mempunyai tujuan yang hendak dicapai, diantaranya :

1. Untuk mendiskripsikan tentang peranan strategi pelayanan dalam meningkatkan jumlah nasabah Kreditur PT.BPRS Amanah Sejahtera.
2. Untuk mengungkap tentang peranan strategi promosi dalam meningkatkan jumlah nasabah Kreditur PT.BPRS Amanah Sejahtera.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan mengenai strategi pelayanan dan promosi produk yang efektif untuk perkembangan PT.BPRS Amanah Sejahtera dalam meningkatkan jumlah nasabah BPRS.

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menambah referensi bagi universitas dan sebagai bahan rujukan bagi peneliti yang akan datang yang tertarik dengan penelitian sesuai dengan permasalahan penelitian ini.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Adapun sistematika penulisan skripsi ini dapat dipaparkan sebagai berikut:

Pada bab I yaitu bab pendahuluan, bab ini menjelaskan tentang beberapa sub bab yang terdiri dari: Latar belakang masalah, dimana pada sub bab ini menjelaskan tentang data secara empiris dan teoritis mengenai variabel-variabel penelitian yang berkaitan satu sama lain serta alasan peneliti memilih topik penelitian. Rumusan masalah, menunjukkan masalah-masalah pokok

yang sudah menjadi pilihan utama penulis untuk dibahas dalam tulisan. Tujuan penelitian, menunjukkan maksud dan tujuan membahas topik permasalahan. Manfaat penelitian, menunjukkan penelitian ini memiliki manfaat langsung dan tidak langsung pada orang lain, lembaga lain, perusahaan, pemerintahan, penelitian yang akan datang dan untuk yang lainnya, dan sistematika penelitian, menunjukkan tahapan-tahapan yang akan menjadi isi dari sebuah penelitian.

Selanjutnya pada bab II kajian teori mencakup beberapa sub bab yang terdiri dari: Landasan teori, berisikan tentang konsep yang dilahirkan oleh para ahli sebelumnya, yang secara metode keilmuan sudah mendapat legitimasi dari para ahli lainnya. Penelitian terdahulu, menjelaskan tentang penelitian-penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang berhubungan dengan topik penelitian yang diambil, dan Kerangka Konseptual, merupakan landasan dari keseluruhan proses penelitian, menjelaskan hubungan antar variabel, menjelaskan teori yang melandasi hubungan-hubungan serta menjelaskan karakteristik, arah dari hubungan-hubungan tersebut.

Pada bab III yang berisikan metodologi penelitian menjelaskan tentang bagaimana data dikumpulkan, keterlibatan peneliti dalam penelitian tersebut, cara pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dalam menyelesaikan penelitian, cara peneliti dalam mengolah data dan menganalisis data yang sudah dikumpulkan, dan bagaimana keabsahan temuan yang ditemukan oleh peneliti dalam penelitian tersebut.

Dilanjutkan pada bab IV yang menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan, dimana pada bagian ini dijelaskan tentang profil perusahaan

tempat penelitian secara lebih mendalam, menjelaskan/mendeskripsikan data yang sudah dikumpulkan. Pembahasan, dimana pada bagian ini menjawab masalah penelitian atau menunjukkan bagaimana tujuan penelitian itu dicapai, menafsirkan temuan-temuan dengan menggunakan logika atau teori-teori yang ada, dan proporsisi.

Akhirnya pada bab V penutup menjelaskan tentang simpulan yang dapat diambil dari keseluruhan teori dan pembahasan yang telah disampaikan dalam bab-bab sebelumnya, serta saran yang diberikan oleh penulis dimana diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan dalam pengembangan perusahaan.