

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan sebagai lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama, yaitu: menerima simpanan uang, meminjamkan uang dan memberikan layanan jasa perbankan. Didalam sejarah perekonomian kaum muslim, fungsi-fungsi perbankan telah dikenal sejak zaman Rasulullah Saw, fungsi-fungsi tersebut adalah menerima titipan harta, meminjamkan uang untuk keperluan konsumsi dan keperluan bisnis, serta melakukan pengiriman uang. Rasulullah Saw yang dikenal dengan julukan Al-amin, dipercaya oleh masyarakat Mekah menerima simpanan harta sehingga pada saat terlahir sebelum Rasul ke Madinah, beliau meminta Sayidina Ali Ra. Untuk mengembalikan semua titipan itu kepada yang memilikinya. Dalam konsep ini, yang dititipi tidak dapat memanfaatkan harta titipan tersebut.¹

Bank berasal dari kata *Italian banco* yang artinya bangku, bangku inilah yang diperlukan oleh *banker* untuk melayani kegiatan operasionalnya kepada para nasabah. Istilah bangku secara resmi dan populer menjadi Bank.² Secara filosofis bank syariah adalah bank yang aktivitasnya meninggalkan masalah riba. Dengan demikian, penghindaran bunga yang dianggap riba merupakan salah satu tantangan yang dihadapi dunia Islam.

¹ Veithzal Rivai, *Islamic Risk Managemen for Islamic Bank*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka,2013), hlm. 20

² Melayu Hasibuan, *Dasar-dasar perbankan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), hlm.1

Suatu hal yang sangat menggembirakan bahwa belakangan ini para ekonomi muslim telah mencurahkan perhatian besar, guna menemukan cara untuk menggantikan sistem bunga dalam transaksi perbankan dan keuangan yang lebih sesuai dengan etika Islam. Upaya ini dilakukan dalam upaya untuk membangun model teori ekonomi yang bebas bunga dan pengujianya terhadap pertumbuhan ekonomi, alokasi dan distribusi perbankan. Oleh karena itu, maka mekanisme perbankan bebas bunga yang bias disebut dengan bank syariah didirikan. Perbankan syariah didirikan berdasarkan filosofis maupun praktik. Secara filosofis, karena dilarangnya pengambilan riba dalam transaksi keuangan maupun non keuangan. Secagra praktis, karena sistem perbankan berbasis Bunga.³

Keberadaan bank syariah di pelopori dengan lahirnya pada tahun 1992 yang tentunya memberikan wajah baru bagi perkembangan perbankan nasional, yaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI).⁴

Meskipun kependudukan Indonesia yang mayoritas adalah kaum muslim, tetapi kenyataanya dalam pengembangan produk syariah berjalan lambat dan belum berkembang sebagaimana halnya perkembangan bank konvensional. Upaya pengembangan bank syariah tidak cukup hanya berlandaskan kepada aspek-aspek legal dan peraturan perundang-undangan saja, tetapi juga harus berorientasi kepada pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa lembaga perbankan. Umat muslim di Indonesia

³ Drs.Muhammad,M.AG, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UMP AMP YKPN,2005), hlm. 7

⁴ Andrie Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Edisi 1, Cetakan 2, Jakarta: kencana, 2010, hlm. 64

sebagaiyan besar tidak menabung dan kredit atau transaksi pembiayaan dan lain sebagainya itu bukan di bank syariah, melainkan banyak umat muslim yang sebagaiyan besar menabung ataupun kegiatan perbankan lainnya itu di bank konvensional. Padahal hal ini adalah peluang pasar yang sangat besar bagi perbankan bank syariah, karena umat muslim Indonesia adalah konsumen utama bagi bank syariah.

Perbankan syariah memiliki karakteristik produk yang berbeda dengan produk perbankan konvensional, mulai dari prinsip yang mendasarinya, transaksi akad yang digunakan, produk pembiayaan, akad pembiayaan dan lain sebagainya. Salah satu produk yang terlihat berbeda dan mencolok adalah produk gadai di bank syariah, dimana di perbankan konvensional tidak terdapat produk gadai seperti di bank syariah dan salah satu kegiatan usaha syariah yang cukup berkembang pesat di masyarakat adalah layanan gadai emas syariah.⁵ Saat ini nasabah gadai emas Bank Syariah Mandiri setiap tahunnya mengalami peningkatan, awalnya masyarakat mengetahui tempat untuk menggadaikan emas miliknya hanya di pegadaian saja, kini masyarakat mulai menggunakan gadai emas pada perbankan syariah karna harga taksiran yang diberikan Bank Syariah Mandiri lebih tinggi daripada jasa gadai emas lainnya.⁶ Nilai taksiran yang tinggi mampu mendorong keputusan nasabah menggunakan jasa gadai emas

⁵ Rakhmasari Rosalifa Jihad, "Implementasi Gadai Emas Secara Syariah di Bank Syariah dalam Persepektif Peraturan Bank Indonesia Nomor 10/17/PBI/2008 Tentang Produk Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah (Studi di Bank Syariah Mandiri Cabang Mataram)", *Jurnal Ilmiah*, Fakultas Hukum Universitas Mataram(2013), hlm. 1

⁶ Mbak Debi, *Officer* Gadai Emas Bank Syariah Mandiri Godean, Wawancara pada tanggal 5 Mei 2018

BSM. Nasabah akan merespon positif apabila nilai yang ditaksirkan dari produk jasa mampu memenuhi manfaat kebutuhannya.

Gadai (*rahn*) merupakan penyerahan barang (*marhun*) kepada pihak pemberi hutang (*murtahin*) yang dilakukan oleh orang yang berhutang (*rahim*) sebagai jaminan atas hutang yang diterima.⁷ Adapun produk gadai yang diterapkan oleh perbankan syariah hanya produk pegadaian gadai emas syariah. Hal tersebut dikarenakan terus meningkatnya harga emas. Peningkatan harga tersebut disebabkan karena emas memiliki nilai intrinsik yang lebih stabil dan tahan inflansi di bandingkan mata uang kertas seperti rupiah atau dollar.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor kunci bagi keberhasilan perusahaan karena tidak ada yang lebih penting bagi perusahaan kecuali menempatkan masalah pelayanan sebagai salah satu komitmen bisnisnya.⁸ Lima faktor yang digunakan dalam menilai kualitas pelayanan, yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keadaan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati). Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang di terima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*).⁹

Penjualan untuk menambah nasabah harus terus diupayakan

⁷ Yazid Affandi, *Fiqh Muamalah dan implementasinya dalam lembaga keuangan syariah*, (Yogyakarta: Logung Printika, 2009), hlm. 147

⁸ Mukti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, cet. Ke 2, (Yogyakarta: Uberty, 2002), hlm. 64

⁹ Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra, *service quality dan satisfaction*, Edisi II, (Yogyakarta: ANDI, 2017), hlm. 62

brulang, dan bila hal ini dapat dilakukan dan terus bertahan maka bank harus memahami benar siapa pasar sasarnya sehingga dapat dibuat promosi yang cepat. Beberapa elemen utama yang merupakan pendukung dari promosi yaitu: periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*) dan penjualan pribadi (*personal selling*).¹⁰ Keempat elemen tersebut akan menjadi penentu efektifitas kegiatan promosi perusahaan.

Promosi juga digunakan bank untuk mengenalkan produknya kepada nasabah sehingga mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah, selain itu perbankan tersebut juga meningkatkan kualitas pelayanan. Karena konsumen dapat memutuskan untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk atau jasa, salah satunya berdasarkan kualitas jasa pelayanan yang baik. Kualitas layanan merupakan salah satu unsur penilaian konsumen terhadap perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Nasabah tentunya memiliki harapan akan layanan yang berkualitas. Layanan yang berkualitas adalah layanan yang secara ekonomis menguntungkan dan secara prosedural mudah serta menyenangkan. Berawal dari kebutuhan itu, kemungkinan nasabah memperoleh layanan atas suatu kebutuhannya. Layanan yang diterima nasabah akan menjadikan standar penilaian menyeluruh baik atau buruknya suatu jasa.

BSM Cabang Godean adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa keuangan yang berprinsip syariah. Dengan persaingan yang

¹⁰ M. Nurianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm.170

semakin kompetitif, dan untuk mendapatkan nasabah yang banyak dan sesuai dengan target atau tujuan dari bank maka diberlakukan sistem promosi dan mutu pelayanan yang sesuai dengan prosedur dari bank tersebut. Dengan menerapkan strategi melalui peningkatan promosi dan kualitas pelayanan, maka akan mampu mendapat nasabah yang akan memutuskan untuk memilih pegadaian yang diinginkan.

Melihat adanya latar belakang tersebut, maka peneliti mengambil judul: **“Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Gadai Emas Syariah (Studi Kasus di PT. Bank Syariah Mandiri Godean)”**.

B. Identifikasi Masalah

Persaingan industri keuangan syariah khususnya perbankan syariah semakin ketat. Produk pegadaian syariah sudah tidak asing lagi saat ini, pegadaian syariah dapat membantu masalah ekonomi di negara Indonesia. Gadai emas yaitu program pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai. Perbedaan BSM gadai emas dengan produk gadai emas lainnya adalah gadai emas di Bank Syariah Mandiri lebih murah. Investasi dalam bentuk emas memang tidak ada ruginya, karena harga emas lebih stabil daripada uang, bahkan setiap tahun harga emas selalu naik, hal ini lah mengapa nasabah mengambil keputusan menggunakan jasa gadai emas di bank syariah mandiri.

Untuk bisa bersaing Bank Syariah Mandiri Godean selalu meningkatkan kualitas pelayanan yang terbaik terhadap nasabah, selain itu

Bank Mandiri Syariah melakukan promosi untuk mengenalkan produknya dengan beberapa cara yang dilakukan untuk bisa bersaing dengan industri yang lainnya.

C. Rumusan Masalah

Perumusan masalah merupakan bagian penting dalam sebuah penelitian yang nantinya menjadi arah bagi langkah-langkah penelitian selanjutnya. Berdasarkan latarbelakang diatas, maka masalah tersebut dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Gadai Emas di Bank Syariah Mandiri?
2. Apakah pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Gadai Emas di Bank Syariah Mandiri?
3. Apakah promosi dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Gadai Emas di Bank Syariah Mandiri?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Gadai Emas di Bank Mandiri Syariah.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Gadai Emas di Bank Mandiri Syariah

3. Untuk mengetahui promosi dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Gadai Emas di Bank Mandiri Syariah.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari peneliti, antara lain sebagai berikut.

1. Bagi Universitas Alma Ata

Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan sumber pengetahuan, rujukan, serta acuan bagi semua pihak yang membutuhkan guna pengembangan lebih lanjut.

2. Bagi Bank Mandiri Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai suatu pengetahuan yang bersifat praktis tentang konsep dasar manajemen pemasaran dan masukan tentang promosi dan kualitas pelayanan yang ada di BSM cabang Godean.

3. Bagi peneliti

Penelitian ini tentunya akan digunakan dalam menambah wawasan akademisi, serta diharapkan dalam dunia praktisi.

