

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan semakin banyak munculnya bank syariah di Surabaya, bank-bank syariah saling aktif bersaing untuk mencapai tujuan masing-masing menjadi bank yang paling unggul. Meskipun bank syariah tergolong baru tapi perkembangan minat nasabah dalam memilih produk bank syariah cukup pesat karena dalam kegiatannya telah diatur oleh hukum dan asas islam yang telah ditentukan. Dari sekian banyak bank syariah tersebut, beberapa diantaranya menunjukkan keunggulan yang dimiliki dalam hal bersaing antar Bank Syariah. Dalam websitenya, BRI Syariah ini menjelaskan bahwa menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dengan berfokus pada segmen menengah bawah yang menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai produk yang sesuai harapan nasabah dan layanan perbankan syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat serta kegiatan konsumen berdasarkan prinsip syariah. BRI Syariah ini memiliki banyak produk syariah salah satunya yaitu produk tabungan, meliputi Tabungan Faedah BRISyariah iB, Tabungan Haji BRISyariah iB, Tabungan Haji Valas BRISyariah iB, Tabungan Impian BRISyariah iB, Tabunganku, Tabungan Simpanan Pelajar BRISyariah iB, produk-produk tabungan ini merupakan paling banyak yang dipilih oleh nasabah karena mempunyai manfaat dan fasilitas yang memadai untuk memudahkan nasabah

dalam melakukan transaksi (www.brisyariah.co.id, diakses 8 Maret 2017).

Ketika sebuah bank mempunyai Citra Merek yang baik di mata nasabah dan Kesadaran Merek yang kuat, maka nilai Ekuitas Merek dalam produk tabungan tersebut akan meningkat dengan semakin banyaknya keputusan nasabah untuk menabung di BRI Syariah. Rangkaian kinerja bank syariah di Indonesia dapat di lihat pada Tabel 1.1 berikut:

TABEL 1.1
TOP BRAND INDEX PRODUK TABUNGAN
BANK SYARIAH TAHUN 2015-2016

Merek	2015		2016	
	TBI	Rangking	TBI	Rangking
BRISyariah	28,5 %	1	26,4 %	2
Bank Mandiri Syariah	27,4 %	2	31,5 %	1
BNI Syariah	13,5 %	3	15,9 %	3
Bank Muamalat	10,8 %	4	10,1 %	4
BCA Syariah	9,5 %	5	3,6 %	5

Sumber: *Top Brand Index* (TBI) 2015-2016

Jika dilihat dari Tabel 1.1 persentase tabungan BRI Syariah pada tahun 2015 berada pada peringkat pertama dengan persentase 28,5 %, sedangkan menginjak tahun 2016 BRI Syariah mengalami penurunan menjadi 26,4 % berada di peringkat kedua dari lima bank syariah terbesar di Indonesia, dan pada posisi peringkat pertama di gantikan oleh Bank Mandiri Syariah.

BRI Syariah merupakan salah satu bank yang mempunyai dana simpanan tabungan nasabah yang cukup besar. Ditunjukkan pada tabel 1.2 bahwa hingga bulan desember 2015 jumlah dana simpanan tabungan BRI Syariah masih diatas simpanan tabungan Bank Syariah Mandiri yaitu sebesar Rp 3,71 triliun lalu pada tahun 2016 pun jumlah simpanan BRI Syariah semakin meningkat masih

didasarkan simpanan Bank Syariah Mandiri yaitu sebesar Rp 4,17 triliun. Dilihat dari perkembangannya, nilai perkembangan simpanan tabungan BRI Syariah pada periode 2013-2014 jumlah perkembangan simpanan mencapai Rp 818 milyar, sedangkan pada periode 2014-2015 simpanan BRI syariah mengalami penurunan yang cukup tajam menjadi Rp 417 milyar tetapi pada periode 2015-2016 mulai mengalami kenaikan tidak terlalu banyak menjadi Rp 460 milyar.

TABEL 1.2
DATA PERBANDINGAN LAPORAN POSISI KEUANGAN TABUNGAN
BRI SYARIAH DAN BANK SYARIAH MANDIRI
(dalam jutaan)

KETERANGAN	BRI SYARIAH		BANK SYARIAH MANDIRI	
	Simpanan Tabungan	Selisih	Simpanan Tabungan	Selisih
Desember 2013	2,480,554	-	1,607,950	-
Desember 2014	3,298,859	818,305	1,700,819	92,869
Desember 2015	3,715,929	417,070	2,239,241	538,422
Desember 2016	4,176,761	460,832	2,593,437	354,196

Sumber: Laporan posisi keuangan (neraca) BRI Syariah dan Bank Syariah Mandiri

Dengan pernyataan yang sudah dijelaskan di atas menunjukkan bahwa kinerja produk tabungan pada BRI Syariah tidak stabil masih mengalami naik turun. Sedangkan rangking *top brand* pada tahun 2016 mengalami penurunan berada di peringkat kedua dibawah Bank Syariah Mandiri padahal jumlah simpanan tabungan BRI Syariah jauh lebih besar selalu berada di atas simpanan tabungan Bank Syariah Mandiri hingga desember 2016. Hal ini dapat memicu adanya masalah dalam kinerja bank pada BRI Syariah yang berdampak pada nilai ekuitas merek BRI Syariah karena harusnya yang terjadi jika jumlah simpanan tabungan berada pada jumlah yang terbesar maka peringkat merek pada produk

tabungan BRI Syariah tidak mengalami penurunan. Nilai simpanan tabungan yang baik seharusnya mampu mendongkrak Citra Merek pada tabungan BRI Syariah untuk menumbuhkan Kesadaran Merek kepada nasabah, tentunya melalui mediasi Kualitas Yang Dirasa nasabah sebelum menghasilkan nilai ekuitas merek yang baik di mata nasabah.

Menurut Jumiati Sasmita dan Norazah Mohd Suki (2014 : 276) mengatakan bahwa merek merupakan aset yang paling berharga bagi setiap perusahaan dan telah diakui secara luas sebagai alasan penting untuk pilihan konsumen yang berfungsi sebagai alat bagi konsumen untuk memeriksa diferensiasi produk dan keunikan produk dimana itu memperkaya kepercayaan konsumen dan kepercayaan dalam memfasilitasi proses pengambilan keputusan mereka yang meringankan beberapa masalah yang terkait dengan pengalaman. Nasabah tentunya memilih bank yang mempunyai Citra Merek yang cukup kuat dan positif. Karena nasabah memandang Citra Merek produk yang sangat penting menentukan pilihan dan keputusan pembelian. Maka hal itu menuntut industri perbankan harus menghasilkan atau mempunyai suatu Citra Merek yang bernilai positif dan berkualitas.

Penelitian kali ini menggunakan variabel terikat yaitu Ekuitas Merek. Untuk menciptakan nilai Ekuitas Merek itu sendiri sangat dibutuhkan nilai Citra Merek dan Kesadaran Merek yang dilengkapi dengan Kualitas Yang Dirasa oleh para konsumen. Kesadaran konsumen untuk Citra Merek dengan unsur-unsur pemasaran yang menarik sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk, dimana mereka menggunakan Citra Merek produk dengan

unsur-unsur yang menarik sebagai sumber utama informasi tentang produk yang akan dibeli dan mereka tidak mungkin membeli produk tersebut jika mereka tidak terbiasa dengan Citra Merek (Norazah, 279 : 2014). Kekuatan merek dalam sebuah produk bank sangat dipertimbangkan oleh nasabah, maka bank harus mempunyai perkembangan yang baik untuk dapat mempertahankan nasabah yang sudah ada saat ini dan dapat pula menarik atau memikat nasabah baru.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Jumiati Sasmita dan Norazah Mohd Suki (2014 : 277) menunjukkan bahwa Ekuitas Merek berhubungan dengan konsumen untuk menempatkan kepercayaan yang lebih besar dalam merek tertentu dibandingkan pesaingnya. Sebuah produk yang memiliki nilai Ekuitas Merek berpengaruh positif terhadap keuntungan masa depan perusahaan dan keberhasilan pemasaran yang tidak lepas dari sebuah Citra Merek, Kesadaran Merek dan Kualitas Yang Dirasa yang ditemukan sebagai faktor yang paling menghubungkan Ekuitas Merek antara banyak dimensi lainnya. Citra Merek dan Kesadaran Merek ini merupakan penentu utama dari Ekuitas Merek yang mempunyai hubungan yang positif. Sedangkan dalam penelitian Erfan Severi dan Kwek Choon Ling (2013 : 126) mengatakan bahwa untuk merancang strategi yang berbeda supaya dapat menarik pelanggan dengan menekankan pada ekuitas merek dari produk atau jasa, pemasar harus memprioritaskan Ekuitas Merek sebagai strategi mereka untuk menarik pelanggan yang potensial karena hal ini menunjukkan hubungan langsung yang mempunyai pengaruh positif signifikan antara dimensi Ekuitas Merek dan Ekuitas Merek.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka penelitian kali ini akan membahas tentang “Pengaruh Citra Merek Dan Kesadaran Merek Terhadap Ekuitas Merek Yang Dimediasi Oleh Kualitas Yang Dirasa Nasabah Tabungan BRI Syariah di Surabaya”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas maka permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Citra Merek mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap Kualitas Yang Dirasa nasabah tabungan BRI Syariah di Surabaya?
2. Apakah Kualitas Yang Dirasa mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap Ekuitas Merek nasabah tabungan BRI Syariah di Surabaya?
3. Apakah Citra Merek mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap Ekuitas Merek nasabah tabungan BRI Syariah di Surabaya?
4. Apakah Kesadaran Merek mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap Ekuitas Merek nasabah tabungan BRI Syariah di Surabaya?
5. Apakah Citra Merek mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap Ekuitas Merek yang dimediasi oleh Kualitas yang Dirasa nasabah tabungan BRI Syariah di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis signifikansi pengaruh Citra Merek terhadap Kualitas Yang Dirasa nasabah tabungan BRI Syariah di Surabaya.

2. Menganalisis signifikansi pengaruh Kualitas Yang Dirasa terhadap Ekuitas Merek nasabah tabungan BRISyariah di Surabaya.
3. Menganalisis signifikansi pengaruh Citra Merek terhadap Ekuitas Merek nasabah tabungan BRI Syariah di Surabaya.
4. Menganalisis signifikansi pengaruh Kesadaran Merek terhadap Ekuitas Merek nasabah tabungan BRI Syariah di Surabaya.
5. Menganalisis signifikansi pengaruh Citra Merek terhadap Ekuitas Merek yang dimediasi oleh Kualitas yang Dirasa nasabah tabungan BRI Syariah di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi berbagai pihak diantaranya :

1. Bagi BRI Syariah

Dapat digunakan sebagai masukan untuk mempertahankan Ekuitas Merek perusahaan untuk mempertahankan para pelanggannya selain itu juga dapat digunakan untuk mempertahankan perusahaan supaya tetap memiliki Citra Merek yang positif.

2. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang manajemen perbankan khususnya pada bidang pemasaran dan menambah wawasan tentang pengaruh citra merek terhadap Ekuitas Merek yang dimediasi oleh Kualitas Yang Dirasa nasabah tabungan BRI Syariah di Surabaya .

3. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi bagi mahasiswa STIE Perbanas Surabaya dan dapat digunakan sebagai bahan acuan ataupun sumber informasi penelitian yang sedang dibutuhkan sehingga peneliti selanjutnya bisa memberikan hasil yang lebih baik.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun secara sistematis dengan maksud agar pembaca dapat mengetahui lebih jelas urutan-urutan pembahasan objek penelitian, maka uraian sistematika penulisan meliputi :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian serta sistematika penulisan proposal.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang uraian rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menjelaskan tentang gambaran subyek penelitian, analisis data, serta pembahasan dari hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian, serta saran yang merupakan implikasi hasil penelitian bagi pihak terkait.

