

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bank syariah mulai beroperasi di Indonesia pada tahun 1992 dan perkembangannya dapat dikatakan lambat dibandingkan dengan bank konvensional. Hal ini dapat dilihat dari pangsa pasar perbankan syariah yang baru mencapai 6% dari total aset perbankan nasional dimana ideal pertumbuhannya adalah 30%. Kondisi ini tidak seharusnya terjadi karena mengingat mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim atau dapat dikatakan ada 80% dari total penduduk yang menurut BPS tahun 2015 diperkirakan sebanyak 250 juta (kompasnia.com). Jika masyarakat sadar akan bank syariah berarti harusnya akan ada lebih banyak masyarakat yang menggunakan bank syariah, bahkan pangsa pasar bank syariah tidak hanya mengacu pada masyarakat muslim namun mencakup juga masyarakat non muslim. Melihat hal tersebut, dapat dikatakan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia memiliki preferensi yang lebih besar terhadap bank konvensional dibanding bank syariah.

Bank syariah di Indonesia memang masih belum familiar ditelinga masyarakat secara keseluruhan namun bank syariah mampu bertahan selama 24 tahun. Pada saat Indonesia mengalami krisis pada tahun 1998 bank syariah di Indonesia juga mampu melewati keadaan terpuruknya dibandingkan dengan bank konvensional yang banyak diakuisisi. Melihat hal tersebut bank syariah memiliki

kekuatan tersendiri dan harusnya menjadi preferensi nasabah yang utama serta terus berkembang setiap tahunnya.

Tabel 1.1
POSISI DPK BANK BUMN BERBASIS SYARIAH TAHUN 2015 DI
INDONESIA

No	Nama Bank	Total DPK (dalam triliun rupiah) 2015
1	BNI Syariah	210,761
2	BTN Syariah	114,7
3	BSM	62,11
4	BRI Syariah	19,65

Sumber: www.keuangansyariah.com, www.banksyariahmandiri.com, dan www.btnsyariah.com, www.syariahbisnis.com (data diolah)

Berdasarkan Tabel 1.1, dapat dijelaskan bahwa bank BNI syariah menduduki posisi pertama karena total DPK nya lebih tinggi dari ketiga bank yang lain dengan total DPK pada tahun 2015 sebesar Rp.210,761 triliun. Setelah itu diikuti oleh Bank BTN Syariah sebesar Rp. 114,7 triliun, Bank Syariah Mandiri (BSM) sebesar Rp. 62,11 triliun, dan yang terakhir adalah BRI syariah sebesar Rp.19,65 triliun. Yang menarik perhatian penulis dari data tersebut adalah Bank BRI syariah yang berada di posisi terakhir pemilik DPK terbesar, sehingga perlu dilakukan penelitian terhadap bank BRI syariah.

Bank BRI syariah dapat bertahan atau tidaknya dalam keadaan krisis dan dikenal oleh masyarakat dapat dilihat dari besarnya total dana pihak ketiga (DPK). Jika masyarakat telah banyak mengenal Bank BRI syariah dan mulai yakin menggunakan Bank BRI syariah, maka masyarakat dapat menentukan preferensinya terhadap Bank BRI syariah. Meningkatkan preferensi nasabah dalam penggunaan Bank BRI syariah perlu melihat aspek-aspek atau faktor-faktor yang memicu hal tersebut.

Pertama yang harus dilihat adalah pemahaman dasar masyarakat tentang Bank BRI syariah atau persepsinya sebelum menggunakan Bank BRI syariah ataupun sesudah menggunakan. Bank BRI syariah perlu mengetahui persepsi layanan yang dimiliki oleh nasabah agar dapat terus membangun kinerja yang baik agar menciptakan pemahaman yang baik pula kepada nasabah. Seperti yang dijelaskan dalam jurnal Khalilur Rahman dan Abdul Jalil (2014:223) menyatakan bahwa persepsi layanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah.

Setelah melihat persepsi layanan yang dimiliki oleh nasabah, Bank BRI syariah juga perlu menilai sejauh mana kenyamanan layanan yang dirasakan oleh nasabah dalam menggunakan Bank BRI syariah. Seperti yang dijelaskan dalam penelitian oleh Khalilur Rahman dan Abdul Jalil (2014:223) mengatakan bahwa salah satu yang mendasari alasan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah adalah faktor kenyamanan layanan seperti ketersediaan ATM yang memadai.

Selain kedua hal tersebut, perlu melihat kualitas layanan Bank BRI syariah kepada nasabah. Apakah sudah dapat membentuk preferensi yang kuat terhadap nasabah atau tidak. Pada bank konvensional sudah sering melihat penilaian kualitas layanan namun pada bank syariah masih jarang ditemukan sehingga perlu diadakan penelitian tentang kualitas layanan bank syariah. Umumnya kualitas layanan yang diterapkan perbankan di Indonesia sudah menganut sistem yang sama namun dalam penelitian terdahulu, kualitas layanan masih memiliki pengaruh terhadap preferensi nasabah, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas

layanan masih memiliki perbedaan antar bank dan perlu diteliti lagi perbedaan tersebut.

Terakhir yang perlu diteliti adalah pemahaman nasabah mengenai merek Islam atau merek syariah yang ada pada Bank BRI syariah. Bank BRI syariah perlu mengetahui pendapat nasabah tentang merek syariah yang melekat pada produk dan jasa Bank BRI syariah. Apakah preferensi nasabah terpengaruh oleh merek syariah karena pemahamannya tentang halal dan haram atau terpengaruh oleh faktor lain. Dalam penelitian terdahulu oleh Khalilur Rahman dan Abdul Jalil (2014:223) telah menjelaskan bahwa merek syariah tidak mempengaruhi preferensi nasabah. Namun penelitian tersebut dilakukan di Malaysia dimana masyarakat di sana sangat menganut sistem syariah dalam kehidupannya sehari-hari sehingga merek syariah tidak lagi mempengaruhi preferensi masyarakat Malaysia. Berbeda dengan di Indonesia, masyarakat masih asing dengan sistem syariah sehingga perlu dilakukan penelitian mengenai pengaruh merek Islam terhadap preferensi nasabah.

Berkaitan dengan penjelasan yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **Pengaruh Persepsi, Kenyamanan, Kualitas Layanan, dan Islamic Branding Terhadap Preferensi Nasabah Bank Bri Syariah di Surabaya.**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini adalah :

1. Apakah persepsi layanan berpengaruh signifikan positif terhadap preferensi nasabah Bank BRI Syariah di Surabaya ?
2. Apakah kenyamanan layanan berpengaruh signifikan positif terhadap preferensi nasabah Bank BRI Syariah di Surabaya ?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan positif terhadap preferensi nasabah Bank BRI Syariah di Surabaya ?
4. Apakah *Islamic Branding* berpengaruh signifikan positif terhadap preferensi nasabah Bank BRI Syariah di Surabaya ?
5. Apakah persepsi layanan, kenyamanan layanan, kualitas layanan, dan *Islamic branding* secara bersama-sama berpengaruh signifikan positif terhadap preferensi nasabah Bank BRI Syariah di Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Menguji signifikansi pengaruh persepsi layanan terhadap preferensi nasabah Bank BRI Syariah di Surabaya.
2. Menguji signifikansi pengaruh kenyamanan layanan terhadap preferensi nasabah Bank BRI Syariah di Surabaya.
3. Menguji signifikansi pengaruh kualitas layanan terhadap preferensi nasabah Bank BRI Syariah di Surabaya.
4. Menguji signifikansi pengaruh *Islamic branding* terhadap preferensi nasabah Bank BRI Syariah di Surabaya.

5. Menguji signifikansi pengaruh dari persepsi layanan, kenyamanan layanan, kualitas layanan, dan *Islamic branding* secara bersama-sama terhadap preferensi nasabah Bank BRI Syariah di Surabaya.

1.4 **Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis tentang preferensi nasabah dalam memilih bank serta mengembangkan hasil penelitian ini untuk acuan melakukan pemasaran produk bank syariah kepada nasabah saat penulis berada di dunia kerja.

2. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai koleksi bacaan dan arsip penulisan mahasiswa/i setelah studi Sarjana 1 di STIE Perbanas Surabaya.

3. Bagi Pihak Lain

Bagi pihak Bank BRI Syariah di Surabaya, hasil dari penulisan ini diharapkan dapat menjadi masukan pengembangan ilmu pengetahuan maupun strategi pemasaran khususnya bagian *marketing* atau *funding*, sedangkan bagi pihak pembaca secara umum dapat digunakan sebagai wacana pengetahuan tentang alasan nasabah memilih Bank BRI Syariah dari sisi persepsi layanan, kenyamanan layanan, kualitas layanan, dan *Islamic branding*.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang atau alasan pemilihan topik penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan proposal.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang penelitian terdahulu mengenai preferensi nasabah, yang diuraikan mulai dari garis besar topik penelitian terdahulu sampai persamaan dan perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan saat ini. Kemudian akan dijelaskan juga mengenai teori yang berkaitan dengan topik penulis, yaitu preferensi nasabah dalam memilih bank yang mencakup alasan nasabah memilih suatu produk/jasa bank, persepsi layanan, kenyamanan layanan, kualitas layanan dan *Islamic branding* serta kerangka pemikiran penulis dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode yang akan digunakan untuk penelitian yang meliputi 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 yang terdiri dari garis besar tentang responden penelitian dari aspek demografis, atau perilaku baik jenis kelamin, usia, pendapatan bulanan, dan kunjungan ke bank. Selain itu dijelaskan pula tentang analisis data dari aspek analisis deskriptif dan analisis statistik. Yang terakhir adalah pembahasan yang menjelaskan tentang pengaruh antar variabel.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan terkait dengan jawaban atas rumusan masalah, keterbatasan penelitian baik yang dilakukan secara teoritik, metodologis, ataupun teknis, dan yang terakhir menjelaskan saran penulis kepada pihak-pihak terkait dengan penelitian ini.

