

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era revolusi industri 4.0 ini semakin berkembang. Dimana zaman milenial yang semuanya sudah serba digital dan canggih. Sehingga tidak akan terlepas yang namanya internet. Dengan adanya perkembangan yang begitu pesat ini, membuat perusahaan untuk dapat mengikuti perubahan di era revolusi salah satunya merupakan lembaga keuangan mikro syariah. Dimana lembaga keuangan syariah merupakan lembaga yang menghimpun dana serta menyalurkan dananya pada masyarakat serta keberadaanya berada di tengah-tengah masyarakat, yang harus mampu untuk memahami kebutuhan nasabah di era semakin canggih ini. Dimana di era ini, melakukan kebutuhan aktivitas sehari-hari semakin praktis dan mudah dalam bertransaksi. Dalam hal ini, bagaimana lembaga keuangan mikro syariah harus mampu untuk se kreatif mungkin dalam mengikuti perubahan di era revolusi yang semakin canggih ini. Dengan adanya revolusi ini, lembaga keuangan mikro syariah banyak tantangan yang harus dihadapi agar mampu untuk bertahan dan berjalan sesuai dengan target yang dibuat sehingga, lembaga keuangan mikro syariah harus memantau strategi yang tepat serta efektif agar mampu untuk meraih pencapaian sesuai dengan target, misalnya seperti meningkatkan promosi dan kualitas pelayanan.

Dalam promosi dikatakan bisa sukses itu, tergantung pada promosi yang diterapkan. Dengan adanya revolusi ini mengakibatkan promosi semakin canggih yang dulunya tradisional seperti sales *door to door* menjadi teknologi digital dalam membentuk saluran online ke dalam pasar. Di dalam teknologi digital ini seperti *website* dan media sosial (*Facebook dan Instagram*). Dimana dalam teknologi ini memberikan kontribusi yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan serta mempertahankan konsumen. Dengan mengenali pentingnya teknologi ini serta dapat mengembangkan pendekatan terencana untuk meningkatkan kesadaran pelanggan dan kemudian menyampaikan pesan melalui komunikasi serta aktivitas layanan yang berbasis *online* serta fokus dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang lebih spesifik lagi.²

¹ Muhammad Iqbal Fasa, *Eksistensi Bisnis Islami Di era Revolusi Industri 4.0* (Bandung: Penerbit Widina, 2020), 164.

² Vashty Ghassany Shabrina, "Pengaruh Revolusi Digital terhadap Pemasaran dan Perilaku Konsumen," *Jurnal Pewarta Indonesia* 1, no. 2 (2019): 135.

Selain promosi, kualitas pelayanan juga mengalami persaingan akibat adanya revolusi ini dan semakin canggihnya teknologi, tetapi tidak semua lembaga keuangan syariah mengikuti perkembangan zaman dalam memberikan kualitas pelayanan. Sehingga, lembaga keuangan syariah harus bisa untuk bersaing dengan unggul pada lembaga keuangan syariah lainnya dalam memberikan fasilitas pelayanan yang bermutu. Hal ini membuat lembaga keuangan syariah harus mampu untuk memberi kinerja dalam kualitas pelayanan yang profesional serta *excellent* dalam melayani nasabah, karena itu dapat dijadikan tolak ukur dalam penilaian nasabah untuk memutuskan menabung. Selain itu, lembaga keuangan mikro syariah juga harus mampu memahami kebutuhan nasabah serta memberikan pelayanan yang maksimal seperti sistem jemput bola, dimana sistem ini memudahkan nasabah dalam menabung, mengambil maupun dalam pembayaran angsuran tanpa harus datang ke kantor. Tetapi, hal ini membuat lembaga keuangan mikro syariah harus bisa untuk lebih inovatif dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang dimiliki agar tidak ketinggalan dengan lembaga keuangan mikro syariah lainnya yang sudah menerapkan pelayanan yang canggih.³

Dengan ini, lembaga keuangan mikro syariah terutama koperasi syariah mempunyai tantangan serta persaingan yang semakin kompetitif dengan lembaga keuangan mikro syariah lainnya. Dimana koperasi syariah harus mampu beradaptasi dan merubah pola pikir dalam sistem yang dikelolanya. Kemudian koperasi syariah perlu untuk mengikuti perkembangan teknologi yang semakin canggih dalam memperlancar untuk mengolah data keuangan. Salah satu jenis koperasi yang tumbuh di masyarakat merupakan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS). Berdirinya Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) adalah untuk membantu masyarakat dalam mendukung kegiatan pertumbuhan ekonomi dan pengembangan masyarakat yang dalam aktivitasnya terdiri dari simpanan, pinjaman serta pembiayaan berdasarkan dengan ajaran Islam termasuk infaq/sedekah, zakat, serta wakaf.⁴ Koperasi syariah ini didirikan dengan tujuan agar dapat memperluas jaringan mengenai lembaga keuangan syariah di daerah yang terpencil. Maka dari itu, koperasi syariah merupakan lembaga

³ Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global: Menciptakan Nilai Unggul Untuk Kepuasan Nasabah* (Jakarta: Prenamedia Group, 2017), 193-194.

⁴ Matin dan Aang Kunaifi, *Manajemen Lembaga Keuangan dan Bisnis Islam: Panduan Pratikum Pada Lembaga Keuangan Bisnis Islam* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020), 55-56.

keuangan syariah yang letaknya berada di tengah-tengah masyarakat dengan tujuan membantu perekonomian masyarakat. Dengan semakin banyaknya koperasi syariah yang sekarang ini berdiri dan hadir ditengah-tengah masyarakat, membuat koperasi syariah harus mempunyai inovasi dalam menciptakan keunggulan yang kompetitif di tengah persaingan yang begitu ketat dalam menarik nasabah serta menjaga kepuasan nasabah agar nasabah tidak mudah berpindah ke lembaga keuangan syariah lainnya, sehingga mampu untuk menjadi nasabah yang loyal.⁵ Oleh karena itu, untuk dapat meningkatkan keberhasilan koperasi syariah ini, harus ada peran yang bisa untuk meningkatkan produk maupun jasa yang dimiliki sehingga mampu untuk mempertahankan eksistensinya kepada nasabah.

KSPPS Kowanu Nugraha Kudus merupakan lembaga keuangan berbasis mikro syariah yang bergerak di bidang penyimpanan (*funding*) dan penyaluran dana (*lending*). KSPPS Kowanu Nugraha juga merupakan lembaga keuangan non-bank yang profesional, mandiri serta melayani anggota sesuai dengan prinsip syariah, yang mempunyai berbagai macam produk maupun jasa yang dimilikinya. Keberadaan KSPPS Kowanu Nugraha yang berada ditengah-tengah masyarakat diharapkan dapat menjawab dan membantu kebutuhan masyarakat sehingga tercipta kesejahteraan umat. Dengan pertumbuhan yang semakin pesat, dapat membuat masalah selalu muncul. Permasalahan yang muncul adalah untuk menghadapi persaingan dalam dunia lembaga keuangan mikro syariaah yang semakin kompetitif. Dengan ini, KSPPS Kowanu Nugraha Kudus berusaha untuk dapat meningkatkan promosi dan kualitas pelayanan agar sesuai apa yang dibutuhkan nasabah dan kemudian nasabah nanti akan puas sehingga memutuskan untuk menabung di koperasi.

Kasmir mengemukakan bahwa promosi merupakan kegiatan terakhir pada bauran pemasaran. Kegiatan ini sama pentingnya pada kegiatan lain seperti produk, harga dan lokasi. Pada aktivitas ini, tiap lembaga keuangan berupaya untuk secara langsung atau tidak langsung mempromosikan semua produk dan layanannya. Tanpa adanya suatu promosi, anggota tidak akan mengenali maupun mengetahui produk-produk di KSPPS. Maka dari itu, promosi adalah sebagai tempat yang paling ampuh dalam menarik serta mempertahankan anggotanya. Dengan tujuan untuk

⁵ Rika Mawarni, "Penerapan Digital Banking Bank Syariah Sebagai Upaya Customer Retention Pada Masa Covid-19," *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam* 9, no. 2 (2021): 40.

menginformasikan seluruh jenis produk yang ditawarkan serta mencoba menarik calon nasabah baru.⁶

Adapun bentuk promosi, yakni: periklanan, promosi penjualan, publisitas penjualan pribadi dan *branding*. Dengan ke lima bentuk promosi tersebut harus dipadukan oleh pengusaha dengan sedemikian rupa agar dapat secara efektif mempengaruhi pelanggan untuk tertarik membeli mengenai produk yang ditawarkan. Maka, tugas seorang manajer pemasaran, tidak hanya menghasilkan produk menarik bagi konsumen atau produk yang mempunyai kualitas tinggi dengan harga jual yang wajar, tetapi juga harus berusaha dalam menyampaikan dan memasarkan produk tersebut kepada pelanggan atau masyarakat. Promosi pada saat ini merupakan sesuatu yang harus diamati dengan cermat, terutama untuk produk yang baru pertama kali masuk ke pasar dan belum diketahui oleh konsumen. Berdasarkan hal tersebut diperlukan strategi promosi yang efektif dan efisien agar produk cepat dikenal dan diapresiasi oleh pelanggan dengan cepat dan terjangkau.⁷ Dalam hal ini, KSPPS Kowanu Nugraha Kudus melakukan strategi promosi dengan cara via online, seperti lewat *facebook* dan *Instagram*, agar masyarakat yang ingin melakukan simpanan dapat melihat dulu yang ada di beranda. Sebar brosur yang biasanya di berikan ketika nasabah datang ke kantor, di sebar di area sekitar yang dijadikan target dan perempatan jalan serta warung-warung dan juga memasang banner. *Door to door* yang biasanya mendatangi rumah-rumah untuk memasarkan produknya. Diundang dalam suatu rapat atau forum dewan guru di Ma'arif dan juga kerjasama dengan sekolah-sekolah tertentu.

Selain promosi, lembaga keuangan syariah juga perlu meningkatkan kualitas pelayana. Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan merupakan tingkat kualitas yang dinantikan serta penguasaan tingkat kualitas untuk memuaskan tingkat keinginan pelanggan. Jika pelayanan maupaun jasa yang diterimanya atau dinikmati sesuai keinginan, maka kualitas pelayanan dihargai serta dipuaskan. Namun, jika pelayanan atau jasa yang diterimanya dapat melebihi keinginan pelanggan, maka kualitas pelayanan dianggap sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya apabila dalam pelayanan atau

⁶ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 246.

⁷ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: BPFE, 1997), 240-241.

jasa yang diterimanya tidak sesuai yang diminta, maka mutu dalam pelayanan nantinya dinilai sebagai pelayanan yang biasa saja.⁸

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, indikator pada kualitas pelayanan, yaitu: 1) Keandalan, hal ini terkait mengenai kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang telah dijanjikan secara akurat sejak pertama kali. 2) Daya tanggap, mengenai kesediaan serta kemampuan penyedia layanan dalam membantu nasabah serta menanggapi permintaan secara tepat waktu. 3) Jaminan, mengenai pengetahuan serta kesopanan karyawan serta kemampuannya untuk membangun kepercayaan pelanggan. 4) Empati, berarti perusahaan memahami masalah pelanggan serta bertindak untuk kepentingan pelanggan, memberi perhatian pribadi pada pelanggan serta mempunyai jam kerja yang nyaman. 5) Bukti Fisik, berkaitan dengan penampilan fasilitas pelayanan, peralatan atau perlengkapan, sumber daya manusia serta bahan komunikasi perusahaan.⁹ Adapun pelayanan yang diberikan KSPPS Kowanu Nugraha Kudus yaitu, memahami kebutuhan nasabah, melayani dengan ramah dan sopan, memiliki jam operasional yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah, keamanan data nasabah. Selain itu, KSPPS Kowanu Nugraha Kudus juga melakukan sistem jemput bola bagi nasabah, sehingga nasabah tidak perlu ke kantor untuk menabung. Fasilitas yang terdapat di KSPPS Kowanu Nugraha Kudus yaitu sudah dilengkapi dengan AC di dalamnya, ada CCTV, selain itu ada 1 TV dan tempat duduk untuk menunggu, hal tersebut agar nasabah yang datang merasa nyaman. Selain itu, pelayanan dari karyawan juga merupakan penting, dengan adanya hubungan baik antara karyawan dan nasabah maka akan memberikan kesan yang positif bagi nasabah.

Keputusan nasabah untuk menabung adalah keputusan akhir dalam sebuah pilihan sebelum memutuskan akan bertransaksi dengan menggunakan produk yang diinginkan.¹⁰ Keputusan nasabah untuk menabung nantinya bisa membangun hubungan baik antara

⁸ Yolanda dan Dimas Firdaus, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Citra Perusahaan Serta Dampaknya Pada Keputusan Nasabah Menabung (Studi Kasus Pada Bank BRI Kantor Cabang Pembantu Meester)," *Jurnal Manajemen* 07, no. 1 (2019): 122.

⁹ Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: Andi, 2017), 159.

¹⁰ Rokhmania Nurmaeni, Siti Hasanah, dan Mustika Widowati, "Analisis Pengaruh Hedonisme, Religiusitas, Motivasi, dan Promosi terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus pada PT Bank BRI Syariah, Tbk Kantor Cabang Pembantu Majapahit Semarang)," *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance* Vol. 3, no. 2 (2020): 305.

perusahaan dengan nasabah. Sehingga, KSPPS Kowanu Nugraha selalu berorientasi untuk memahami dan memenuhi kebutuhan nasabah. Hal tersebut, dapat di lihat berdasarkan tabel di bawah ini yaitu jumlah nasabah simpanan di KSPPS Kowanu Nugraha yang mengalami peningkatan selama 3 tahun.

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Simpanan KSPPS Kowanu Nugraha Kudus
Periode 2019-2021

Tahun	Jumlah Nasabah
2019	1.439
2020	1.483
2021	1.709

Sumber: Data KSPPS Kowanu Nugraha Kudus

Berdasarkan pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah nasabah KSPPS Kowanu Nugraha mengalami peningkatan dalam setiap tahunnya. Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa tahun 2019 jumlah nasabah sebanyak 1.439. Tahun 2020 jumlah nasabah meningkat menjadi 1.483. Kemudian tahun 2021 jumlah nasabah menjadi 1.709. Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa perkembangan jumlah nasabah simpanan di KSPPS Kowanu Nugraha mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. Hal ini berarti promosi yang dilakukan KSPPS Kowanu Nugraha berhasil membuat nasabah tertarik untuk menabung sehingga bisa sampai tahap untuk memutuskan menabung. Tetapi, dalam promosi periklanan melalui media sosial yang dilakukan KSPPS Kowanu Nugraha Kudus tidak begitu aktif dalam memberikan informasi. Selain promosi, kualitas pelayanan yang diberikan KSPPS Kowanu Nugraha juga berhasil membuat nasabah merasa loyal dan puas dengan pelayanan yang diterimanya, tetapi pelayanan di KSPPS Kowanu Nugraha belum maksimal, karena masih berskala mikro serta belum tersedianya mobile banking, jadi nasabah yang ingin bertransaksi harus ke kantor terlebih dahulu. Sehingga, persaingan antar lembaga keuangan syariah semakin ketat, maka dari itu diperlukan strategi khusus agar bisa dapat mempertahankan perusahaan serta mencapai kesuksesan, dengan ini perlu mengimplementasikan strategi melalui peningkatan promosi serta kualitas pelayanan yang lebih modern. Dengan begitu, akan mudah untuk mencapai pasar sasaran dan mudah untuk mempengaruhi

keputusan nasabah untuk menabung di KSPPS Kowanu Nugraha, sehingga perusahaan mampu untuk *survive* serta memperoleh simpati dari masyarakat.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas yang sudah diuraikan, penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian di KSPPS Kowanu Nugraha Kudus dengan judul **“Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di KSPPS Kowanu Nugraha Kudus”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan, maka fokus dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah menabung di KSPPS Kowanu Nugraha Kudus?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di KSPPS Kowanu Nugraha Kudus?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah menabung di KSPPS Kowanu Nugraha Kudus.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di KSPPS Kowanu Nugraha Kudus.

D. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara teoritis
Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi pada penelitian selanjutnya dengan topik yang sejenis. Penelitian ini diharapkan mampu untuk menambah pengetahuan baru mengenai keputusan nasabah dalam menabung dari segi promosi dan kualitas pelayanan.
2. Secara praktis
Hasil penelitian ini bisa menambah wawasan pengetahuan mengenai perbankan yang berhubungan mengenai pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di KSPPS Kowanu Nugraha Kudus. Dasi hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan bagi pihak kinerja Lembaga Keuangan Syariah pada umumnya untuk dijadikan evaluasi yang berkaitan dengan dengan promosi dan kualitas

pelayanan yang nantinya bisa menjadi tambahan informasi dan bermanfaat bagi KSPPS Kowanu Nugraha Kudus.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan skripsi bertujuan agar bisa memperoleh gambaran umum tentang masing-masing dalam bagian skripsi, sehingga nantinya memperoleh penelitian dengan sistematis. Adapun sistematika penulisan skripsi yaitu:

1. Bagian Awal

Pada bagian awal berisi tentang halaman judul, persetujuan pembimbing, pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi, daftar tabel dan daftar gambar.

2. Bagian Isi

Pada bagian isi memuat tentang lima bab, dimana antara bab satu dengan bab yang lainnya mempunyai hubungan sehingga menjadi kesatuan yang utuh. Adapun lima bab tersebut yaitu:

BAB I: PENDAHULUAN

Bagian dalam bab pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bagian dalam bab ini membahas mengenai promosi, kualitas pelayanan, keputusan nasabah menabung, penelitian terdahulu, kerangka berfikir serta hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bagian dalam bab metode penelitian meliputi jenis pendekatan penelitian, populasi dan sampel, desain dan definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas dan teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian dalam bab hasil penelitian dan pembahasan meliputi gambaran obyek penelitian, gambaran umum responden, analisis data dan pembahasan.

BAB V: PENUTUP

Bagian dalam bab penutup memuat tentang kesimpulan dan saran-saran

3. Bagian Akhir

Dalam bagian akhir terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran serta daftar riwayat hidup penulis.