

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan global yang begitu cepat mendorong industri keuangan, khususnya perbankan, untuk terus beradaptasi. Sektor perbankan memegang peran penting dalam sistem keuangan, di mana salah satu fungsinya adalah menghimpun dana dari masyarakat luas dan menyalurkannya kembali kepada pihak yang membutuhkan (Habibah & Hasanah, 2021).

Bank Syariah merupakan salah satu jenis bank swasta yang saat ini berkembang pesat dan memiliki pangsa pasar yang cukup besar. Di sektor perbankan, mempertahankan nasabah yang sudah ada menjadi tantangan tersendiri karena pada umumnya lebih mudah untuk menarik nasabah baru dibandingkan menjaga loyalitas nasabah yang telah ada (Suwaldiyyana, 2023). Oleh sebab itu, dalam rangka mempertahankan nasabah yang kini menggunakan layanan perbankan syariah, diperlukan strategi dan pendekatan yang lebih efektif.

Selain itu, bank syariah juga dikenal memberikan nilai tambah yang lebih besar dibandingkan bank konvensional, terutama dalam hal mempertahankan loyalitas nasabah. Dalam hal ini, BMT (Baitul Maal wat Tamwil) memiliki peranan yang sangat penting. BMT merupakan lembaga keuangan syariah non-bank yang berfokus pada pengembangan ekonomi mikro berbasis syariah. BMT ikut berkontribusi dalam pemberdayaan masyarakat dengan memberikan akses keuangan kepada pelaku usaha kecil, mikro, dan menengah (UMKM), serta masyarakat ekonomi menengah ke bawah. Pemahaman yang mendalam terhadap berbagai faktor yang memengaruhi keputusan nasabah menjadi hal yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing lembaga.

Fenomena yang terjadi di Indonesia menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap layanan keuangan syariah terus meningkat. Hal ini sejalan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang berbasis keadilan dan kesejahteraan bersama. Meskipun demikian, BMT terus menghadapi berbagai kendala dalam mempertahankan dan menumbuhkan loyalitas klien. Tantangan utamanya adalah bagaimana memberikan layanan yang kompetitif

dan sesuai dengan kebutuhan nasabah di tengah persaingan ketat dengan lembaga keuangan lain, termasuk bank konvensional yang juga mulai menawarkan produk berbasis syariah.

Melihat mayoritas penduduk Indonesia menganut agama Islam dan negara ini memiliki potensi sumber daya manusia dan alam yang besar, BMT dinilai memiliki peluang pertumbuhan yang signifikan (Winanti dkk., 2021). BMT sendiri merupakan lembaga keuangan yang terus berkembang dan mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya, termasuk perbankan syariah.

Pertumbuhan ekonomi di daerah Kalibaru tergolong stabil dan didukung oleh aktivitas perdagangan serta pertanian yang cukup berkembang. Kondisi ini memungkinkan terbentuknya sistem pelayanan keuangan yang fleksibel dan berbasis syariah, yang mendukung sektor usaha mikro dan kecil. Selain itu, kesadaran masyarakat Kalibaru terhadap ekonomi berbasis syariah juga meningkat, hal ini ditunjukkan dari terus bertambahnya jumlah nasabah di BMT Muamalat Kalibaru dalam beberapa tahun terakhir.

Sebagai lembaga keuangan yang menjalankan prinsip syariah, BMT Muamalat Kalibaru dihadapkan pada tantangan dalam mempertahankan nasabah sekaligus meningkatkan pangsa pasar di tengah persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan kontribusi dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih layanan keuangan syariah.

Beberapa variabel yang diyakini memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah antara lain adalah: kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi. Kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap lembaga keuangan tersebut. Kualitas pelayanan yang optimal tidak semata-mata menjadi tujuan akhir, melainkan merupakan keharusan dalam membangun kepuasan dan kepercayaan anggota. BMT harus selalu berusaha untuk meningkatkan kepuasan anggota dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. Promosi juga memegang peranan penting dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman nasabah terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh BMT Muamalat Kalibaru Kabupaten Banyuwangi. Promosi yang efektif dapat

memengaruhi persepsi nasabah dan membantu meningkatkan keputusan mereka untuk menggunakan layanan dari BMT tersebut.

BMT Muamalat Kalibaru Kabupaten Banyuwangi masih menghadapi berbagai tantangan dalam mengoptimalkan pengaruh kualitas produk, pelayanan, dan promosi terhadap keputusan nasabah. Lokasi ini dipilih karena letaknya strategis serta memiliki pelayanan yang aktif dan berfokus pada kebutuhan nasabah, sehingga relevan dijadikan objek penelitian. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah, serta membantu BMT Muamalat merumuskan strategi untuk meningkatkan kualitas layanan dan promosi demi mendorong loyalitas nasabah dan pertumbuhan berkelanjutan.

1.2 Rumusan Masalah

Merujuk pada uraian latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap Keputusan nasabah BMT Muamalat Kalibaru Kabupaten Banyuwangi?
- b. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap Keputusan nasabah BMT Muamalat Kalibaru Kabupaten Banyuwangi?
- c. Bagaimana pengaruh promosi terhadap Keputusan nasabah BMT Muamalat Kalibaru Kabupaten Banyuwangi?
- d. Apakah Variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi secara serentak/bersamaan berpengaruh terhadap Keputusan nasabah BMT Muamalat Kalibaru Kabupaten Banyuwangi?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Menganalisis dan menguji kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah BMT Muamalat Kalibaru Kabupaten Banyuwangi.
- b. Menganalisis dan menguji kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah BMT Muamalat Kalibaru Kabupaten Banyuwangi.
- c. Menganalisis dan menguji promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah BMT Muamalat Kalibaru Kabupaten Banyuwangi.

- d. Menganalisis dan menguji kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi berpengaruh secara serentak/bersamaan terhadap keputusan nasabah BMT Muamat Kalibaru Kabupaten Banyuwangi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi merupakan variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah BMT Muamat Kalibaru Kabupaten Banyuwangi. Temuan ini dapat dijadikan acuan oleh perusahaan dalam merumuskan kebijakan, khususnya dalam upaya pengembangan kualitas produk, peningkatan pelayanan, serta strategi promosi kepada nasabah.

- b. Bagi Politeknik Negeri Jember

Penelitian tentang ini memberikan manfaat signifikan bagi Politeknik Negeri Jember dengan memperkaya kurikulum, meningkatkan kompetensi dosen dan mahasiswa. Selain itu, penelitian ini dapat meningkatkan reputasi institusi melalui publikasi hasil penelitian, menjadi sumber inspirasi bagi penelitian selanjutnya, dan memberikan solusi praktis bagi masalah lokal, yang sejalan dengan visi Politeknik Negeri Jember dalam pemberdayaan masyarakat dan pengembangan pendidikan vokasi.

- c. Bagi Penulis

Hasil Penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk memahami serta memperluas wawasan terkait teori perilaku konsumen, khususnya dalam melihat pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan nasabah BMT Muamat Kalibaru Kabupaten Banyuwangi.

- d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Menambah sebagai bahan pertimbangan kepustakaan di bidang penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan nasabah.