

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Peningkatan kualitas hidup masyarakat Indonesia merupakan salah satu tujuan yang hendak dicapai dalam pelaksanaan program pembangunan. Meningkatkan kualitas hidup antara lain diwujudkan dengan meningkatkan pendapatan melalui berbagai kegiatan perekonomian. Salah satu sarana yang mempunyai peranan strategis dalam kegiatan perekonomian adalah Perbankan. Peran strategis tersebut terutama disebabkan oleh fungsi utama perbankan sebagai *financial intermediary*, yaitu sebagai suatu wahana yang dapat menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat secara efektif dan efisien. Perbankan sebagai sebuah lembaga yang berfungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat pada akhirnya akan memiliki peranan yang strategis untuk mendukung pelaksanaan pembangunan nasional, yakni dalam rangka meningkatkan pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan taraf hidup rakyat banyak.

Krisis ekonomi dan moneter yang berlangsung pada pertengahan tahun 1997 memberikan dampak nyata pada kehidupan masyarakat. Hal ini ditandai dengan terpuruknya sektor-sektor penggerak perekonomian, meningkatnya konflik-konflik sosio-politik, serta tingginya tingkat pelanggaran hak asasi manusia. Selain itu, kondisi politik dalam

negeri yang menghangat sebagai persiapan Pemilihan Umum di tahun 2004, serta keamanan internasional pasca-Perang Irak yang cenderung tidak stabil, juga berpengaruh pada perkembangan pembangunan di Indonesia. Masalah yang lain yang muncul pada periode pasca-krisis ekonomi dan moneter adalah terpuruknya citra sektor perbankan, terutama karena kredit macet perusahaan – perusahaan besar, sehingga sangat berpengaruh pada likuiditas hampir semua bank di Indonesia. Hal tersebut sangat berdampak negatif terhadap kinerja perbankan nasional, yang semakin sulit untuk mendapatkan kembali kepercayaan penuh dari masyarakat.¹ Dengan demikian, diperlukan berbagai terobosan baru di bidang perbankan untuk menggerakkan kembali roda perekonomian Indonesia. Dalam pandangan Islam, aktivitas keuangan dan perbankan merupakan suatu wahana penting bagi masyarakat untuk membawanya kepada pelaksanaan ajaran Al-Qur'an yaitu prinsip At-Ta'awun (saling membantu dan bekerja sama diantara anggota masyarakat untuk kebaikan) dan prinsip menghindari Al-Iktinaz (menahan dan membiarkan dana menganggur dan tidak digunakan untuk aktivitas atau transaksi yang lebih bermanfaat).

Ide untuk mendirikan lembaga keuangan syariah ini telah muncul sejak tahun 1940 – an. Seperti terdapatnya konsep – konsep dari bank syariah yang utamanya untuk menolong kaum – kaum dhuafa' yang

¹ <http://www.bi.go.id>, diakses tanggal 8 september 2011.

memerlukan bantuan.² Dengan bertujuan saling tolong menolong antar sesama tidak membedakan status kehidupan, entah itu kaya atau miskin, yang paling utama dan paling penting yaitu memberikan modal pada yang memerlukan, serta tidak memberatkan salah satu pihak atas bantuan yang telah diberikan. Namun pada saat itu keadaan yang tidak memungkinkan, karena belum banyak pemikiran yang mengarah ke Islam, jadi mereka semua beranggapan bahwa sistem perbankan yang bebas bunga sesuatu yang tidak mungkin.

Pada akhir periode 1970-an, lembaga keuangan Islam pada bermunculan di Negara – Negara islam. ³Di Negara Indonesia, bank syari'ah berdiri pada tahun 1992 dengan nama Bank Muamalat Islam (BMI), yang operasionalnya berdasarkan pada UU No. 7/1992 tentang perbankan dan kemudian direalisasikan pada UU No.10/1998 yang memberikan peluang pada bank – bank konvensional untuk ikut menawarkan produk – produk bank syari'ah, yang telah terbukti dengan munculnya bank – bank konvensional yang berprinsip syari'ah, diantaranya : BRI Syaria'ah, BNI Syari'ah, Bank Syariah Mandiri, Bank Niaga Syari'ah dll.

Maka dari itu produk operasional dan mekanisme yang ada di lembaga keuangan Islam bukan hanya sebagai atribut produk lembaga saja, tetapi juga sebagai produk lembaga yang bertujuan untuk memperoleh profit secara wajar. Sebagaimana yang diketahui Bank

² Djazuli, Yudi Janwari, *Lembaga – lembaga Perekonomian Umat* (Jakarta : PT. Grafindo Persada, 2002) hal 61

³ Ibid, 62

Syariah Mandiri bukan merupakan unit usaha syariah dari Bank Mandiri dan merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayanan yang mempunyai tingkat persaingan yang kompetitif.

Bank syari'ah lahir sebagai salah satu solusi alternatif terhadap persoalan pertentangan antara bunga bank dengan riba. Bank syari'ah yang memiliki filosofi utama kemitraan dan kebersamaan (sharing) dalam profit dan risk diharapkan dapat mengakomodasi kebutuhan masyarakat terhadap layanan jasa perbankan yang sesuai dengan prinsip syari'ah. Salah satu fungsi utama perbankan sebagai lembaga intermediasi adalah menerima simpanan dari nasabah yang kelebihan dana, dan meminjamkan kepada nasabah lain yang membutuhkan dana. Bagi perbankan konvensional, selisih antara besarnya bunga yang dikenakan kepada para peminjam dana dengan imbalan bunga yang diberikan kepada nasabah penyimpan merupakan sumber keuntungan terbesar. Hal inilah yang menjadi perbedaan pokok antara perbankan syari'ah dengan perbankan konvensional, yakni adanya larangan pengambilan bunga. Dalam sistem operasionalnya, perbankan syari'ah pada dasarnya memiliki *competitive advantage* yang tidak dapat tersaingi sistem konvensional, yaitu digunakannya standar moral islami dalam kegiatan usahanya, dimana azas keadilan dan kemanfaatan bagi seluruh umat mampu mendorong terciptanya sinergi yang sangat bermanfaat bagi bank dan nasabahnya. Selain itu, penerapan prinsip bagi hasil sebagai salah satu prinsip pokok

dalam kegiatan perbankan syariah juga akan menumbuhkan rasa tanggung jawab pada masing-masing pihak, baik bank maupun debiturnya.

Pemberian merek pada perusahaan merupakan masalah utama dalam strategi produk. Di satu pihak, mengembangkan produk bermerek memerlukan pengeluaran investasi jangka panjang yang besar, khususnya untuk iklan, promosi, dan pengemasan. Banyak perusahaan berorientasi merek mensubkontrakkan proses manufakturnya ke perusahaan lain. Berbagai perusahaan dan investor akan menyadari merek sebagai aset perusahaan yang paling penting.⁴ Karena, para produsen menyadari bahwa pemberian merek akan memberikan kekuasaan pemasaran yang sangat tinggi di dalam memasarkan produk.

Suatu citra merek yang menarik akan dapat memberikan keunggulan utama bagi perusahaan, di samping itu juga dapat menarik para nasabah di dalam menentukan atau memilih produk. Merek yang menarik juga dapat membedakan suatu produk dengan produk – produk pesaing, yang dapat menjatuhkan atau menghancurkan reputasi produk dari perusahaan itu sendiri. Merek dapat di artikan juga dengan artikan dengan *Atribut*, yang artinya logo, tanda, simbol atau lambang. Maka dari itu atribut produk suatu lembaga keuangan harus mempunyai ciri khas tertentu.

Oleh karena itu Bank Syariah mandiri Tulungagung didalam operasionalnya di hadapkan kepada bagaimana calon nasabah untuk dapat

⁴ Philip kotler, *manajemen pemasaran*, (Jakarta:PT Prehalindo, 2002) 460

bergabung pada lembaganya, salah satu pendukung adalah mempunyai kualitas produk yang berkualitas. Dan untuk menciptakan produk yang sesuai dengan syariah diperlukan atribut produk yang sesuai dengan syariah juga, sehingga masyarakat bisa tahu walaupun hanya dengan nama produknya saja.

Penulis mengambil penelitian di Bank Syaria'ah Mandiri Tulungagung dengan alasan karena penulis merasa bahwa Bank Syaria'ah Mandiri merupakan lembaga keuangan yang tepat untuk diteliti, mengingat begitu banyak sekali nasabahnya yang mempercayakan untuk menggunakan produk – produk baik penghimpunan dana maupun pembiayaan di dalam Bank Syariah Mandiri Tulungagung. Di samping itu juga Bank Syariah Mandiri Tulungagung mempunyai banyak sekali produk penghimpunan dana ataupun pembiayaan, yang sangat berkualitas dan juga lengkap. Maka dari itu saya mengambil penelitian di Bank Syariah Mandiri Tulungagung ini agar mengetahui apakah dengan atribut – atribut produk ini dapat menarik nasabah untuk bergabung di dalam lembaga tersebut.

Dari uraian diatas penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Nasabah didalam Memilih produk tabungan” (Studi kasus di KCP Bank Syaria'ah Mandiri Tulungagung)**

B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana atribut produk BSM KCP TULUNGAGUNG ?
2. Bagaimana keputusan nasabah di dalam memilih produk tabungan di BSM ?
3. Seberapa besar atribut produk dapat mempengaruhi terhadap keputusan nasabah di dalam memilih produk tabungan di BSM KCP TULUNGAGUNG ?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui bagaimana atribut produk BSM KCP TULUNGAGUNG
2. Untuk mengetahui bagaimana keputusan nasabah di dalam memilih produk tabungan di BSM
3. Untuk mengetahui seberapa besar atribut produk dapat mempengaruhi terhadap keputusan nasabah di dalam memilih produk tabungan di BSM KCP TULUNGAGUNG.

D. KEGUNAAN PENELITIAN

1. Bagi peneliti
Dari penelitian ini, peneliti mengharapkan dapat meningkatkan kemampuan dalam melakukan penelitian dan meningkatkan kecerdasan di dalam memberikan atribut produk yang akan di buat bekal nanti terjun di masyarakat
2. Bagi lembaga pendidikan

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan masukan untuk perkembangan ilmu ekonomi Islam.

3. Bagi Lembaga KCP BSM Tulungagung

- a. Diharapkan dapat sebagai masukan atau acuan yang berharga dalam melakukan pengembangan produknya dan bersosialisasi di masyarakat.
- b. Sebagai pemberi informasi sebagai evaluasi untuk mengetahui keberhasilan dan kesuksesan selama ini yang telah dicapai.

E. HIPOTESIS

Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian yang sebenarnya masih harus di uji secara empiris⁵.

1. Hipotesis (H1) adalah suatu ramalan bahwa suatu fakta yang terdapat dalam suatu situasi dapat diduga akan menimbulkan akibat tertentu.

Adapun hipotesis H1 dalam penelitian ini adalah “ada pengaruh atribut produk terhadap keputusan nasabah di dalam memilih produk tabungan (studi kasus pada KCP Bank Syariah Mandiri Tulungagung)”

2. Hipotesis (H0) adalah hipotesis yang tidak ada pengaruh antara variabel X dan variabel Y

⁵Sumadi sukrabrata, *metodologi penelitian*, (jakarta:raja grafindo persada,2002),69

Adapun hipotesis H0 dalam penelitian ini adalah tidak ada pengaruh atribut produk terhadap keputusan nasabah di dalam memilih produk tabungan (studi kasus pada KCP Bank Syariah Mandiri Tulungagung).