

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan Syariah dikenal sebagai *Islamic banking*, kata *Islamic* pada awalnya dikembangkan sebagai satu respon dari kelompok ekonomi dan praktisi. Perbankan Islam yang berusaha mengakomodir berbagai pihak yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai moral dan prinsip-prinsip Syariah Islam khususnya yang berkaitan dengan pelarangan praktek riba, kegiatan yang bersifat spekulatif yang serupa dengan perjudian (*maisyir*), ketidakpastian (*qharar*) dan pelanggaran prinsip keadilan dalam transaksi serta keharusan penyaluran dana investasi pada kegiatan usaha yang etis dan halal secara syariah (Syarif, 1963: 96). Dalam Al-Qur'an surat Al-Hud 86, sebagai berikut:

 بِقِيَّتُ اللَّهِ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ وَمَا أَنَا عَلَيْكُمْ بِحَفِيظٍ

Artinya : “Sisa keuntungan dari Allah SWT adalah lebih baik bagimu jika kamu orang-orang yang beriman. Dan aku bukanlah seorang penjaga atas dirimu.”

Saat ini perkembangan dibidang jasa, khususnya perbankan sedang pesat. Jasa merupakan kegiatan yang dapat diidentifikasi secara tersendiri, yang pada hakekatnya bersifat tak teraba (*intangible*), yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau jasa lain (Stanton, 1996: 220). Dahulu nasabah mencari bank (*Bank Oriented*), sekarang bank mencari nasabah (*Customer Oriented*) maka bank dituntut mampu menawarkan produk-produk sesuai dengan kebutuhan dan

keinginan nasabah. Dengan memanfaatkan produk yang ditawarkan, perbankan harus dapat merebut perhatian calon nasabah tidak hanya sekedar memperkenalkan, tetapi juga mengandung unsur persuasi. Hadirnya Bank Syariah di Indonesia telah direspon oleh Bank Indonesia dalam pengembangannya. Hal ini ditandai dengan dibukanya Biro Perbankan Syariah di Bank Indonesia. Salah satunya yaitu BPRS Bangun Drajat Warga Yogyakarta, karena BPRS tersebut merupakan BPRS yang paling lama berdiri sampai saat ini dan merupakan BPRS yang pertama kali berdiri di kota Yogyakarta. UU No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan Bagi Hasil, yang direvisi dengan UU No. 10 tahun 1998. Bank Syariah dan Lembaga Keuangan Non-Bank secara kuantitatif tumbuh dengan pesat. Pertumbuhan yang pesat secara kuantitatif tanpa diikuti dengan peningkatan kualitas ternyata telah menimbulkan dampak negatif yang tidak kecil. Banyak berbagai keluhan tentang pelayanan yang tidak memuaskan dari lembaga keuangan syariah.

BPRS harus selalu menjaga kepercayaan dari masyarakat dan bisa percaya karena hal tersebut merupakan modal yang paling besar bagi sebuah lembaga keuangan. Kepercayaan tersebut melalui keamanan, pelayanan, bagi hasil yang kompetitif serta masalah. BPRS sebagai agen pembangunan dan pengembangan secara ekonomi untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat (terutama kalangan menengah ke bawah) harus terlihat. Hal yang sama harus juga dilakukan dalam pelayanan yang bergerak di bidang jasa keuangan, sehingga pelayanan yang baik dan cepat merupakan syarat mutlak dalam memberikan layanan kepada nasabahnya maupun masyarakat.

Salah satu instrumen kelembagaan yang menerapkan instrumen bagi hasil adalah bisnis dalam lembaga keuangan syariah. Hal tersebut nampaknya menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat bisnis. Usaha dan berbagi hasil usaha antara pemilik dana

(*shohibul mal*) yang menyimpan uangnya di lembaga, lembaga selaku pengelola dana (*mudharib*) dan masyarakat yang membutuhkan dana yang bisa berstatus peminjam dana atau pengelola usaha. Prinsip utama yang selalu memotivasi bank syariah dalam kaitannya dengan manajemen dana adalah bank syariah harus mampu memberikan bagi hasil kepada penyimpan dana minimal sama dengan atau lebih besar dari suku bunga yang berlaku di bank konvensional.

Banyaknya persaingan terhadap bank syariah disebabkan karena semakin banyaknya lembaga syariah saat ini. Agar dapat mensosialisasikan ke masyarakat luas, maka perusahaan harus mengetahui perilaku nasabah dalam pengambilan keputusan untuk memilih tabungan yang berhubungan terhadap karakteristik nasabah dengan atribut produk yang terdapat pada bank. Karakteristik nasabah terdiri dari profesi, jenis kelamin dan pendidikan akhir (Agus Widodo: 2004). Karakteristik nasabah yang diambil hanya terdiri dari tiga aspek karena menurut penelitian yang saya teliti hanya tiga aspek tersebut yang dianggap penting dalam pemilihan tabungan. Profesi perlu diketahui karena profesi orang berbeda-beda dan mempunyai tingkat upah atau gaji yang berbeda pula. Hal tersebut akan berpengaruh terhadap kemampuan nasabah dalam menabung. Jenis kelamin perlu diketahui karena sekarang lebih banyak wanita daripada pria dan wanita cenderung memiliki sifat hemat. Selain itu pekerjaan juga sangat berpengaruh terhadap kemampuan nasabah dalam menabung, karena pekerjaan yang berbeda akan berbeda pula tingkat dan jenis tabungan yang dipilih. Tingkat pendidikan akhir perlu diketahui karena dengan tingkat pendidikan yang berbeda akan berbeda pula tingkat tabungan dan jenis tabungan yang dipilih.

Atribut produk yang terdiri dari kualitas produk/ layanan, kemasan/ desain produk, merek, jaminan dan harga (Kotler dan Amstrong, 2003: 347). Kualitas produk menunjukkan kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya. Pelayanan perlu diketahui karena masyarakat dalam menabung di suatu bank memerlukan pelayanan yang baik sehingga nasabah merasa puas. Desain produk/ kemasan yang baik dapat memberikan kontribusi dalam hal kegunaan produk dan juga penampilannya. Merek yang baik dapat menyampaikan jaminan tambahan berupa jaminan kualitas. Merek memegang peranan penting dalam pemasaran. Jaminan adalah janji yang merupakan kewajiban produsen atas produknya kepada konsumen, di mana para konsumen akan diberikan ganti rugi bila produk ternyata tidak bisa berfungsi sebagaimana yang diharapkan atau dijanjikan. Harga diartikan sebagai nilai yang diperlukan konsumen untuk suatu manfaat atas pengkonsumsian, penggunaan atau kepemilikan barang atau jasa.

Menurut Rosady Ruslan (2005: 275) dalam konsep *service of excellent* ada empat pokok unsur pelayanan yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan, karena pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Keempat unsur tersebut merupakan satu kesatuan pelayanan jasa yang terintegrasi. Artinya pelayanan atau jasa yang diberikan kepada pelanggan menjadi tidak *excellent* (unggul), jika salah satu unsur kurang. Untuk mencapai tingkat suatu pelayanan prima, maka pihak *customer service* harus memiliki tingkat ketrampilan tertentu, keandalan, berpenampilan baik dan rapi (*good performance*), bersikap ramah serta mampu berkomunikasi dan menciptakan hubungan pelanggan yang baik (*good relationship*). BPRS Bangun Drajat Warga Yogyakarta sebagai salah satu lembaga kepercayaan masyarakat harus mampu

memberikan pelayanan yang berkualitas untuk memberikan kepuasan bagi nasabah. Peningkatan pelayanan BPRS dilakukan dengan perluasan jaringan maupun dalam bentuk kerja sama dengan lembaga lain serta memberikan bagi hasil yang kompetitif. Kedua hal tersebut diharapkan dapat diketahui hubungan antara keduanya dan derajat keterkaitannya terhadap atribut produk. Peneliti memilih Bank Bangun Drajat Warga Yogyakarta sebagai tempat penelitian karena Bank Bangun Drajat Warga merupakan BPRS yang paling lama berdiri di kota Yogyakarta, peneliti juga ingin mengkaji adakah hubungan karakteristik nasabah dengan pemilihan tabungan pada BPRS yang paling lama berdiri, adapun ada, karakteristik nasabah yang seperti apa dan alasan yang terakhir yaitu karena tempat penelitiannya strategis, yaitu jaraknya tidak jauh dengan rumah peneliti. Atas dasar inilah penulis mengambil judul skripsi **"Hubungan Karakteristik Nasabah Dengan Atribut Produk Tabungan BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta."**

B. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Karakteristik nasabah yang diteliti meliputi jenis kelamin, profesi dan pendidikan akhir. Karakteristik nasabah tersebut diambil berdasarkan lamanya responden menjadi nasabah di BPRS Bangun Drajat Warga Yogyakarta.
2. Atribut produk pada tabungan yang dianggap penting bagi nasabah yang diteliti meliputi kualitas produk/ layanan, kemasan/ desain produk, merek, jaminan dan harga.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas penulis telah menentukan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat hubungan antara karakteristik nasabah yang meliputi jenis kelamin, profesi dan tingkat pendidikan akhir dengan atribut produk yang meliputi kualitas produk/ layanan, kemasan/ desain produk, merek, jaminan, dan harga di BPRS Bangun Drajat Warga Yogyakarta?
2. Karakteristik nasabah mana yang mempunyai hubungan paling dominan terhadap atribut produk pada BPRS Bangun Drajat Warga Yogyakarta?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis hubungan karakteristik nasabah yang meliputi jenis kelamin, profesi dan tingkat pendidikan akhir dengan atribut produk yang meliputi kualitas produk/ layanan, kemasan/ desain produk, merek, jaminan, dan harga pada BPRS Bangun Drajat Warga Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui hubungan yang paling dominan antara karakteristik nasabah terhadap atribut produk pada BPRS Bangun Drajat Warga Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini dapat menjadi penambah wawasan empiris mengenai teori yang berkaitan dengan perilaku konsumen.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi lembaga perbankan syariah, khususnya pada BPR Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta dalam meningkatkan kualitas atribut produknya.