

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Persaingan usaha antar bank syariah yang semakin tajam dewasa ini telah mendorong munculnya berbagai jenis produk dan sistem usaha dalam berbagai keunggulan kompetitif. Keadaan tersebut menuntut para pelaku perusahaan untuk lebih mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Karena kondisi ini, telah menciptakan suatu sistem dan persaingan baru dalam dunia perbankan, bukan hanya persaingan antar bank syariah, tetapi juga antara bank syariah dengan lembaga keuangan. Sebuah fenomena nyata yang menuntut bank syariah untuk lebih antisipatif terhadap perubahan yang terjadi dalam dunia perbankan.¹

Dunia perbankan saat ini banyak diwarnai oleh berbagai produk baru di samping produk-produk investasi konvensional yang telah ada. Saat ini begitu banyak bentuk investasi yang ditawarkan pada masyarakat. Terdapat manajemen dana nasabah yang dikenal dengan sebutan reksadana, asuransi, manajemen asset, lembaga pengelolaan investasi saham dan mata uang asing. Jasa keuangan semacam ini terbilang unik karena memiliki karakteristik yang unik dibandingkan dengan produk lain. Elemen-elemen yang abstrak turut mewarnai hubungan antara konsumen dalam hal ini nasabah dengan pihak bank. Dalam produk yang mengandalkan hubungan antara konsumen dan penyedia jasa maka kepercayaan menjadi hal yang mendasar bagi kinerja bank dan sangat menentukan

¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007, hal. 163

kelangsungan usaha bank yang bersangkutan.² Produk atau jasa yang bisa memuaskan adalah produk atau jasa yang dapat memberikan sesuatu yang dicari oleh konsumen sampai pada tingkat cukup. Dalam konteks teori perilaku konsumen, kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Kepuasan yang tinggi atau kesenangan cenderung akan menyebabkan pelanggan berperilaku positif, terjadinya kelekatan emosional terhadap merek, dan juga preferensi rasional sehingga hasilnya adalah kesetiaan (loyalitas) pelanggan yang tinggi.³

Dengan adanya perubahan selera nasabah, teknologi dan persaingan yang sangat pesat, membuat PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Syariah harus mengembangkan secara terus-menerus produk dan jasanya agar dapat eksis di dunia perbankan. Oleh karena itu, untuk mempertahankan dan meningkatkan perolehan tabungan, bank makin kreatif dalam menciptakan produk dalam upaya memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah tabungannya. Beragam produk tabungan diluncurkan antara lain tabungan berhadiah, tabungan bisnis atau tabungan pendidikan. Tujuan pengembangan produk yang dilakukan oleh PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Syariah adalah untuk meningkatkan daya saing melalui penyediaan alternatif layanan perbankan yang sesuai dengan kebutuhan

² Gunarto Suhardi, *Pengaruh Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pemilihan Produk Deposito Perbankan Terhadap Kepercayaan dan Dampaknya pada Loyalitas Nasabah*, Fakultas Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2008, hal. 101.

³ Alida Palilati, *Jurnal: Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Tabungan Perbankan di Sulawesi Selatan*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 9, No. 1, 2007, hal. 74.

nasabah.⁴ Suatu produk yang diluncurkan sangat ditentukan oleh atribut-atribut produk yang mampu memberikan kepuasan kepada nasabah sehingga akan mempengaruhi loyalitas nasabah terhadap produk tersebut. Salah satu produk PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Syariah yang diperlukan masyarakat adalah Tabungan Batara iB di samping jenis simpanan lainnya dan kredit. Tabungan Batara iB adalah simpanan berdasarkan akad *wadiah yad dhamanah* dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.⁵

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia merupakan suatu respon dari kelompok ekonom dan praktisi perbankan muslim yang berupaya mengakomodasi desakan dari berbagai pihak yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai moral dan prinsip-prinsip syariah islam. Utamanya yang berkaitan dengan pelarangan praktek riba, kegiatan yang bersifat spekulatif yang serupa dengan perjudian (*maisir*), ketidakpastian (*gharar*) dan pelanggaran prinsip keadilan dalam transaksi serta keharusan penyaluran dana investasi pada kegiatan usaha yang etis dan halal secara syariah.⁶ Perkembangan sistem keuangan syariah semakin kuat dengan ditetapkannya dasar–dasar hukum operasional melalui UU No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan yang telah diubah dalam UU No. 10 tahun 1998 yang secara

⁴ [www. btn.co.id](http://www.btn.co.id)

⁵ Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001, hal. 85

⁶ Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah*, Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan (UPP) AMP YKPN, 2002, hal. 13.

eksplisit menetapkan bahwa bank dapat beroperasi berdasarkan sistem bagi hasil.⁷ Kemudian, UU No. 23 tahun 1999 tentang Bank Indonesia juga menetapkan bahwa Bank Indonesia dapat melakukan pengendalian moneter berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Kedua UU tersebut selanjutnya menjadi dasar hukum bagi keberadaan *dual system bank* di Indonesia, yaitu adanya dua sistem (konvensional dan syariah) yang beroperasi dalam sebuah bank.⁸

Dilihat dari penghimpunan dana tabungan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) mencatat peningkatan dalam penghimpunan dana masyarakat disetiap tahunnya. Pertumbuhan dana tabungan tersebut dapat dilihat dari Laporan Keuangan Unit Usaha Syariah per 30 September, seperti terlihat pada tabel berikut ini:⁹

Tabel 1.1 Perkembangan tabungan (Dalam jutaan rupiah)

Tahun	Tabungan Batara iB	Giro Batara iB	Deposito Batara iB
2010	156.807	98.007	1.468.655
2009	117.188	62.932	990.283
2008	92.718	45.025	461.423

Sumber: Laporan tahunan bank BTN

Berdasarkan tabel di atas PT. Bank Tabungan Negara (Persero) mengalami peningkatan dana tabungan yang sudah beroperasi sampai dengan 2010 menunjukkan kinerja yang positif. Akan tetapi dalam persaingan perbankan nasional sekitar 67 persen penghimpun tabungan terbesar dicapai oleh BCA kemudian disusul berturut-turut oleh Mandiri, BRI dan BNI. Keempat bank

⁷ Muhammad, *op.cit.*, hal 14

⁸Hady Sutjipto, *Menyoroti Kebijakan Moneter dalam Membangun Perekonomian Syariah di Indonesia*, Disampaikan pada Simposium Nasional Sistem Ekonomi Islam III oleh Laboratorium Manajemen FE Unpad, Bandung, 14-15 November 2007, hal. 2

⁹ *Ibid.*, [www. btn.co.id](http://www.btn.co.id)

tersebut menguasai dua per tiga pasar tabungan, sedangkan BTN dari 10 bank papan atas menempati urutan paling akhir seperti terlihat pada tabel berikut ini:¹⁰

Tabel 1.2 Tabungan 10 Bank Terbesar (Rp T)

Nama Bank	2005	2006	2007	2008	2009
BCA	63.56	71.57	94.73	105.39	113.30
Mandiri	45.17	54.61	81.54	89.61	91.11
BRI	49.37	58.31	72.27	88.06	88.60
BNI	36.47	38.52	48.15	52.36	51.49
CIMB Niaga	4.71	5.37	6.79	17.97	17.64
Danamon	8.55	9.71	11.40	12.85	13.19
BII	5.07	5.61	7.16	10.38	13.19
Panin	3.86	5.29	7.55	8.06	9.32
Permata	4.75	6.05	7.21	7.38	7.36
BTN	5.51	6.06	7.34	7.05	7.83
Total 10 bank	281.49	333.93	438.58	498.59	514.91

Sumber : Statistik Perbankan Indonesia (SPI)

Selain menambah jumlah nasabah tabungan, manajemen PT. Bank Tabungan Negara (Persero) terus berupaya memperbaiki produknya agar nasabah tetap loyal terhadap PT. Bank Tabungan Negara (Persero) dan mampu bersaing dengan BUMN yang lainnya. Tidak mudah dalam menciptakan nasabah agar loyal, maupun menjadikan nasabah yang sudah ada tetap loyal kepada PT. Bank Tabungan Negara (Persero), dikarenakan loyalitas merupakan perilaku nasabah dalam melakukan pembelian kembali terhadap produk perusahaan. Nasabah yang loyal dan akan menjadi *Customer Based* yang baik, setidaknya akan melakukan transaksi dengan berulang-ulang dan juga akan menggunakan produk yang lain.

¹⁰ Dini Suryani, *Peta Tabungan Perbankan (Economic Review)*, No. 217 September 2009, hal. 2

Dengan mengetahui pentingnya atribut-atribut mana yang diharapkan oleh nasabah dari suatu produk Tabungan Batara iB, serta dengan mengetahui sejauh mana program yang ditetapkan perusahaan sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah, maka perusahaan diharapkan dapat mengetahui dengan cara apa perusahaan dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan nasabahnya bahkan sekaligus meningkatkan loyalitas nasabahnya. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Atribut Produk Tabungan Batara iB Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Semarang ”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang diteliti adalah “Seberapa besar pengaruh atribut produk Tabungan Batara iB terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Semarang?”

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji secara empiris apakah atribut produk Tabungan Batara iB berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Semarang.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat atau kegunaan bagi semua. Manfaat yang dapat diperoleh antara lain:

1. Sebagai bahan masukan kinerja PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Semarang dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan produk Tabungan Batara iB yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah dalam Islam.
2. Memberikan manfaat berupa teori dan aplikasi terhadap pengembangan Ilmu Ekonomi Islam.
3. Sebagai bahan informasi penelitian selanjutnya.

1.4. Sistematika Penelitian

BAB I : Pendahuluan

Bab ini menguraikan latar belakang penelitian pengaruh Atribut Produk Tabungan Batara iB Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Semarang. Diuraikan pula rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II : Tinjauan Pustaka

Bab ini menguraikan tinjauan pustaka yang meliputi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis serta hipotesis.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini menguraikan metode penelitian yang meliputi jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran serta teknik analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan Penelitian.

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, deskriptif responden dan data penelitian, uji validitas dan reliabilitas, deskripsi variabel penelitian, hasil analisis data dan pembahasan.

BAB V : Penutup

Pada bagian ini merupakan rangkaian dari penelitian yang terdiri dari kesimpulan dan saran.