

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam perekonomian di Indonesia, perbankan memiliki peran yang strategis dalam bidang moneter. Bank Indonesia yang merupakan induk dari perbankan yang ada di Indonesia yang menurut UU No.13 tahun 1968 mempunyai tugas pokok pembantu pemerintah dalam mengatur, menjaga dan memelihara kestabilan nilai rupiah, mendorong kelancaran produksi dan pembangunan serta memperluas kesempatan kerja guna meningkatkan taraf hidup rakyat.¹ Bank menurut jenisnya antara lain adalah bank umum yang merupakan bank yang dapat memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran yang dalam melakukan kegiatan usahanya dapat dilakukan secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah. Sebagaimana halnya fungsi dan tugas perbankan Indonesia, bank umum juga merupakan *agent of development* yang bertujuan meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak.²

Setelah perjalanan bank-bank yang telah ada (bank konvensional) dirasakan mengalami kegagalan menjalankan fungsi utamanya dalam menjembatani antara pemilik modal atau pihak yang kelebihan dana dengan

¹ Malayu S.P., *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008, hlm. 32.

² *Ibid.*, hlm. 36.

pihak yang membutuhkan dana, maka dibentuklah bank Islam yang lebih sering dikenal dengan sebutan bank syariah dengan beberapa tujuan diantaranya adalah mengarahkan kegiatan ekonomi umat untuk bermuamalah secara Islam, khususnya yang berhubungan dengan perbankan agar terhindar dari praktek-praktek riba atau jenis-jenis usaha/ perdagangan lain yang mengandung unsur gharar (tipuan), karena jenis usaha tersebut selain dilarang dalam Islam juga menimbulkan dampak negatif terhadap kehidupan ekonomi masyarakat, menciptakan keadilan dalam bidang ekonomi dengan jalan meratakan pendapatan melalui kegiatan investasi agar tidak terjadi kesenjangan sosial, meningkatkan kualitas hidup masyarakat dengan jalan membuka peluang usaha yang lebih besar, membantu menanggulangi masalah kemiskinan yang merupakan masalah utama bagi negara berkembang seperti halnya Indonesia, menjaga kestabilan ekonomi/ moneter pemerintah, menyelamatkan ketergantungan umat islam terhadap bank non-Islam (konvensional).³

Seiring perkembangan sistem ekonomi syariah yang ditandai dengan munculnya bank syariah pertama di Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992, maka perkembangan ekonomi syariah terlihat lebih meningkat. Terbukti dengan banyaknya lembaga keuangan baik bank maupun non bank yang turut serta menerapkan prinsip syariah. Hal ini

³ Warkum Sumitro, *Asas-asas Perbankan Islam dan Lembaga-lembaga Terkait*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002, hlm 18.

Karena dengan adanya UU NO.7/1992 yang diubah oleh UU NO. 10/1988 tentang perbankan yang mengatur tentang *dual system banking* memperbolehkan bank konvensional untuk membuka unit syariah, sehingga perkembangannya semakin terlihat. Akan tetapi di sisi lain persaingan juga tampak jelas.

Sesuai dengan fungsinya sebagai lembaga intermediasi yang melakukan penghimpunan dana dan menyalurkan dana tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, maka bank harus dapat melaksanakan fungsi tersebut dengan baik. Selain menjembatani antara pihak pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan dana, bank syariah juga mempunyai fungsi khusus yaitu fungsi amanah, artinya bank berkewajiban menjaga dan bertanggung jawab atas keamanan dana yang disimpan dan siap sewaktu-waktu apabila dana tersebut ditarik kembali sesuai dengan perjanjian.⁴ Sebagai salah satu cara dalam penghimpunan dananya, bank syariah mempunyai produk tabungan. Perbedaan spesifik antara tabungan pada bank konvensional dan bank syariah adalah pada tabungan konvensional digunakan sistem bunga sedangkan pada bank syariah dengan sistem bagi hasil.⁵ Sebagaimana bank syariah yang lain, bank Muamalat juga melaksanakan fungsi tersebut.

Produk yang diterbitkan oleh sebuah perusahaan baik perusahaan dagang maupun jasa pasti ditujukan untuk dipasarkan kepada konsumen,

⁴ Ibid, hlm. 22.

⁵ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006, hlm. 14.

sebagaimana tujuan dari pemasaran itu sendiri adalah untuk memberikan kepuasan yang akan berujung pada loyalitas konsumen. Meskipun tidak semua konsumen yang puas akan loyal, akan tetapi semua konsumen yang loyal pasti puas akan produk tersebut, baik dalam bentuk barang maupun dalam bentuk jasa.⁶ Hal ini jelas jauh berbeda dengan kegiatan penjualan yang hanya berfokus pada volume penjualan dan laba semata. Sering kita dengar istilah bahwa konsumen adalah raja, hal ini karena dalam memenuhi kebutuhan akan barang maupun jasa yang mereka butuhkan konsumen pasti ingin dilayani dengan baik dan memuaskan, serta harapan akan produk baik yang berupa barang maupun jasa yang mereka konsumsi dapat terpenuhi sehingga mereka merasa puas dengan mengkonsumsi produk tersebut. Karena mengerti dan mengadaptasi motivasi dan perilaku konsumen bukanlah pilihan, keduanya merupakan kebutuhan mutlak untuk kelangsungan hidup kompetitif sebuah usaha. Konsumen memegang kendali, dan pemasar berhasil bila produk atau jasanya dipandang menawarkan manfaat yang riil.⁷ Mengingat bahwa dua tujuan pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menunjukkan nilai superior dan mempertahankan pelanggan saat ini dengan memberikan kepuasan.⁸ Hal tersebut bertujuan agar konsumen tetap

⁶ Rahman El Junusi, *Pengaruh Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Pada Bank Muamalat Kota Semarang)*, Jurnal Anual Conference on Islamic Studies (ACIS), hlm.7.

⁷ James F. Engel, et al, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Banirupa Aksara, 1994, hlm.11.

⁸ Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2001, hlm 6.

menggunakan produk tersebut dan tidak beralih pada produk yang lain atau loyal pada produk tersebut.

Sebagaimana perusahaan yang lain, sebagai perusahaan yang *profit oriented*, bank yang bergerak pada bidang jasa juga mengharapkan nasabah yang loyal. Terlebih bank syariah yang menerapkan prinsip bagi hasil, karena semakin loyal nasabah terhadap suatu produk bank, semakin banyak pula dana yang dapat disalurkan kepada nasabah peminjam, sehingga tingkat bagi hasil yang diberikan kepada nasabah juga bisa lebih tinggi, tidak terkecuali Bank Muamalat yang dapat dikatakan sebagai pionir bank syariah di Indonesia sejak dimulainya kegiatan operasional pada tahun 1992, tepatnya tanggal 1 Mei 1992 berdasarkan Surat Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 1223/MK.013/1991 tanggal 5 November 1991, Izin Usaha Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 430/KMK: 013/1992 tanggal 24 April 1992, yang ketika saat itu perbankan konvensional telah mendominasi komponen perbankan di Indonesia.⁹

Sebagai bank syariah yang pertama di Indonesia, Bank Muamalat melakukan fungsinya sebagai lembaga intermediasi dengan melakukan funding dan financing serta memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.¹⁰ Dalam kegiatan funding, Bank Muamalat menerbitkan beberapa tabungan diantaranya adalah Tabungan Umat, Tabungan Haji dan Shar-e. Sedangkan

⁹ Warkum Sumitro, Op. Cit., hlm 78.

¹⁰ Herman Darmawi, *Pasar Finansial dan Lembaga-lembaga Finansial*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006, hlm. 47.

dalam financingnya Bank Muamalat memberikan pembiayaan berdasarkan akad yang sesuai.

Diantara produk tabungan tersebut, Shar-e merupakan jenis tabungan yang menawarkan beberapa kelebihan dan kemudahan karena Shar-e adalah produk syariah yang memiliki tiga keunggulan, yaitu *easy* (mudah memilikinya), *everywhere* (bisa transaksi di banyak tempat) dan *extraordinary* (mendapat bagi hasil murni syariah).¹¹ Beberapa kelebihan tersebut dikarenakan untuk memiliki kartu Shar-e, seseorang tidak harus datang ke bank, karena Shar-e bisa didapatkan di Kantor Pos. Kemudahan bertransaksi di banyak tempat juga menjadi keunggulan produk ini karena kartu Shar'e tergabung dalam ATM bersama, sehingga dapat melakukan tarik tunai maupun transaksi yang lain di ATM yang berlogo ATM bersama. Kartu Shar-e juga mendapatkan bagi hasil murni syariah sehingga bebas dari riba.

Dengan beberapa kelebihan fasilitas yang diberikan tersebut biaya administrasi tabungan Shar-e hanya Rp. 3.500,00 dan saldo awal hanya Rp. 125.000,00. hal tersebut jelas sangat murah dibandingkan dengan tabungan Umat maupun jenis tabungan yang lain. Disisi lain tabungan Shar-e juga memberikan tingkat bagi hasil yang kompetitif. Pada pertengahan tahun 2009, tepatnya pada bulan Juni 2009 biaya administrasi tabungan Shar-e mengalami kenaikan hampir mencapai 100% yaitu menjadi Rp. 7.500,00.

¹¹ Roni Jayawinangun, *Analisis Perilaku Konsumen Produk Kartu Shar-E Serta Implikasinya Terhadap Bauran Pemasaran (Studi Kasus PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Bogor)*, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor, 2008, hlm 1.

Rekening Shar-e hanya ada dalam kartu ATM, tanpa adanya buku tabungan, akan tetapi nasabah dapat meminta print rekening koran jika menginginkan. Akan tetapi pada 31 Agustus 2010 Bank Muamalat berinovasi dengan menerbitkan tabungan Muamalat dengan yang dilengkapi dengan kartu Shar-e, dengan kata lain mulai 31 Agustus tabungan Shar-e dilengkapi dengan buku tabungan. Bank juga mengeluarkan kebijakan baru sehubungan dengan biaya administrasi dengan menetapkan bahwa apabila saldo rata-rata bulanan nasabah sebesar Rp. 2.000.000,00 tidak dikenakan biaya, sedangkan apabila kurang dari jumlah tersebut dikenakan biaya sebesar Rp.7.500,00. Kondisi ini memungkinkan terjadinya perubahan perilaku konsumen pasca pembelian dalam hal loyalitas, meskipun loyalitas itu sendiri salah satunya juga dipengaruhi oleh kualitas jasa yang dapat terlihat dan dirasakan oleh konsumen berdasarkan bukti langsung (tangible), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance) dan empathy (empati) yang dirasakan konsumen dengan mengkonsumsi sebuah produk. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh dengan judul:

ANALISIS PENGARUH KUALITAS JASA DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP LOYALITAS NASABAH SHAR-E BANK MUAMALAT SEMARANG.

1.2 Perumusan Masalah

1. Seberapa besar kualitas jasa secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan Shar-e?
2. Seberapa besar atribut produk secara parsial yang diantaranya terdiri dari tingkat bagi hasil, fasilitas, serta biaya administrasi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan Shar-e?
3. Apakah kualitas jasa dan atribut produk secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan Shar-e?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan

- a) Untuk mengetahui seberapa besar kualitas jasa berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan Shar-e.
- b) Untuk mengetahui sejauh mana atribut produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan Shar-e.
- c) Untuk mengetahui secara simultan pengaruh kualitas jasa dan atribut produk terhadap loyalitas nasabah.

1.3.2 Manfaat

- a) Sebagai masukan bagi Bank Muamalat sehubungan dengan perilaku konsumen dalam hal loyalitas terhadap tabungan Shar-e.

- b) Diharapkan dapat memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu Ekonomi Islam.
- c) Memberikan pengetahuan kepada masyarakat secara umum dan sebagai bahan informasi penelitian selanjutnya.

1.4 Sistematika Penulisan

1. Bagian awal

Terdiri dari halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman deklarasi, halaman abstrak, halaman kata pengantar, halaman daftar isi dan daftar lampiran.

2. Bagian Isi

Terdiri dari beberapa bab antara lain :

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Balakang Masalah

1.2 Perumusan Masalah

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4 Sistematika Penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

2.2 Hipotesis

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

3.2 Populasi dan Sampel

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran

3.5 Teknik Analisis Data

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Penyajian Data

4.2 Analisis Data dan Interpretasi Data

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

5.2 Saran

3. Bagian Akhir

Dalam bagian ini terdiri dari daftar pustaka, riwayat hidup penulis dan lampiran-lampiran.