

BAB 1

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Dalam pasal 1 ayat 2 UU Perbankan yang menyatakan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan meyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Selanjutnya, berdasarkan pasal 6 dan 7 UU Perbankan, diuraikan secara lebih rinci dan secara limitatif jenis-jenis usaha bank umum dan dalam pasal 10 UU Perbankan terdapat larangan-larangan usaha bank umum. Sedangkan untuk bank pengkreditan rakyat diatur dalam pasal 13 dan 14 UU Perbankan.¹

Dalam mengembangkan sebuah program untuk mencapai pasar yang diinginkan, sebuah bank mulai dengan produk atau jasa. Sebab dengan produk atau jasa inilah Bank dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.

Persaingan antar bank pun cukup ketat, karena semua bank berusaha dalam meraih pasar dan mendapatkan nasabah. Banyak produk yang ditawarkan oleh setiap bank. Sesuai kebutuhan dan fasilitas yang

¹ Try Widiyono, *Aspek Hukum Operasional Transaksi Produk Perbankan Di Indonesia*, (Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia, 2006), 10.

ditawarkan, nasabah akan memilih dari produk beberapa bank tersebut. Kesimpulannya, dengan semakin banyaknya pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi nasabah untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan apa yang menjadi harapannya. Sehingga konsekuensi dari perubahan tersebut adalah nasabah menjadi lebih cermat dan pintar dalam menghadapi setiap produk yang ada dalam setiap bank.

Disinilah keberadaan BPRS mulai diuji, dengan semakin banyaknya Bank syariah yang ada, yang mana saling berlomba-lomba untuk memberikan yang terbaik kepada para calon nasabah ataupun para nasabahnya.

BPRS adalah salah satu lembaga keuangan lembaga perbankan syariah, yang pola operasionalnya mengikuti prinsip-prinsip syariah ataupun muamalah islam. Tujuan pendirian BPRS ini adalah meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat islam terutama kelompok masyarakat ekonomi lemah yang pada umumnya berada di daerah pedesaan. Sasaran utama dari BPRS adalah umat Islam yang berada di pedesaan dan di tingkat kecamatan.²

Tentunya, BPRS sendiri harus mempunyai strategi khusus untuk dapat mempertahankan para nasabahnya dan juga para calon nasabahnya. Salah satu strategi BPRS yang ditonjolkan di dalamnya adalah dari sisi

² Icanende, “*Bank Pengkreditan Rakyat Syariah*”, dalam <http://acankende.wordpress.com/2010/11/28/bank-perkreditan-rakyat-bpr-syariah/> (15 September 2013).

kualitas produk yang mana disini adalah tabungan dan juga dari sisi kualitas layanannya.

Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memberikan manfaat seperti yang diharapkan konsumen dari produk tersebut sehingga dapat tercapai kepuasan.³ Dijelaskan pula dimensi yang terkandung di dalamnya yaitu daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi, dan perbaikan.

Sedangkan menurut David Garvin ada 8 dimensi yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik kualitas produk, yaitu *Performance, featur*, keandalan, konformans, durabilitas, kemampuan pelayanan, estetika, dan kualitas yang di rasakan.⁴

Kualitas produk menjadi sangat penting karena seorang nasabah memilih suatu produk tentu karena mempertimbangkan manfaatnya. Manfaat dan kualitas tentu akan dilihat pertama kali, baru kemudian faktor yang lain diperhatikan.

Dapat dilihat bahwa kualitas produk yang rendah dapat memberikan kerugian bagi kedua belah pihak baik nasabah maupun pihak banknya sendiri :

1. Bagi nasabah, tentu kerugian akan mereka dapatkan karena mereka memilih untuk membeli produk tersebut. Tidak hanya secara materi,

³ Mandy Mee, “*Pentingnya Kualitas Produk*”, dalam <http://mandymee.blogspot.com/2013/04/pentingnya-kualitas-produk.html> (4 Oktober 2013).

⁴ Vincent Gaspersz, *Ekonomi Manajerial Pembuatan Keputusan Bisnis*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 1996), 119.

tapi juga secara psikologi dimana nasabah menerima suatu kekecewaan tersendiri terhadap kualitas produk yang mereka terima.

2. Bagi pihak bank, mereka akan kehilangan rasa percaya diri nasabahnya. Jika nasabah tidak percaya, maka mereka tidak akan loyal apalagi bertahan pada produk tersebut. Yang terjadi justru nasabah yang dikecewakan akan melarang orang-orang disekitarnya untuk memilih produk tersebut.

Pengambilan keputusan mengenai produk mana yang akan dipilih dan digunakan yang sesuai dengan kebutuhan tentunya sangatlah tidak mudah. Seiring dengan banyaknya produk yang sama dan juga banyak terdapat di BPRS, nasabah dituntut untuk lebih kreatif dalam mengambil keputusan yang tepat. Faktor penentu keputusan ada 3, yaitu faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor psikologi.

Tak hanya kualitas produk saja yang penting, pelayanan yang baik dan berkualitas merupakan harapan utama dari tujuan masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan.

Banyak studi dalam bidang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan telah memberikan kesimpulan yang jelas. Kegagalan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan, 70% adalah karena faktor human, sedangkan faktor teknologi dan sistem hanya memberikan kontribusi sekitar 30%. Oleh karena itu, perusahaan yang berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan hanya memfokuskan kepada perubahan teknologi, akan kecewa pada akhirnya

apabila tidak mempersiapkan infrastruktur lain yang lebih penting, yaitu *attitude* karyawan.⁵

Umumnya para nasabah bersifat terbuka dan ada kecenderungan untuk minta dilayani dengan ramah, tepat pada sasaran, dan cepat. Nasabah yang merasa puas akan cenderung melakukan *word of mouth* yang positif dalam lingkungan sosial dan sebaliknya nasabah yang tidak puas akan cenderung melakukan *word of mouth* yang negatif. Beberapa nasabah memilih untuk tidak komplain secara langsung kepada karyawan, namun lebih kepada menginformasikan *word of mouth* yang negatif mengenai bank kepada teman, kerabat, dan para pekerja. Kualitas layanan berarti seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan nasabah atas layanan yang mereka terima. Atau dapat juga didefinisikan sebagai hasil persepsi dari perbandingan antara harapan nasabah dengan kinerja aktual layanan.

Persepsi nasabah ini merupakan bentuk akhir pembentukan citra kualitas jasa. Persepsi nasabah terhadap kualitas layanan inilah yang merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa.

Ada lima dimensi utama layanan (sesuai urutan derajat kepentingan relatifnya) : Relibilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangibles*).⁶

⁵ Hadi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta : Elex Media Komputindo, 2009), 8.

⁶ Fandy Tjiptono, *Perspektif Manajemen Pemasaran Kontemporer*, (Yogyakarta : Andi, 2000), 55.

Kelima aspek kualitas ini bila diterapkan secara bersama dapat membangun layanan yang berkualitas prima dan memuaskan, sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam menentukan keputusan nasabah untuk menggunakan jasa yang dalam hal ini adalah menabung dengan produk tabungan mudharabah.

Dalam pasal 1 ayat 9 UU Perbankan bahwa tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.⁷

Dari pengertian yang ditentukan oleh undang-undang tersebut, maka tabungan merupakan bentuk simpanan yang penarikannya berdasarkan perjanjian kedua belah pihak, antara bank dengan nasabah.

Sebagai sarana untuk memikat para masyarakat khususnya di wilayah Surabaya, BPRS Karya Mugi Sentosa memberikan kualitas produk dan layanan yang terbaik. Tentang produk yang ditawarkan kepada nasabah dengan berbagai keunggulan yang tidak dimiliki oleh produk lain yang sejenis. Produk yang ditawarkan berupa tabungan *muḥārabah* yang memiliki keunggulan yakni menawarkan nisbah bagi hasil yang menarik, tidak dikenakan biaya administrasi, terdiri dari 3 akad ketika membuka tabungan mudharabah yaitu Walimah, Ibadiah, dan Tarbiah, dan lain-lain.

Produk tabungan *muḥārabah* merupakan salah satu produk dari PT. Bank Syariah Karya Mugi Sentosa (BPRS KMS) yang bergerak melayani

⁷ Try Widiyono, *Aspek Hukum Operasional Transaksi Produk Perbankan Di Indonesia*, (Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia, 2006), 171.

nasabah didalam menghimpun dana. Kita ketahui bersama persaingan diantara produk sejenis sangatlah ketat, baik dalam produk, nisbah, dan lain sebagainya. Hal ini menuntut BPRS Karya Mugi Sentosa untuk lebih kreatif dalam menarik perhatian nasabah. Nasabah tentunya semakin membutuhkan produk-produk yang berkualitas dalam memenuhi kebutuhannya.

Salah satu upaya yang dilakukan dalam menghadapi persaingan ini PT. Bank Syariah Karya Mugi Sentosa (BPRS KMS) dengan produk tabungan *muḥārabah* memberikan kualitas produk dan layanan. Kemampuan untuk memberikan kepuasan pada pemakainya akan menguatkan kedudukan atau posisi produk dalam benak nasabah, sehingga memungkinkan nasabah menjadikan pilihan pertama ketika mendaftarkan diri menjadi nasabah PT. Bank Syariah Karya Mugi Sentosa (BPRS KMS).

Tabungan *muḥārabah* merupakan salah satu produk BPRS Karya Mugi Sentosa, Surabaya, yang dijalankan atas aqad kerja sama berdasarkan prinsip berbagi untung dan rugi, dilakukan sekurang-kurangnya oleh dua pihak.

Dalam mengaplikasikan prinsip *muḥārabah*, penyimpan atau deposan bertindak sebagai *ḥāhibul māl* (pemilik modal) dan Bank sebagai *mudharib* (pengelola).⁸

Jadi, dalam dunia bisnis kepuasan nasabah adalah menjadi salah satu yang diutamakan, tidak terkecuali di BPRS Karya Mugi Sentosa, karena hal itulah yang akan menentukan berhasil atau gagalnya suatu usaha

⁸ Fahrul Ulum, *Perbankan Syariah Di Indonesia*, (Surabaya : CV. Putra Media Nusantara, 2011), 105.

jasa BPRS. Nasabah yang merasa tidak puas tentu tidak akan mengulangi lagi memilih jasa yang sama, apalagi didukung dengan adanya pilihan jasa perbankan syariah yang lain, sehingga membuat para nasabah memiliki banyak perbandingan untuk memutuskan pilihan di Bank mana yang diinginkannya.

Kondisi BPRS dengan produk yang sedikit dan relatif tetap serta persaingan yang cukup ketat. Hal ini menjadi fenomena yang menarik untuk mengetahui tingkat kualitas produk dan layanan yang akan mendatangkan tingkat kepuasan dan pada akhirnya berdampak pada keputusan nasabah memilih produk yang ada di BPRS tersebut.

Di Surabaya sangatlah banyak terdapat BPR yang menyediakan berbagai macam fasilitas, serta produk-produknya. Semua itu dilakukan agar nasabah menggunakan jasa BPR yang mereka tawarkan. Pada penelitian ini penulis memilih BPRS Karya Mugi Sentosa yang terletak pada di Jalan Margorejo No. 70D, Suarabaya. BPRS Karya Mugi Sentosa memiliki keunikan yang membedakan dengan BPR lain. BPRS Karya Mugi Sentosa adalah BPR yang berlandaskan atas prinsip syariah dengan lokasi di Margorejo tepatnya di depan Giant dan dekat dengan Kampus IAIN Sunan Ampel. Hal yang membedakan BPRS Karya Mugi Sentosa dengan BPR lain adalah pelayanan yang secara islami dan semua produk yang dikeluarkan oleh BPRS Karya Mugi Sentosa telah sesuai dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional dan Majelis Ulama Indonesia dan keamanan dana yang tersimpan dijamin sepenuhnya oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) sesuai UU

No. 24 Pasal 92 Tahun 2004. Sebagai contoh sederhana, semua karyawan di tempat penelitian menggunakan busana yang menutup aurat.

BPRS Karya Mugi Sentosa merupakan sebuah lembaga yang mempunyai permasalahan dan mengalami kondisi sebagaimana yang telah disebutkan diatas, oleh sebab itu peneliti menjadikan BPRS Karya Mugi Sentosa sebagai salah satu lembaga yang kiranya patut untuk diteliti.

Nasabah merupakan asset berharga tiap Bank, sehingga diperlukan usaha untuk menciptakan sekaligus menjaganya. Oleh karena itu peneliti mencoba menganalisis *Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Muḥārabah.*

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan di atas maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk Tabungan *Muḥārabah* ?
2. Bagaimana kualitas layanan dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan *Muḥārabah*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menjelaskan apakah kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan *muḥārabah.*

2. Untuk menjelaskan bagaimana kualitas layanan dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan *muḥārabah*.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

Kegunaan hasil penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoretis:

- a. Bagi pembaca

Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan informasi untuk menambah ilmu-ilmu tentang BPRS dalam hal kualitas produk dan layanan dan pengaruhnya terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk

- b. Peneliti lebih lanjut

Bagi peneliti lebih lanjut, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi bagi peneliti lain yang akan meneliti tentang BPRS dengan variabel yang lain.

2. Manfaat Praktis

Bagi BPRS Karya Mugi Sentosa penelitian ini diharapkan bisa memberi masukan dalam mengembangkan usahanya dan membantu dalam mengembangkan strategi untuk menghadapi persaingan.