

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berbagai upaya dilakukan perusahaan perbankan untuk tetap bertahan hidup (survive) di masa setelah krisis yang panjang ini dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat dengan perusahaan perbankan lainnya. Salah satu cara yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam hal ini adalah dengan menentukan strategi yang tepat supaya tetap bertahan di tengah persaingan serta dapat meningkatkan profitabilitasnya. Namun dalam melakukan strateginya, perusahaan akan mengalami suatu kegagalan apabila tanpa didukung baik oleh pihak internal perusahaan itu sendiri maupun pihak luar perusahaan yang dalam hal ini diantaranya para nasabah.

Di Indonesia, yang mayoritas penduduknya beragama islam, merupakan potensi yang sangat besar sebagai tempat tumbuh kembangnya kegiatan ekonomi yang berbasis syariah. Potensi dalam hal ini dipandang dari sumber daya dan aktivitas perekonomian suatu wilayah serta pola sikap dari pelaku ekonomi terhadap produk dan jasa bank syariah. Informasi mengenai sikap dan karakteristik masyarakat terhadap perbankan syariah menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan sosialisasi dan penetapan strategi pemasaran bagi bank- bank syariah yang akan beroperasi pada suatu wilayah.

Dengan telah diberlakukannya UU Tentang Perbankan Syariah, maka terdapat 2 (dua) UU yang mengatur Perbankan di Indonesia, yaitu UU No. 7

Tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana telah diubah dengan UU No. 10 Tahun 1998, dan UU No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah. Dalam UU No. 10 Pasal 1 butir 3, disebutkan bahwa *Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang didalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran*. Dalam UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah disebutkan bahwa *bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah*.¹ Perbankan syariah merupakan suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan syariah Islam. Usaha pembentukan sistem ini didasari oleh larangan dalam agama Islam untuk memungut maupun meminjam dengan bunga atau yang disebut dengan riba serta larangan investasi untuk usaha-usaha yang dikategorikan haram, dimana hal ini tidak dapat dijamin oleh sistem perbankan konvensional. Didalam Al Qur'an pun sudah diterangkan tentang larangan riba yang berada di surat Ar- Rum (30):39 :

وَمَا آتَيْتُمْ مِّن رِّبَا لِّيَرْبُوَا فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا عِنْدَ اللَّهِ ۚ وَمَا آتَيْتُمْ مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ

Artinya: “Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar harta manusia bertambah, maka tidak bertambah dalam pandangan Allah. dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan

¹ Undang- undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah .

untuk memperoleh keridhaan Allah, maka itulah orang-orang melipatgandakan (pahalanya)”²

Bank syariah mempunyai karakteristik yakni prinsip bagi hasil (*profit sharing*). Berdasarkan prinsip ini, bank akan berfungsi sebagai mitra yang baik dengan penabung maupun pengusaha yang meminjam dana. Dengan penabung, bank akan bertindak sebagai pengelola dana, sedangkan dengan pengusaha, peminjam dana, bank syariah sebagai penyandang dana baik yang berasal dari tabungan, deposito, giro, maupun dana bank sendiri berupa modal dari pemegang saham.³

Upaya pengembangan bank syariah tidak cukup hanya berlandaskan kepada aspek-aspek legal dan peraturan perundang-undangan, tetapi juga harus berorientasi kepada pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa (konsumen) lembaga perbankan syariah dalam rangka meningkatkan sosialisasi dan pemahaman masyarakat tersebut. Dengan melihat semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis jasa, maka bank syariah harus benar-benar mengetahui strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan tersebut. Oleh karena itu dalam rangka meningkatkan kinerja operasionalnya, bank syariah harus berusaha melayani kebutuhan masyarakat secara luas dan memperhatikan perilaku nasabahnya dengan mencerminkan mengapa seorang pribadi melakukan pembelian jasa dan bagaimana pribadi tersebut memilih

² Departemen Agama Republik Indonesia, *Mushaf Aisyah Al-Qur'an, Terjemah dan Tafsir Untuk Wanita*, (Bandung: JABAL, 2010), hal. 406

³ Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Islam*, (Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti, cet ke-3, 2007), hal. 3

dan membeli produk tersebut dan faktor apa yang mempengaruhi seorang pribadi memilih membeli produk tersebut.

Informasi tentang karakteristik dan perilaku masyarakat terhadap perbankan syariah menjadi alat efektif untuk meningkatkan sosialisasi dan menentukan strategi pemasaran bagi bank-bank syariah yang akan beroperasi di suatu wilayah. Sehingga dengan adanya sosialisasi produk bank syariah akan melahirkan pemahaman masyarakat yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih bank syariah. Didalam memilih sebuah keputusan sebagai nasabah di perbankan syariah maka dari segi perilakunya dapat di bagi menjadi dua kelompok yaitu nasabah emosional dan nasabah rasional. Pada kedua sifat nasabah tersebut akan mempunyai sebuah tujuan dalam mengambil keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Jenis nasabah emosional dimana mereka lebih mengedepankan aspek religious atau rohani seperti begitu sukarela menggunakan perbankan syariah dalam segala transaksi tanpa adanya dorongan atau pengaruh marketing perbankan. Karena jenis nasabah seperti ini mempunyai kesadaran beragama dan pengetahuan yang tinggi serta terutama mengharapkan keberkahan dan ridho Allah SWT. Sebaliknya jika nasabah rasional lebih menekankan kepada keuntungan dari deposito, bonus yang di dapatkan, kemudahan, dan fasilitas apa yang didapatkan, mempertimbangkan kredit bunga atau margin berdasarkan mahal dan murah nya serta besar kecilnya.

Penelitian ini menggunakan faktor emosional dan faktor rasional karena melihat dari cara berfikir nasabah yang dilandasi oleh teori pemasaran

konvensional yang berfaham sekuler, sedangkan segala hal yang berlandaskan cara berfikir keagamaan serta merta akan dianggap sesuatu yang emosional.⁴

Faktor emosional dalam penelitian ini meliputi religius, psikologi dan atribut produk yang Islami. Dari ketiga faktor tersebut jika diterapkan oleh nasabah menabung di bank syariah akan menciptakan nasabah yang dapat membantu mengembangkan perbankan syariah di Indonesia karena nasabah emosional lebih mengedepankan akhirnya tidak hanya kepentingan dunianya saja.

Faktor rasional dalam penelitian ini meliputi pelayanan, kenyamanan, dan keputusan. Pelayanan adalah apa yang menghasilkan atau mencegah suatu penjualan. Pelayanan yang baik akan menimbulkan minat masyarakat untuk menabung di bank tersebut. Kenyamanan adalah hal-hal yang bukan meliputi kebutuhan pokok dan bukan kebutuhan tepat guna, akan tetapi akan memberikan kesenangan dan kenyamanan kepada manusia. Kepuasan adalah sebagai semua sikap yang berkenaan dengan barang atau jasa setelah diterima atau dipakai.

Pelayanan, kepuasan, dan kenyamanan sangatlah berkaitan, kepuasan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan bank syariah, dengan demikian bank syariah memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan, hal ini agar

⁴ Muchammad Fauzi, "Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional Terhadap Kepuasan dan Loyalitas," *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 1, No. 1, Mei 2010, hlm. 145-168.

pelanggan merasa puas dan memutuskan agar tidak memilih bank lain. Keputusan nasabah menabung merupakan efek akhir dari suatu pembelian yang diartikan sebagai suatu sikap dan niat untuk berperilaku di masa depan dan ekspresikan melalui hal-hal seperti membeli produk dari suatu lembaga keuangan dan niat untuk menambah jumlah tabungan.

Bank Syariah Mandiri (BSM) merupakan salah satu bank syariah di Indonesia yang mendapat perhatian khusus, baik bagi pemerintah maupun masyarakat luas dengan berbagai macam produk dan jasa yang ditawarkan serta kebijakan yang dilakukan. Kehadiran BSM sejak tahun 1999 menjadi salah satu bank syariah terbesar yang membawa angin segar terhadap perekonomian Indonesia. Hal itu tentu menjadi nilai positif tersendiri bagi Bank Syariah Mandiri (BSM) untuk memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat lebih luas lagi. Perkembangan kantor BSM dari tahun ketahun juga selalu mengalami peningkatan. Hingga saat ini bank mandiri syariah memiliki 129 kantor cabang, 389 kantor cabang pembantu, 53 kantorkas, 116 *payment point* dan total jaringan ATM adalah 16.732 unit. Selama tahun 2018 BSM telah meraih beragam penghargaan dari berbagai lembaga, baik dalam maupun luar negeri. Penghargaan-penghargaan yang diperoleh BSM tersebut mencerminkan kepercayaan masyarakat tetap kuat kepada BSM⁵. dibawah ini adalah tabel nasabah tabungan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan .

⁵<https://www.syariahmandiri.co.id/tentang-kami/company-report/laporan-keuangan/laporan-audit>, diakses 25 Juni 2019

TABEL 1.1
JUMLAH REKENING TABUNGAN BANK SYARIAH MANDIRI
TAHUN 2015- 2018

| TAHUN | JUMLAH REKENING |
|-------|-----------------|
| 2015 | 2. 864 rekening |
| 2016 | 3.462 rekening |
| 2017 | 4. 760 rekening |
| 2018 | 6.059 rekening |

Sumber: Kantor Bank Syariah Mandiri

dari tabel diatas bisa dilihat pada tahun 2015- 2018 mengalami peningkatan jumlah nasabah, hal tersebut menunjukkan bahwa kinerja Bank Syariah Mandiri meningkat. Meningkatnya nasabah dari tahun ketahun karena masih banyak orang muslim yang mempercayai kinerja dari bank Syariah Mandiri. Jadi untuk saat ini total seluruh nasabah tabungan sebanyak 12. 983 rekening nasabah.

Pada Bank Syariah Mandiri Tulungagung khususnya terdapat dua macam nasabah yaitu nasabah yang berlatar belakang dari faktor emosional dan faktor rasional. Adapun alasan mereka memilih Bank tersebut antara lain karena produk yang dibutuhkan tersedia, agar terbebas dari unsur riba (Haram), pelayanan cepat dan tepat, dan lain sebagainya. Hal tersebut juga dapat menambah aset di Bank Mandiri Syariah.

Alasan dipilihnya Bank Syariah Mandiri karena BSM menduduki peringkat pertama dalam Indonesian Bank Loyalty Index (IBLI) 2011 yang digelar MarkPlus Insight bekerja sama dengan Majalah Infobank untuk indeks loyalitas nasabah tabungan syariah. Pertumbuhan tabungan nasabah yang naik sekitar 20%-30% untuk nasabah baru menjadi faktor pendukung.

Hingga Oktober 2018, pangsa pasar tabungan BSM di industri perbankan syariah mencapai 43,94% dengan posisi DPK Rp 55,471 triliun. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang pembantu Tulungagung dapat memanfaatkan keunggulan kompetitifnya dalam meningkatkan kepuasan nasabah yang pada akhirnya akan meningkatkan pelanggannya serta terus berupaya memperbaiki kelemahan-kelemahan sehingga tidak dimanfaatkan pesaing. Pada saat ini Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung merupakan Bank dengan nasabah tabungan terbanyak.

Berdasarkan paparan diatas, yang menjadi peneliti mengambil objek penelitian Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. Pertama adalah karena peneliti merasa bahwa keberadaan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung ini diharapkan benar-benar mampu menjalankan visi misi serta tugas-tugasnya sebagai perbankan yang menyanggah gelar syariah dan mampu bersaing dengan bank-bank lainnya demi menjaga dan mempertahankan kepercayaan masyarakat. Kedua adalah karena melihat perkembangan jumlah nasabah penabung di yang mengalami perkembangan dari tahun ke tahun sehingga peneliti tertarik untuk meneliti apa yang menjadi penyebab atau faktor jumlah nasabah tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti ingin mengetahui, mengkaji, meneliti serta membahas faktor emosional dan faktor rasional yang mempengaruhi dan menarik minat para calon nasabah, khususnya nasabah yang menabung di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. Penulis merasa penting untuk melakukan penelitian tentang

“Pengaruh Faktor Emosional Dan Faktor Rasional Terhadap Keputusan Nasabah Tabungan Memilih Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung”

B. Batasan masalah

Pembatasan penelitian ditujukan agar penelitian dapat lebih jelas dan terarah dan tidak meluas. Oleh karena itu skripsi ini membatasi penelitian sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian faktor emosional yang terdiri dari religius, psikologi dan atribut produk islam, sedangkan faktor rasional yang terdiri dari pelayanan, kenyamanan, dan kepuasan.
2. Selain itu, peneliti juga melakukan penelitian pada beberapa nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung khususnya pada nasabah tabungan. Karena luasnya asumsi yang dapat diambil dari teori dan riil dilapangan maka peneliti hanya fokus pada masalah yang berkaitan dengan keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung yang dipengaruhi faktor emosional dan Faktor rasional.

C. Rumusan masalah

1. Apakah faktor emosional berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah tabungan memilih Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung?

2. Apakah faktor rasional berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah tabungan memilih Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung?
3. Apakah faktor emosional dan faktor rasional secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah tabungan memilih Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh faktor emosional berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah tabungan memilih Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung
2. Untuk menguji pengaruh faktor rasional berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah tabungan memilih Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung
3. Untuk menguji faktor emosional dan faktor rasional secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah tabungan memilih Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung

E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang lembaga keuangan syariah, serta menambah pemahaman nasabah emosional dan nasabah rasional terhadap keputusan memilih Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini, antara lain adalah sebagai berikut :

1. Bagi Lembaga Bank Syariah Mandiri

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi bagi pihak Bank Mandiri Syariah dalam penetapan kebijakan dan keputusan dalam menarik nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber pengetahuan, rujukan serta acuan bagi semua pihak yang membutuhkan.

3. Bagi Peneliti Lanjutan

Penelitian ini diharapkan menjadi acuan untuk penelitian lanjutan dan sumber informasi maupun referensi bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian untuk permasalahan yang sama.

F. Ruang Lingkup

Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah faktor emosional dan faktor rasional terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung dengan indikator sebagai berikut :

- a. Faktor emosional, indikator pada variabel ini yaitu :Religius , psikologi dan atribut produk yang Islami.
- b. Faktor rasional, indikator pada variabel ini yaitu : pelayanan, kepuasan, dan kenyamanan.

- c. Keputusan nasabah memilih Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung indikatornya yaitu : tahap pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Definisi konseptual dimaksudkan untuk menghindari kesalahpahaman dan perbedaan penafsiran yang berkaitan dengan istilah-istilah dalam judul penelitian. Untuk itu penegasan istilah penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Faktor emosional : Faktor yang berdasarkan dorongan untuk bertindak pada perasaan atau sikap yang telah di tanamkan secara berangsur- angsur.⁶
- b. Faktor rasional : Faktor yang didasarkan pada pengetahuan orang-orang mendapatkan informasi dan memahami situasi⁷. Lebih kepada memperhitungkan untung ruginya dalam melakukan suatu tindakan atau pilihan.
- c. Keputusan nasabah : Sesuatu yang diputuskan konsumen melalui proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian

⁶ Daniel Goleman, *Emosional Intelligence Kecerdasan Emosional*, Alih Bahasa T. Hermaya, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2007), cet.17, hal. 7

⁷ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hal: 55

barang atau jasa setelah adanya pengenalan produk dan pencarian informasi.⁸

2. Definisi Operasional

Penelitian ini dimaksudkan untuk menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh variabel tersebut yaitu faktor emosional dan faktor rasional. Emosional dilihat dari emional seseorang dari psikogi dan kebiasaan yang di lakukan. Rasional dilihat dari karakteristik yang dimiliki seseorang yang berbeda dilihat dari tingkat kebiasaan agama, sosial.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika penulisan sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Maka memdeskripsikan sistematika penulisan menjadi 3 bagian, yaitu bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir, sebagaimana berikut:

1. Bagian Awal

Pada bagian ini berisi : halaman sampul (*Cover*), halaman judul skripsi, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, dan halaman abstrak.

2. Bagian Inti

Bagian inti dari penelitian ini terdiri dari beberapa bab, yaitu:

⁸ Irham Fahmi, *Manajemen Pengambilan Keputusan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal: 2

Bab pertama. Dalam bab ini dipaparkan gambaran singkat apa yang akan dibahas dalam skripsi yang berfungsi sebagai pola dasar dan keseluruhan skripsi yang menggambarkan rangkaian yang tidak dapat dipisahkan dari bab selanjutnya, meliputi latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika penulisan. Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, padat yang menggambarkan dengan tepat isi penulisan yang berkaitan dengan judul penelitian dan harus bersangkutan antara bab pertama sampai dengan bab empat

Bab kedua, landasan teori. dalam bab ini merupakan landasan teori yang memuat teori- teori yang meliputi deskripsi tentang manajemen pemasaran, perilaku konsumen, emosional, rasional, keputusan memilih, bank syariah, hasil penelitian terdahulu, kerangka konseptual, hipotesis penelitian. Kaitannya dengan bab kedua ini dengan bab pertama yaitu pada bab ini menjelaskan mengenai teori dari berbagai variabel yang tercantum dalam judul sehingga dapat menjadi acuan untuk bab selanjutnya.

Bab ketiga, metode penelitian. Dalam bab ini dijelaskan tentang pendekatan dan jenis penelitian, variabel penelitian, populasi dan sampel penelitian, data dan sumber data, tehnik pengumpulan data, analisis data. Pada bab ini penulis menjelaskan secara rinci mengenai cara dan pengaplikasian data yang diperoleh dan cara mengolahnya yang disesuaikan dengan judul skripsi.

Bab keempat, hasil penelitian. Pada bab ini berisi tentang paparan dan analisis data yang diperoleh dari lapangan dan diolah menggunakan aplikasi statistik. Pada bab ini akan disajikan hasil olahan data yang sudah diuji menggunakan aplikasi SPSS beserta analisisnya yang akan menjawab masalah yang telah dirumuskan. Kemudian dilanjutkan pada bab selanjutnya.

Bab kelima, pembahasan. Dalam bab ini berisikan tentang pembahasan rumusan masalah yang penulis bidik dimana diambil dari hasil olahan dengan menggunakan aplikasi SPSS yang dilakukan oleh peneliti. Dari pembahasan bab kelima nanti akan berkaitan dengan bab keenam yang berisikan kesimpulan dari pembahasan yang peneliti lakukan

Bab keenam, penutup. Dalam bab ini menguraikan tentang kesimpulan penelitian yang dilakukan berdasarkan analisis data, pembahasan hasil pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS dan adapun saran yang ditujukan kepada pihak lembaga maupun pihak lain yang ingin mengadakan penelitian.

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini memuat daftar pustaka, lampiran- lampiran dan daftar riwayat hidup penulis.