

BAB I

PENDAHULAN

A. LATAR BELAKANG

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

بَيِّتُ اللَّهِ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ۚ وَمَا أَنَا عَلَيْكُمْ بِحَفِيظٍ

Artinya : "*Sisa keuntungan dari Allah SWT adalah lebih baik bagimu jika kam orang-orang yang beriman. Dan aku bukanlah seorang penjaga atas dirimu*"²

Dalam surat Al-Baqorah ayat 275 yang berbunyi :

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemah Tafsir Per Kata Surat Al-Baqarah : 168*, (Bandung : Syaamil Quran, 2010) hal 246

Artinya : "*Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.*"³

Ayat ini menjelaskan bahwa keuntungan dari perdagangan yang diperoleh, dari modal yang ditanamnya, atau keuntungan yang sesuai dengan jumlah modal yang ditanamkan dalam usaha persekutuan adalah halal dan diperkenankan, tetapi keuntungan yang diperoleh dari beban (bunga) yang diberikan kepada kreditor atas usahanya, sehingga menjadi lebih dari yang dipinjamnya, adalah haram, dan Allah SWT tidak menganggapnya seperti keuntungan yang diperoleh dari perdagangan diatas.

Bank syariah dikembangkan sebagai lembaga bisnis keuangan yang melaksanakan kegiatan usahanya sejalan dengan prinsip-prinsip dasar dalam ekonomi islam. Tujuan ekonomi Islam bagi bank syariah tidak hanya berfokus pada tujuan komersil, tetapi juga mempertimbangkan perannya dalam memberikan kesejahteraan secara luas bagi masyarakat. Kontribusi untuk turut serta dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat tersebut merupakan peran bank syariah dalam pelaksanaan fungsi sosialnya.⁴

Saat ini perkembangan dibidang jasa, khususnya perbankan sedang pesat. Jasa merupakan kegiatan yang dapat diidentifikasi secara tersendiri, yang pada hakekatnya bersifat tak teraba (*intangibile*), yang merupakan pemenuhan, kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau jasa lain. Dahulu nasabah mencari bank (*Bank Oriented*), sekarang bank

³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemah Tafsir Per Kata Surat Al-Baqarah* : 275, (Bandung : Syaamil Quran, 2010) hal 25

⁴ Muhammad Asro, M.H. dkk, *Fiqh Perbankan*, (Bandung: CV. Pustaka Jaya, 2011), hal. 54

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.

Ditetapkannya Undang-Undang No. 7 tahun 1992 tentang perbankan yang dalam beberapa pasalnya mengatur tentang perbankan islam, memberikan landasan yang kuat bagi praktik perbankan islam di Indonesia. Undang-undang itu terdiri dari 10 bab dengan 61 pasal. Bab 1: Ketentuan Umum (1 pasal); Bab II: Asas, Fungsi dan Tujuan (3pasal); Bab III: Jenis dan Usaha Bank (11 pasal); Bab IV: Perizinan, Bentuk Hukum, dan Kepemilikan (13 pasal); Bab V: Pembinaan dan Pengawasan (9 pasal); Bab VI: Dewan Komisaris, Direksi, dan Tenaga Asing (2 pasal); Bab VII: Rahasia Bank (6 pasal); Bab VIII: Ketentuan Pidana dan Sanksi Administratif (8 pasal); Bab IX: Ketentuan Peralihan (6 pasal); dan Bab X: Ketentuan Penutup (2 pasal). Petunjuk operasional bank dengan prinsip bagi hasil juga juga dijabarkan dengan Surat Edaran Gubernur Bank Indonesia dalam S.E BI No. 25/4/BPPP tanggal 29 Februari 1993. Sedangkan PP No. 72 tahun 1992 ditetapkan pada 30 Oktober 1992 oleh presiden soeharto dan diundangkan pada tanggal yang sama oleh Menteri/Sekretaris Negara, Moerdiono. Peraturan yang dikeluarkan tujuh bulan setelah ditetapkannya Undang-undang No.7 tahun 1992 tersebut terdiri dari 9 pasal.

Undang-Undang No. 10 tahun 1998 yang berkaitan dengan Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat yang menggunakan prinsip syariah dalam usahanya, pemerintah melalui Bank Indonesia mengeluarkan dua surat keputusan Direksi Bank Indonesia. Kebijakan pertama yaitu Surat Keputusan Direksi No. 32/34/Kep/Dir adalah kebijakan operasional bagi Bank Umum berdasarkan prinsip syariah. Keputusan itu terdiri dari Bab I: Ketentuan Umum (2 pasal), Bab II: Pendirian Bank (2 pasal), Bab III: Perizinan (7 pasal), Bab IV: Kepemilikan (5 pasal), Bab V: Dewan Pengawas Syariah, Dewan Komisaris, Direksi, dan Pimpinan Kantor Cabang (9 pasal), Bab VI: Kegiatan Usaha (5 pasal), Bab VII: Pembukaan Kantor Bank (7 pasal), Bab VIII: Peningkatan dan Penurunan Status Kantor Bank (1 pasal), Bab IX: Pemindahan Alamat Kantor (2 pasal), Bab X: Perubahan Nama dan Bentuk Hukum (4 pasal), Bab XI: Penutupan Kantor (3 pasal), Bab XII: Alamat Permohonan Izin dan Penyampaian Laporan (1 pasal), Bab XV: Ketentuan Peralihan (3 pasal), dan Bab XVI: Ketentuan Penutup (1 pasal).⁵

Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, sesuai yang ditegaskan dalam pasal 1 angka 12 tentang prinsip syariah. Adapun aturan pelaksanaannya mengacu kepada peraturan BI No. 7/46/PBI/2005 tentang akad pengimpunan dana dan penyaluran dana bagi bank syariah yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.

⁵ Bank Indonesia, *Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No.32/34/Kep/Dir tentang Bank Umum Berdasarkan Prinsip Syariah*, tidak diterbitkan. Hal 1-47.

Hadirnya bank syariah di Indonesia telah di respon positif oleh Bank Indonesia dalam pengembangannya. Hal ini ditandai dengan dibukanya Biro Perbankan Syariah di Indonesia. Salah satunya Bank Muamalat Cabang Tulungagung Jl. Supriadi, Tamanan, Kec. Tulungagung, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 66218. 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. Di sana sini ada saja keluhan tentang pelayanan yang tidak memuaskan dari lembaga keuangan Syariah.

Eksistensi perbankan syariah sebagai bagian integral terhadap suatu kegiatan ekonomi. Hadirnya perbankan syariah tidak terlepas dari produk-produk yang dikeluarkan oleh bank syariah tersebut dengan produk yang bertitik pangkal dari fiqh Islam. Kemudian di konstruksikan ke dalam sistem perbankan. Produk-produk perbankan syariah yang dikeluarkan sudah disetujui oleh dewan tertinggi yaitu Dewan Syariah Nasional (DSN) dan Dewan Pengawas Syariah (DPS).

Bank Muamalat harus selalu menjaga kepercayaan dari masyarakat dan biar percaya karena hal tersebut merupakan modal yang paling besar bagi sebuah lembaga keuangan. Kepercayaan tersebut melalui keamanan, pelayanan bagi hasil yang kompotitif serta masalah. Bank Mulamalat 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, cepat dan merupakan syarat mutlak dalam memberikan layanan kepada nasabahnya maupun masyarakat.

Dari banyaknya bank syariah di lihat dari sisi produknya, hampir sama mulai dari jenis, akad, deposito dan giro, tetapi yang membedakan adalah bagaimana suatu bank syariah tersebut bisa memberikan keunggulan-keunggulan tersendiri bagi produk-produk yang mereka miliki disamping itu bank-bank syariah juga harus tanggap dan berupaya untuk memenuhi kebutuhan para nasabahnya melalui pelayanan yang prima agar mampu bersaing dengan baik.

Bank Muamalat merupakan unit usaha yang bergerak secara khusus melayani jasa perbankan nasabah berdasarkan prinsip syari'ah menyediakan berbagai produk antara lain *Giro Wadi'ah*, *Tabungan Mudharobah*, *Deposito Mudhorobah*. Dalam hal ini penelitian mengkhususkan penelitian mengenai produk tabungan dari Bank Muamalat. Alasan dilakukan penelitian di Bank Muamalat Cabang Tulungagung karena adanya persaingan yang sangat ketat dikarenakan semakin banyaknya lembaga keuangan syari'ah saat ini. Agar mampu mensosialkan ke masyarakat luas, maka perusahaan harus mengetahui serta menilai sikap dan perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan

untuk memilih produk tabungan yang berhubungan dengan karakteristik konsumen dan karakteristik produk tabungan yang ada di Bank Muamalat.

Sikap terdiri dari tiga komponen, *pertama* Komponen kognitif. Komponen ini terdiri dari kepercayaan konsumen dan pengetahuan tentang obyek. Kepercayaan atribut tentang suatu produk biasanya dievaluasi secara alami. Semakin positif kepercayaan terhadap suatu merek dan semakin positif setiap kepercayaan, maka akan semakin mendukung keseluruhan sikap tersebut. *Kedua* Komponen Afektif Merupakan emosi atau perasaan konsumen mengenai produk atau merk tertentu. Emosi dan perasaan ini sering dianggap oleh para peneliti konsumen sangat evaluative sifatnya, yaitu mencakup penilaian seseorang terhadap obyek sikap secara langsung dan menyeluruh. *Ketiga* Komponen ini adalah respon dari seseorang terhadap obyek atau aktivitas. Seperti keputusan untuk membeli atau tidaknya suatu produk akan memperlihatkan komponen behavioral.

Perilaku konsumen (*consumer behavior*) terdiri dari semua tindakan konsumen untuk memperoleh, menggunakan, dan membuang barang atau jasa. Beberapa perilaku konsumen adalah mem`beli produk atau jasa, memberikan informasi dari mulut ke mulut tentang sebuah produk atau jasa kepada orang lain, membuang sebuah produk, dan mengumpulkan informasi sebelum melakukan pembelian.⁶

⁶ John C. Mowen, *Perilaku Konsumen JILID 1*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2002). Hal 322

Masyarakat menjadi nasabah bank Islam tidak lagi semata-mata menghitung untung rugi, tidak lagi terpengaruh dengan hal-hal yang bersifat duniawi. Panggilan jiwalah yang mendorongnya, karena didalamnya mengandung nilai-nilai spiritual/spiritual marketing. Dalam bahasa syari'ah, keseluruhan proses yang dilakukan oleh perbankan dalam persepsi nasabah tidak ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah, kegiatan bank Islam harusnya mengandung nilai-nilai ibadah.

Salah satu teori yang mencoba memprediksi minat atau niat adalah Theory of Reasoned Action dari Fishbein dan Ajzen. Menurut Fishbein dan Ajzen, tindakan seseorang adalah realisasi dari keinginan atau niat seseorang untuk bertindak. Faktor yang mempengaruhi niat adalah sikap pada tindakan dan norma subyektif mengangkut persepsi seseorang, apakah orang lain yang dianggap penting akan mempengaruhi perilakunya.

Sikap dan Perilaku konsumen terhadap produk ini akan berbeda-beda dan setiap individu akan menjatuhkan pilihannya atas dasar pertimbangan yang matang, seperti harga yang terjangkau, proporsi nilai yang ada dalam produk tabungan di bank muamalat cabang pembantu tulungagung, kemudahan mendapatkannya dan lain sebagainya.

Namun bagaimanakah sikap dan perilaku konsumen terhadap atribut produk tabungan di Bank Muamalat Indonesia, oleh karena itu penulis merasa tertarik untuk mengetahui bagaimanakah sikap dan perilaku konsumen dalam

penilaian atribut produk tabungan di bank muamalat cabang pembantu Tulungagung ini.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka perlu diadakan sebuah penelitian untuk memperoleh informasi yang jelas disertai bukti ilmiah. Penulis tertarik untuk meneliti mengenai penilaian sikap dan perilaku konsumen terhadap produk tabungan Bank Muamalat **“Analisis Sikap Dan Perilaku Konsumen Dalam Penilaian Atribut Produk Tabungan Di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Tulungagung”**.

B. IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka identifikasi masalah yang muncul adalah :

Konsumen atau nasabah semakin selektif pada saat pengambilan keputusan untuk menggunakan produk tabungan di bank syariah. Masyarakat menjadi nasabah bank Islam tidak lagi semata-mata menghitung untung rugi, tidak lagi terpengaruh dengan hal-hal yang bersifat duniawi. Panggilan jiwa yang mendorongnya, karena didalamnya mengandung nilai-nilai spiritual/spiritual marketing.

C. RUMUSAN MASALAH

Sesuai dengan latar belakang dan identifikasi masalah serta pembatasan masalah, penulis merumuskan masalah yang sedang diteliti. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Bagaimana sikap konsumen terhadap atribut yang dimiliki produk tabungan di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Tulungagung?
- b. Bagaimana perilaku konsumen terhadap atribut produk tabungan di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Tulungagung?

D. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis sikap nasabah (konsumen) terhadap keyakinan yang ideal dalam penilaian atribut yang dimiliki produk tabungan di Bank Muamalat Cabang Pembantu Tulungagung.
2. Untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap produk tabungan di Bank Muamalat Cabang Pembantu Tulungagung.

E. KEGUNAAN PENELITIAN

Penelitian ini meskipun sederhana, diharapkan dapat membentangkan manfaat dan kegunaan yang baik secara pribadi maupun untuk masyarakat pada umumnya. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Secara Teoretis

Sumbangsih pemikiran dalam bidang manajemen pemasaran produk tabungan di Peerbankan Syariah.

b. Secara Praktis

a. Bank Muamalat Indonesia

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi kepada pihak-pihak yang berkompeten terhadap pengembangan manajemen pemasaran produk tabungan Bank Muamalat Indonesia, dan memberikan dukungan data dan pemikiran bagi penentu kebijakan manajemen di Bank Muamalat Indonesia.

b. Akademik

Secara akademik diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah pengembangan teori ekonomi islam, khususnya dalam bidang manajemen, analisis perilaku konsumen dan pemasaran.

c. Peneliti Lanjutan

Sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dalam kajian penelitian dengan tema yang sama yaitu tentang masalah sikap dan perilaku konsumen.

F. RUANG LINGKUP DAN PEMBATASAN MASALAH

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas maka peneliti memberikan batasan masalah menyangkut sikap dan perilaku konsumen dalam penilaian atribut produk tabungan di Bank Muamalat Cabang Pembantu Tulungagung perbankan syariah, antara lain :

- a. Peneliti memberikan batasan masalah pada atribut-atribut yang menonjol dari produk tabungan Bank Muamalat Cabang Tulungagung yang di nilai dalam penilaian sikap dan perilaku konsumen.
- b. Peneliti menggunakan model sikap dan perilaku konsumen dari *Fishbein*. Yaitu peneliti menilai model sikap, keyakinan akan atribut yang menonjol, evaluasi atribut, keyakinan normative, dan motivasi.

G. PENEGLASAN ISTILAH

1. Definisi Konseptual

a. Sikap Dan Perilaku Konsumen

Schifman dan Kanuk menyatakan bahwa Sikap adalah ekspresi perasaan (*inner feeling*), yang mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang, suka atau tidak suka, dan setuju atau tidak setuju terhadap suatu

objek. Objek yang dimaksud bisa berupa merek, layanan, pengecer, perilaku tertentu, dan lain-lain.⁷

Menurut Engel et al menanyakan bahwa Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat untuk mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti dan menyusuli tindakan ini.⁸

b. Atribut Produk

Atribut produk menurut Fandy Tjiptono adalah “unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan.Sedangkan menurut Teguh Budiarto “Atribut-atribut produk adalah sesuatu yang melengkapi manfaat utama produk sehingga mampu lebih memuaskan konsumen”. Atribut dapat dipandang secara obyektif (fisik produk) maupun secara subyektif (pandangan konsumen).⁹

c. Produk tabungan Bank Syariah

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 Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta : Gramedia, 2002). Hal 152

⁸ James F. Engel, Roger D. B, Paul W, W, *Perilaku Konsumen*,Edisi Ke 6, (Jakarta: Binarupa Aksara). Hal 3

⁹ Dr. Nugraha J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana Media Group, 2003). Hal 147

2. Definisi Operasional

Analisis Sikap dan perilaku konsumen dalam penilaian atribut produk tabungan di Bank Muamlat Cabang Pembantu Tulungagung. Judul yang diambil oleh peneliti mempunyai maksud untuk meneliti bagaimana sikap dan perilaku konsumen dalam menilai produk tabungan yang didukung oleh atribut yang ada. Peneliti juga mempunyai memberikan informasi kepada pemasar dalam mendiagnosis kekuatan dan kelemahan produk pesaing dengan menentukan bagaimana konsumen mengevaluasi produk pada atribut-atribut penting.

Teori yang mendukung penelitian ini adalah *Theory of Reasoned Action* dan *Theory Planned Behavior*. Teori pertama mengatakan sikap berasal dari keyakinan terhadap perilaku (*behavioral beliefs*). Sedangkan teori kedua merupakan pengembangan lebih lanjut dari TRA, yaitu sikap berasal pula dari control perilaku yang dipersepsi (*perceived behavioral control*).

H. SISTEMATIKA PENULISAN

Maksud dari pada pembuatan sistematika penulisan ini adalah untuk memberikan gambaran yang ringkas dan jelas mengenai isi bab demi bab. Sistem penulisannya adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang, identifikasi masalah dan pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan dari

penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menjabarkan teori-teori yang digunakan sebagai dasar penelitian, kerangka pikir penelitian dan hipotesis sementara dari permasalahan yang diteliti.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel yang diambil, jenis dan sumber data yang digunakan, metode analisis data dan definisi operasional variabel.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Pada bab ini dikemukakan tentang hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

BAB V : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menguraikan mengenai pengolahan data, serta analisis, pembahasan setiap atribut dan mengetahui hasil sikap dan perilaku konsumen.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membuat kesimpulan yang diambil berdasarkan hasil pembahasan yang dilakukan serta memberi sumbangan saran dan hasil penelitian yang diperoleh.