

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Peran serta pemerintah didalam meningkatkan budaya menabung semakin mendorong perbankan lainnya untuk meningkatkan jumlah nasabah yang baru. Menabung merupakan kegiatan rutin yang dirasakan sulit bagi masyarakat Indonesia Masyarakat masih beranggapan bahwa menabung bukan merupakan suatu budaya masyarakat biasa namun hanya seseorang dengan penghasilan besar. Serta masih beranggapan bahwa dana yang disetorkan ke dalam tabungan saldonya akan habis terpotong biaya administrasi serta biaya lainnya.

Hal inilah yang mendorong Presiden Indonesia dan Gubernur Bank Indonesia mencanangkan Kegiatan Edukasi Keuangan dan Kampanye Gerakan Indonesia Menabung (GIM) dicanangkan pada tanggal 20 Februari 2010. Pencanaan GIM dilakukan bersamaan dengan peluncuran produk TabunganKu.

Bank Indonesia serta perbankan lainnya telah melakukan kampanye bersama pada tanggal 27 Juni 2012 dimana setiap Hari Rabu setiap awal bulan ditetapkan sebagai Hari Rajin Menabung.

Acara kampanye gerakan “Ayo Menabung” digelar oleh Otoritas Jasa Keuangan bersama Industri Jasa Keuangan (IJK) bersamaan Hari Menabung Sedunia (*World Saving Day*) jatuh pada tanggal 31 Oktober. Tujuan dari seluruh program yang digelar oleh pemerintah serta BI dan OJK tidak lain adalah sebagai sarana untuk meningkatkan likuiditas tabungan domestik untuk mendukung pembiayaan pembangunan nasional dan kemandirian ekonomi masyarakat.

Hal lainnya adalah angka *rasio savings to GDP* Indonesia yaitu sekitar 31%, lebih rendah dibandingkan dengan Singapura sebesar 49%, Filipina sebesar 46% serta Cina 49%. Rendahnya budaya menabung juga ditunjukkan dengan menurunnya *Marginal Propensity to Save* (MPS/ keinginan untuk menabung) meskipun GDP per kapita meningkat.

Kondisi perekonomian negara Indonesia dalam dasawarsa terakhir mengalami peningkatan, hal itu tidak lain campur tangan dari pemerintah maupun dari masyarakat sebagai pelaku ekonomi sesungguhnya. Namun perekonomian *non domestic* yang kurang baik akan mempengaruhi perekonomian *domestic* jika tidak didorong oleh pemerintah serta masyarakatnya.

Fungsi pemerintah dalam meningkatkan perekonomian negaranya adalah dengan mengeluarkan kebijakan salah satunya adalah menanggulangi inflasi tersebut dengan mengambil kebijakan moneter dan atau kebijakan fiskal. Kebijakan untuk menaikkan suku bunga kredit kepada masyarakat adalah salah satu bentuk penanggulangannya. Berdasarkan Informasi dari Badan Pusat Statistik (BPS) bahwa inflasi pada tahun 2016 sebesar 3.02 tercatat menjadi terendah sejak tahun 2010 (Jakarta, 3 Januari 2017).

Jika dilihat dari beberapa tahun terakhir perekonomian di Indonesia khususnya berdasarkan data dari Bloomberg yang diterima Antara di Jakarta. Indonesia mampu menaikkan kekuatan nilai tukar

(2.41%), pertumbuhan ekonomi tetap positif (5.02%) dibandingkan Malaysia dan Filipina tercatat memiliki nilai tukar negatif sebesar 4.26% dan 5.29%. China, Asia Pasifik memiliki peningkatan pendapatan per kapita, hal ini berdampak baik karena mengurangi angka kemiskinan di dunia.

Dengan adanya peningkatan pendapatan diharapkan jumlah dana yang dimanfaatkan untuk berinvestasi juga mengalami peningkatan, namun hal itu sejalan juga dengan meningkatnya jumlah penabung di Indonesia. Menurut data dari Bank Indonesia, Peningkatan tabungan konsumen tercermin dari porsi tabungan terhadap pendapatan (*saving to income ratio*), menjadi 14,2% dari 13% pada bulan sebelumnya. Melihat potensi dan realita yang terjadi saat ini ekonomi syari'ah idealnya dapat tumbuh besar di Indonesia. Seiring dengan perkembangan tersebut, mulai banyak bermunculan lembaga-lembaga keuangan lainnya yang menggunakan sistem perbankan syari'ah yang salah satunya yaitu Bank bjb syari'ah. Bank bjb syari'ah terus

melakukan inovasi baik produk pendanaan maupun produk pembiayaan.

Pihak yang memiliki kelebihan dana (modal) akan menginvestasikan dananya ke lembaga keuangan (sebagai lembaga intermediasi) yang selanjutnya akan disalurkan ke sektor bisnis yang membutuhkan pembiayaan. Kemampuan bank dalam memperluas pembiayaan sangat tergantung pada kemampuannya untuk memobilisasi dana pihak ketiga dari masyarakat. Kondisi ini, mendorong munculnya tingkat persaingan di kalangan institusi perbankan (baik perbankan syariah maupun konvensional) dalam mengumpulkan dana pihak ketiga (tabungan) begitupula dalam menyalurkan pembiayaan ke sektor bisnis yang menguntungkan.

Jumlah bank syariah saat ini mencapai 12 bank diseluruh Indonesia. Dalam operasional bank syariah pada bagian penghimpunan dana hampir sama dengan perbankan konvensional. Hal ini dapat dilihat bahwa produk bank konvensional dan bank syariah terdiri dari giro, tabungan dan deposito. Namun perbedaan dari bank

syariah produk tersebut memiliki akad yang berbeda-beda setiap produknya yakni *wadiah* dan *mudharabah*.

Menurut Undang-undang Nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan (Undang-Undang Perbankan) Dana Pihak Ketiga adalah dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank berdasarkan perjanjian penyimpanan dana dalam bentuk giro, deposito, sertifikat deposito, tabungan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu. Sebagai produk pendanaan, produk tabungan, giro serta deposito di perbankan syariah merupakan bagian dari modal yang nantinya akan disalurkan kembali dalam bentuk pembiayaan kepada masyarakat. Namun jika modal yang mendominasi dineraca berasal dari dana-dana mahal atau berasal dari dana korporasi, maka akan sulit untuk menyalurkan produk yang akan bersaing dengan bank lain yang memiliki sumber dana berasal dari dana-dana murah/ritel. Bisnis perbankan syariah di Indonesia masih terbilang balita, diperlukan strategi ekstra agar bisa mengembangkan bisnis tersebut. Dukungan dari para pegiat syariah sangat diharapkan untuk menunjang

perkembangan perbankan syariah di tanah air. Berdasarkan data *annual report* bank bjb syariah setiap tahunnya menetapkan target kenaikan CASA (*Current Asset Savings Account*) setiap tahunnya dibandingkan RDI (Rasio Deposan Inti) pada tahun 2017 adalah perbaikan struktur pendanaan dengan komposisi RDI 40% dan komposisi CASA sebesar 31%. Dimana setiap tahunnya bjb syariah menargetkan adanya pengurangan komposisi RDI dan peningkatan CASA.

Saat ini meningkatkan CASA perbankan dapat dikatakan sulit dikarenakan belum semua masyarakat Indonesia telah memanfaatkan produk tabungan dan giro. Sedangkan penyumbang CASA pada bank adalah masyarakat yang memanfaatkan bank sebagai sarana penunjang kegiatan sehari-hari dan masyarakat yang menempatkan dana di bank kurang dari Rp. 10 juta. Bank bjb Syariah memiliki beberapa produk yang bertujuan untuk mendorong peningkatan dana CASA tersebut baik berupa jenis produk tabungan serta produk giro. Produk Giro yang dimiliki oleh bank bjb syariah memiliki 2 prinsip yakni *Al Wadiah Yadh Dhamanah*

serta prinsip *Mudharabah Mutlaqah*. Giro yang dimiliki oleh bank bjb syariah berprinsip *mudharabah mutlaqah* adalah Giro ib Masalahah. Giro Ib Masalahah ini merupakan giro yang diperuntukkan bagi perorangan dan badan hukum. Penulis mencoba memaparkan kondisi giro Ib Masalahah yang telah dimiliki oleh bank bjb syariah khususnya KCP Depok sejak tahun 2014 hingga tahun 2016 yang mengalami penurunan jumlah NoA (*Number of Account*) setiap tahunnya. Hal ini dapat terlihat pada tabel 1.1 dan 1.2 mengenai jumlah NoA dan kegiatan pemasaran yang dilakukan di KCP Depok selama 3 tahun terakhir.

Jumlah Perbankan syariah sesuai dengan Statistik Otoritas Jasa Keuangan semakin banyak, hal ini dikarenakan semakin banyak juga bank yang menjalankan sistem bank syariah dengan dual sistem sehingga bank bjb syariah dituntut untuk memenangkan persaingan dengan cara mendapatkan nasabah dan mempertahankan nasabah yang dimiliki. Untuk mendukung hal tersebut bank dituntut untuk memahami perilaku atau sikap nasabah. Sikap nasabah dapat

menunjukkan gambaran yang dibutuhkan nasabah, alasan menggunakan jasa serta faktor yang mempengaruhi keputusan seperti keadaan pasar. Kebutuhan masyarakat yang harus dipenuhi adalah kebutuhan menyimpan dana seperti tabungan, giro serta deposito dan bank bjb syariah memiliki jasa tersebut.

Menanggapi kondisi tersebut bank bjb syariah KCP Depok perlu merumuskan sebuah strategi pemasaran yang terbaik didalam meningkatkan jumlah nasabahnya. Salah satu bentuk pemasaran yang dapat dilakukan dioptimalkan adalah empat strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yakni strategi produk. Strategi produk tidak hanya berkaitan produk yang dipasarkan, namun juga berhubungan dengan atribut yang ada di produk tersebut. Atribut produk yang dikemukakan oleh **Tjiptono (2008;103)**, meliputi merek, kemasan, pemberian label, jaminan (garansi) dan pelayanan.

Salah satunya adalah dengan mengetahui sejauh mana atribut produk Giro Ib Masalah dan kualitas pelayanan pegawai bank bjb syariah KCP Depok

didalam mempengaruhi pemilik giro merasa puas untuk bertransaksi dan menabung di bank bjb syariah KCP Depok. Dengan mengetahui atribut mana yang diharapkan nasabah dari suatu produk dan sejauh mana kegiatan pemasaran yang dilakukan bjb syariah KCP Depok sesuai dengan keinginan nasabah, suatu produk yang diluncurkan sangat ditentukan atribut-atribut produk yang memberikan kemudahan bagi nasabah untuk memilih dan menggunakan produk tersebut dibandingkan produk serupa di bank lain.

Terdapat beberapa pertimbangan yang menjadi tolok ukur tingkat kepuasan nasabah terhadap suatu produk. Ketika seorang konsumen telah menemukan produk yang diinginkannya, masih terdapat beberapa hal lain yang menjadi pertimbangan. Seperti misalnya pertimbangan harga produk, kualitas produk, atau tentang tingkat kualitas pelayanan bank yang baik. Maka dari itu, sangat penting untuk mempertimbangkan aspek kepuasan pelanggan terkait kualitas pelayanan yang diberikan. Jenis-jenis pelayanan yang dapat diberikan misalnya berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan,

dan keramahtamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan tindakan langsung kepada nasabah. Indikator dalam rangka mengukur tingkat kepuasan nasabah di bank bjb syariah dapat diukur melalui CSI (*Customer Satisfaction Index*) yang dimiliki di setiap kantor cabang. Dalam aplikasi CSI ini setiap nasabah yang telah melakukan transaksi diberikan kesempatan untuk mengisi pilihan tingkat kepuasan atas pelayanan dari setiap *frontliner* yang melayani mereka. *Frontliner* tersebut terdiri dari *Teller, Customer Service, Analis Emas* hingga Petugas Keamanan/*Security*.

Tabel 1.1

Jumlah Pembukaan Rekening Giro Ib Masalah tahun 2014-2016 di Bjb Syariah

KCP Depok

Jenis DPK	Tahun			Keterangan
	2014	2015	2016	
Giro ib Masalah	2014	2015	2016	
Jumlah NoA	183	160	150	

Tabel 1.2
Kegiatan Promosi *Funding Officer* KCP Depok

Kegiatan Pemasaran	TAHUN								
	2014			2015			2016		
	<i>Marketing</i>			<i>Marketing</i>			<i>Marketing</i>		
	FO1	FO2	FO3	FO1	FO2	FO3	FO1	FO2	FO3
<i>Goes to Community/ Instansi</i>	12	12	12	20	18	16	28	21	26
<i>Goes to School & Sponsorship</i>	10	10	10	16	18	14	20	22	19
<i>Open Table & Small Gathering</i>	5	6	4	9	8	11	12	15	14
	27	28	26	45	44	41	60	58	59
TOTAL	81			130			177		

Sumber Data : Laporan harian dan bulanan yang dilaporkan setiap kantor cabang di bjb syariah.

Data diatas menunjukkan bahwa kegiatan pemasaran tidak berpengaruh terhadap peningkatan jumlah pembukaan rekening Giro Ib Masalahah. Faktor lain kemungkinan berpengaruh adalah kualitas

pelayanan maupun faktor-faktor lain yang nanti akan ditemukan oleh peneliti.

Hal inilah yang menjadi pemikiran penulis untuk mengetahui permasalahan tersebut. Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk penulisan tesis dengan judul “**Pengaruh Atribut Produk dan Kualitas Pelayanan Giro ib Masalah terhadap Kepuasan Menabung Nasabah di bank bjb Syariah KCP Depok**”.

1.2. Identifikasi Masalah

1. Bagaimana pengaruh atribut produk Giro iB masalah terhadap Kepuasan Menabung Nasabah di bank bjb syariah KCP Depok?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan produk Giro Ib Masalah terhadap Kepuasan Menabung Nasabah di bank bjb syariah KCP Depok?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan untuk diolah, dianalisis, dan diinterpretasikan, sehingga dapat memperoleh kesimpulan terhadap masalah yang diteliti dalam hal ini untuk mengetahui hasil pengaruh atribut produk giro ib masalah dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan menabung nasabah pada bank bjb syariah KCP Depok.

1.3.2. Tinjauan Penelitian

Penelitian ini disusun dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh atribut produk Giro Ib Masalah dalam terhadap kepuasan Menabung Nasabah di bank bjb syariah KCP Depok.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan pegawai terhadap kepuasan Menabung di bank bjb syariah KCP Depok.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

- a. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai atribut produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah menabung.
- b. Penelitian ini berguna untuk dapat memperoleh gambaran secara langsung perkembangan produk giro ib masalah di bank bjb syariah KCP Depok.

2. Bagi Pihak Bank

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh atribut produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan menabung, sehingga dapat menjadi masukan bagi pihak bank bjb syariah KCP Depok untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku nasabah dalam melakukan kepuasan menabung.

3. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pembendaharaan kepustakaan khususnya yang berhubungan dengan kepuasan menabung, serta dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya mengenai tema yang sama.

1.5. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Dalam melakukan penelitian, penulis menggunakan metode deskriptif, merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data yang menggambarkan keadaan objek penelitian kemudian menganalisisnya sehingga dapat ditarik kesimpulan. Pengertian penelitian deskriptif menurut **Zulganef (2008 : 11)** adalah :

“ Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan menggambarkan suatu kondisi atau

fenomena tertentu, tidak memilah-milah atau mencari faktor-faktor atau variabel tertentu”.

Sedangkan untuk memperoleh data, penulis menggunakan pengumpulan data sebagai berikut :

- a. *Library Research* (pengumpulan data melalui kepustakaan), dan membaca buku-buku yang berkaitan dengan tesis, dalam hal ini bacaan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan atribut produk.
- b. *Field Research* (penelitian lapangan) ,dengan mempelajari dan melakukan wawancara kepada pegawai bank bjb syariah KCP Depok.

2. Sumber Data

a. Primer

Merupakan data yang didapat dari pihak pertama, dari individu yaitu hasil wawancara kepada pegawai atau hasil pengisian kuesioner yang dilakukan peneliti. Dikarenakan peneliti berada dimana penelitian berlangsung.

b. Sekunder

Merupakan data yang diperoleh dari pihak lain yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak lain, dan digunakan oleh penulis sebagai informasi tambahan dan referensi bagi penulis. Dalam penelitian ini peneliti mengutip dari buku pedoman Sistem Prosedur Operasi, internet dan sebagainya yang berisikan informasi mengenai bank bjb syariah.

3. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di PT. Bank Jabar Banten Syariah KCP Depok, Jl. Margonda Raya No. 483 A Depok yang dilakukan pada tahun 2017.