

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sektor perbankan di Indonesia mempunyai peran yang sangat strategis dalam pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional kearah peningkatan taraf hidup rakyat banyak.

Pada hakekatnya Bank merupakan usaha dalam sektor jasa, salah satu fungsi dari Bank adalah sebagai lembaga perantara dalam arus dana, baik dalam pasar uang maupun pasar modal. Bank dapat bertindak sebagai pengumpul dana bagi pihak yang kelebihan dana, tetapi juga sekaligus dapat pula bertindak sebagai pemberi atau penjual dana bagi pihak yang memerlukan dana.

Menurut Ruddy Tri Susanto (1997,hal.2) berdasarkan fungsinya ada dua jenis instrumen bank yaitu:

1. Instrumen penghimpun dana dari masyarakat. Produk bank yang termasuk dalam instrumen ini antara lain adalah giro, deposito, dan tabungan.
2. Instrumen penyalur dana ke masyarakat. Produk yang termasuk dalam instrumen ini adalah pemberian berbagai macam kredit.

Fungsi utama Perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat. Tujuan Perbankan Indonesia untuk menunjang pelaksanaan

pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan , pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak.

Dalam kegiatannya, bank dapat mempengaruhi jumlah uang yang beredar sehingga banyak diatur oleh berbagai piranti kebijaksanaan moneter dan pengaturan yang dilakukan oleh penguasa moneter yang kemudian ditandai dengan keluarnya UU No.10 tahun 1998 sebagai perubahan UU No.7 tahun 1992.

Di Indonesia sejak diberlakukannya Undang-undang No.7 Tahun 1992 tentang perbankan maka selain bank yang dikelola dengan sistem konvensional terdapat juga bank yang dikelola menggunakan sistem bagi hasil yang dalam penelitian ini disebut sebagai bank dengan prinsip syariah.

Keberadaan bank syariah semakin jelas dan kuat dari segi landasan hukum kelembagaannya maupun landasan operasional syariahnya dengan diberlakukannya Undang-undang No.10 Tahun 1998. Dengan kekuatan hukum ini berarti bank dengan sistem syariah mempunyai kesempatan yang sama dengan bank konvensional untuk melakukan transaksi bisnis dalam dunia perbankan nasional.

Menurut UU No.10 tahun 1998, yang dimaksud dengan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Sedangkan Prinsip Syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dengan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah.

Sebagai umat Islam, wajar bila kita mempunyai ideologi yang islami dan melakukan aktivitas-aktivitas ekonomi sesuai dengan aturan dan kaidah Islam. Islam sebagai suatu agama, tidak semata-mata mengurus masalah ukhrowi saja, tetapi juga mengatur dan mengurus masalah kehidupan duniawi.

Mengingat perkembangan peradaban dan pola kehidupan kian kompleks, cendekiawan muslim semakin “pro-inventif dan pro-inovatif (tidak cukup lagi hanya sekedar pro-aktif)” dalam membumikan Al-Qur’an dan mengkinikan Sunnah Rasul. Kritik utama ekonomi islami terhadap ilmu ekonomi konvensional adalah kecenderungan bebas nilai (value free) dan amoral sehingga muncullah perbankan bersifat syariah.

Dalam beberapa hal bank, terdapat persamaan antara bank syariah dengan bank konvensional terutama pada sisi teknis penerimaan uang, pelayanan kepada nasabah, pelaku yang terkait dan pengguna teknologi.

Namun, masih banyak perbedaan yang mendasar di antara keduanya yaitu menyangkut aspek legal, struktur organisasi, usaha yang dibiayai, lingkungan kerja dan terutama mekanisme perhitungan keuntungan atau bagi hasil. Perbedaan tersebut terjadi karena prinsip syariah sebagai dasar dalam pengelolaan bank syariah yaitu pelarangan penggunaan instrumen bunga.

Hal ini semakin diperkuat dengan dikeluarkannya fatwa oleh Ijtima Ulama Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 17 Desember 2003 yang memutuskan bahwa bunga bank termasuk riba, dan riba termasuk haram. Walaupun

sampai saat ini fatwa itu memang belum disahkan oleh pimpinan MUI, namun yang jelas fatwa itu sudah lama ditunggu-tunggu oleh umat muslim untuk kemaslahatan umat dan perkembangan perekonomian dan perbankan berdasarkan syariah Islam.

Fatwa bunga bank haram itu telah menimbulkan pro dan kontra di kalangan masyarakat. Termasuk masih banyaknya perbedaan pendapat di kalangan ulama sendiri. Perbankan syariah yang paling diuntungkan dan mendapat promosi gratis dan strategis dengan dikeluarkannya fatwa MUI tersebut.

Meskipun begitu, hal ini tidak membawa perubahan yang signifikan bagi perbankan syariah itu sendiri. Hal ini dapat terlihat dengan adanya beberapa media yang menuliskan bahwa, “berdasarkan pengamatan sejak fatwa tersebut dikeluarkan oleh Ijtima Ulama Komisi Fatwa MUI, belum terjadi perubahan peralihan dana yang signifikan dari bank konvensional ke bank syariah. Bahkan beberapa masyarakat muslim ketika diwawancarai pun menjawab tidak secara otomatis akan memindahkan dananya ke bank syariah karena perlu banyak pertimbangan untuk melakukan hal tersebut” (Titis Estiningtyas, 2004, hlm.12)

Namun demikian, hal ini bukan berarti perbankan syariah sama sekali tidak diminati. Karena pada kenyataannya, tidak sedikit masyarakat muslim yang memutuskan untuk menjadi nasabah di perbankan syariah dengan berbagai alasan dan motivasi yang setiap individu dapat berbeda.

Berdasarkan konsep pemasaran, perusahaan harus dapat memahami perilaku konsumen dalam pembelian dari pasar sasaran yang dalam hal ini tugasnya

dilakukan oleh manajemen pemasaran. Pemasaran di bidang perbankan adalah mendekati bank kepada nasabah dan calon nasabah, memberitahu atau memperkenalkan, menciptakan image yang baik serta membangun loyalitas kepada nasabah terhadap bank itu sendiri. Kebutuhan dan kepuasan nasabah dapat terpenuhi apabila pemasaran perbankan memahami perilaku konsumen yang dalam hal ini adalah nasabah.

Oleh karena itu pemahaman perilaku konsumen secara konseptual dan praktis harus dimiliki oleh manajer, karyawan, serta staf operasional bank sehingga tidak terpacu pada hal-hal teknis operasional perbankan saja dan lebih berhasil dalam berinteraksi dengan calon nasabah yang merupakan pasar sasaran sehingga dapat meningkatkan salah satu faktor motivasi nasabah dalam keputusannya mempercayai salah satu perusahaan dalam hal ini perbankan.

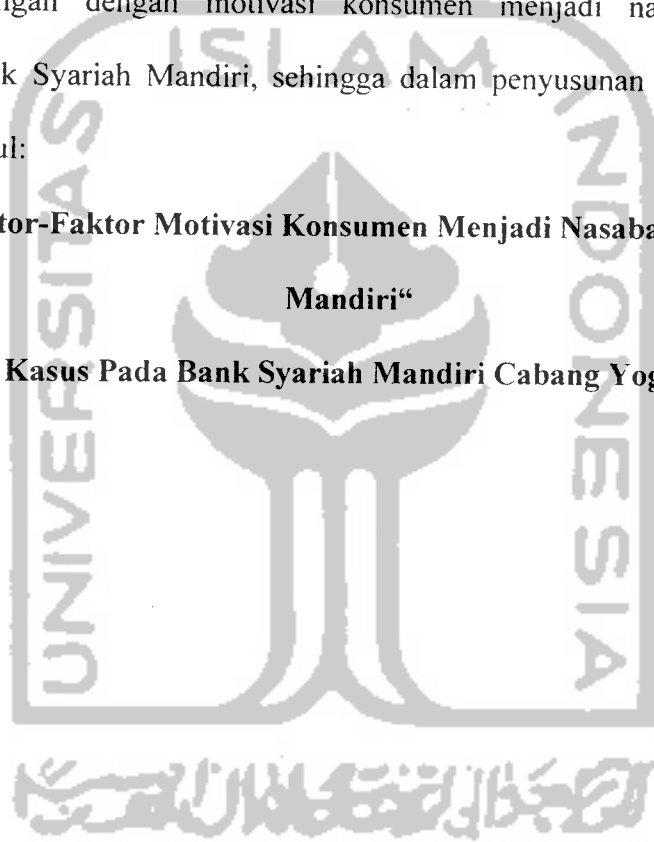
Motivasi disini dapat diartikan sebagai faktor yang mendorong orang untuk bertindak dengan cara tertentu untuk mencari kepuasan. Motivasi setiap konsumen untuk menjadi nasabah pada suatu bank akan berbeda. Perbedaan ini dikaitkan dengan kondisi bank yang akan dituju oleh konsumen tersebut selain juga faktor-faktor motivasi yang lain. Oleh karena itu bank harus dapat menciptakan suasana yang dapat membuat nasabah mempunyai persepsi bahwa kebutuhan dan nasabah akan produk dan kriteria perbankan terpenuhi, sehingga pada akhirnya akan memberikan kepuasan kepada nasabah. Dan dalam jangka panjang akan membentuk nasabah-nasabah yang memiliki loyalitas tinggi terhadap bank.

Untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen dengan mempelajari faktor-faktor yang berpengaruh sebagai motivasi dalam proses pembelian produk oleh konsumen maka perusahaan atau pemasar dapat menyusun program pemasaran yang efektif dan efisien.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dipandang perlu diadakannya penelitian yang berhubungan dengan motivasi konsumen menjadi nasabah perbankan, khususnya Bank Syariah Mandiri, sehingga dalam penyusunan skripsi ini penulis mengambil judul:

**“Analisis Faktor-Faktor Motivasi Konsumen Menjadi Nasabah Bank Syari’ah
Mandiri“**

(Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)



1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas yang dirumuskan pada alasan pemilihan judul tersebut, maka beberapa pokok permasalahan yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi motivasi konsumen terhadap keputusannya menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri ?
2. Faktor manakah yang paling dominan yang dapat mempengaruhi motivasi nasabah di Bank Syariah Mandiri ?
3. Apakah ada perbedaan motivasi nasabah ditinjau berdasarkan karakteristik nasabah (usia, tingkat pendidikan, dan jenis pekerjaan) di Bank Syariah Mandiri ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah sebagai:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong motivasi konsumen dalam keputusannya menjadi nasabah pada Bank Syariah Mandiri.
2. Mengetahui dan menjelaskan faktor yang paling besar pengaruhnya terhadap motivasi nasabah pada Bank Syariah Mandiri yang didasarkan pada teori dan hipotesis.
3. Mengetahui perbedaan motivasi nasabah ditinjau dari karakteristik nasabah yang didasarkan pada teori dan hipotesis.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak baik itu yang terkait didalamnya maupun yang tidak antara lain:

1. Bagi bank

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan pemikiran bagi manajemen Bank Syariah Mandiri mengenai variabel-variabel apa saja yang dapat mempengaruhi motivasi konsumen didalam keputusannya menjadi nasabah pada bank yang bersangkutan, yang selanjutnya dapat digunakan sebagai alat untuk menentukan kebijakan perusahaan didalam usaha mencari nasabah yang lebih banyak lagi.

2. Bagi penulis

Merupakan tambahan wawasan terhadap dunia praktisi perbankan khususnya bank dengan sistem bagi hasil, yang diaktualisasikan dengan didasarkan pada pengetahuan teoritis yang diperoleh dibangku kuliah.

3. Bagi pihak yang berkepentingan

Hasil penelitian ini dapat dipakai juga sebagai masukan atau sumber informasi yang bermanfaat.