

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pada perekonomian suatu Negara, peranan bank begitu penting bagi kegiatan ekonomi, dapat dikatakan bahwa bank sebagai darahnya perekonomian suatu Negara. Oleh karena itu kemajuan suatu bank di suatu Negara dapat dijadikan ukuran kemajuan Negara yang bersangkutan. Semakin maju suatu Negara, maka semakin besar peranan perbankan dalam mengendalikan Negara tersebut.<sup>1</sup>

Dalam Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah yang memberikan penjelasan mengenai definisi dan pengertian yang digunakan di undang-undang ini, mengatur tentang prinsip syariah yang digunakan serta menganut demokrasi ekonomi dan prinsip kehati-hatian. Ketentuan fungsi bank syariah juga dipaparkan, dengan tujuan menunjang pelaksanaan pemangunan nasional yang meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.

Dalam sistem perbankan ganda ini, kedua sistem perbankan secara bersama-sama memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk dan jasa perbankan, serta mendukung pembiayaan bagi sektor-sektor perekonomian nasional. Dalam operasional bank Syariah pada bagian penghimpunan dana hampir sama dengan perbankan konvensional, artinya dalam sistem perbankan

---

<sup>1</sup> Khotibul Umam, "*Perbankan Syariah: Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya*", (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm. 64.

syariah dikenal produk berupa giro, tabungan dan deposito untuk menghimpun dana masyarakat serta adanya 2 akad yaitu *wadiah* dan *mudharabah* (pasal 19 ayat 1 Undang- Undang No. 21 tahun 2008). *Wadiah* dapat diartikan secara murni titipan dari satu pihak ke pihak lain . *Mudharabah* merupakan salah bentuk akad kerja sama yang akan diberikan dan disepakati nasabah. Sistem dari *mudharabah* ini merupakan akad kerja sama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak. Dalam penentuan kontraknya, harus dilakukan diawal ketika akan memulai akad mudharabah tersebut.<sup>2</sup>

Pada era globalisasi, produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Sehingga arus globalisasi dan kerjasama perdagangan antar negara dengan membuat semakin banyaknya produk maupun jasa asing masuk ke Indonesia yang membuat semakin ketatnya persaingan dalam dunia usaha, yang mengharuskan setiap perusahaan untuk dapat memanfaatkan sumber dayanya secara optimal. Produk adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan manusia. Produk yang berhasil berarti merupakan produk yang dapat benar-benar memenuhi kebutuhan dan keinginan atau selera konsumen.

Menurut Fandy Tjiptono faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah diantaranya yaitu pengetahuan produk perbankan, nisbah bagi

---

<sup>2</sup> Naf'an, *Pembiayaan Musyarakah dan Mudhrabah* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014) hlm.

hasil dan pelayanan. Pengetahuan produk sendiri meliputi merek, *terminology* produk, produk, atribut dan kepercayaan mengenai produk tersebut. Pengetahuan produk merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah adalah kualitas pelayanan yang diberikan suatu lembaga keuangan non bank maupun bank terhadap calon nasabah. pelayanan berkualitas sangat penting bagi perbankan dikarenakan pesaing antar perbankan dari setiap bank semakin ketat.<sup>3</sup>

Produk atau *product* merupakan sekumpulan beberapa informasi yang terkait mengenai suatu produk. Pengetahuan ini sendiri menyangkut tentang kategori produk, merek produk dan kepercayaan mengenai produk. Produk akan menjadi faktor yang digunakan untuk mempertimbangkan keputusan menabung. Calon nasabah yang mengetahui produk suatu lembaga keuangan dan mengetahui keuntungannya akan cenderung berminat untuk menggunakannya. Produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau digunakan jasanya sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk yang inovatif, kreatif dan menguntungkan akan menjadi pihan bagi calon nasabah.<sup>4</sup>

Pengetahuan merupakan pengalaman *actual* yang tersimpan dalam kesadaran mempengaruhi manusia. Pengetahuan merupakan hasil dari tahu, dengan adanya informasi berbagai produk serta kemudahan yang diberikan

---

<sup>3</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi 3* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2008) , hlm. 221-222

<sup>4</sup> Amsal Bakhtiar, "*Filsafat Ilmu*" (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 85.

kepada anggota diharapkan mampu memberikan kemudahan kepada nasabah.<sup>5</sup> Pengetahuan adalah usaha yang dilakukan seseorang untuk mengetahui dan menguraikan objek.

Menurut Sumarwan pengetahuan nasabah adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai produk dan jasa tersebut dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.<sup>6</sup> Pengetahuan konsumen adalah segala sesuatu yang diketahui dan dipahami oleh konsumen tentang suatu produk yang dipasarkan yang melekat dan dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli.

Sedangkan kebutuhan merujuk pada kekurangan yang dialami seorang individu pada suatu waktu tertentu. Kekurangan tersebut bisa bersifat fisiologis (seperti kebutuhan akan makanan, minuman, dsb), atau sosiologis (seperti kebutuhan akan interaksi sosial) dan kebutuhan lainnya. Kebutuhan dipandang sebagai sumber tenaga atau motivasi yang memicu respon perilaku setiap individu. Kebutuhan nasabah akan produk perbankan syariah tentunya akan memicu perilaku masyarakat untuk menggunakan produk perbankan syariah. menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak.

---

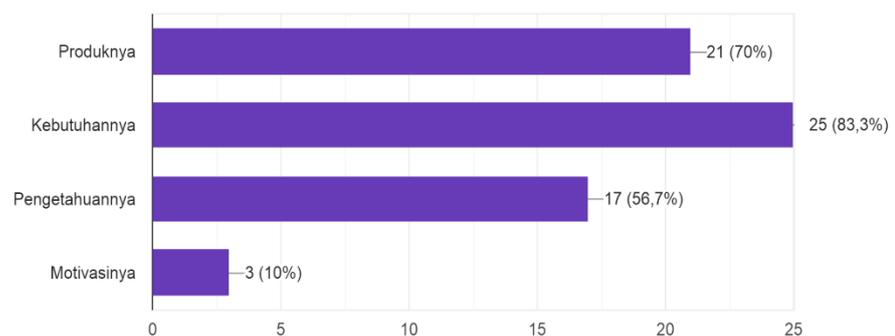
<sup>5</sup> Notoadmodjo, Soekidjo, *“Ilmu Kesehatan Masyarakat Dan Prinsip-Prinsip Dasar”*, (Jakarta: Rineka Cipta. 2003) hlm. 114.

<sup>6</sup> Sumarwan. *“Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran.”* (Bogor :Ghalia Indonesia, 2007) hlm. 45.

Dalam penentuan kontraknya, harus dilakukan diawal ketika akan memulai akad mudharabah tersebut.<sup>7</sup>

Dari data penelitian awal yang dilakukan peneliti tentang survey produk *Easy Mudharabah* untuk menentukan kenapa nasabah menggunakan tabungan *Easy Mudharabah* di BSI KC Masjid Agung Tasikmalaya. Dimana peneliti telah menyebarkan kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 30 nasabah BSI KC Masjid Agung Tasikmalaya

Alasan anda memilih produk tabungan tersebut? \*Diisi maksimal 3 jawaban



Sumber: Data diolah penulis

### **Gambar 1.1** **Penelitian Awal Alasan Menggunakan Produk Tabungan**

Dalam penelitian awal yang dilakukan penulis ada beberapa faktor yang penulis sajikan dalam penelitian awal yang dapat mendasari nasabah dalam memutuskan menggunakan produk tabungan; produk, kebutuhan, pengetahuan, dan motivasi. Dari faktor tersebut, ada 3 faktor yang paling mempengaruhi yaitu produk, karena produk mempunyai daya tarik tersendiri baik dari segi visual

<sup>7</sup> Paendong dan Meilissa, “Pengaruh kebutuhan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smatfren Cabang Manado”, Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Vol. 16, No. 4, 2016, hlm. 11.

maupun fungsional, lalu kebutuhan karena di lihat sebagai landasan untuk memberikan kemakmuran terhadap manusia tersebut artinya kemakmuran merupakan situasi bagi manusia dimana sebagian besar kebutuhannya dapat terpenuhi. Selanjutnya yaitu dari segi pengetahuannya karena agar konsumen atau nasabah mengetahui karakteristik suatu produk, karakteristik merupakan identitas suatu produk yang memiliki perbedaan antara produk satu dengan yang lainnya. Berdasarkan data yang diambil bisa di lihat dari keputusan nasabah dalam memilih menggunakan tabungan easy mudharabah, 21 dari 30 nasabah memilih produk, 25 dari 30 nasabah memilih kebutuhan, 17 dari 30 nasabah memilih pengetahuan dalam memutuskan menggunakan produk tabungan easy mudharabah di BSI Masjid Agung Tasikmalaya.

Permasalahan yang di temukan dilapangan bahwa yang menggunakan produk tabungan *Mudhrabah* lebih sedikit dibandingkan dengan total pengguna produk tabungan *Wadiah* BSI KC Masjid Agung Tasikmalaya itu sendiri.<sup>8</sup>

Berikut ini adalah data yang menggunakan produk tabungan Mudharabah mulai dari bulan Juni-September dari tahun 2021-2022 di BSI KC Masjid Agung Tasikmalaya:

---

<sup>8</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Wahyu (Marketing di BSI KC Masjid Agung Tasikmalaya)

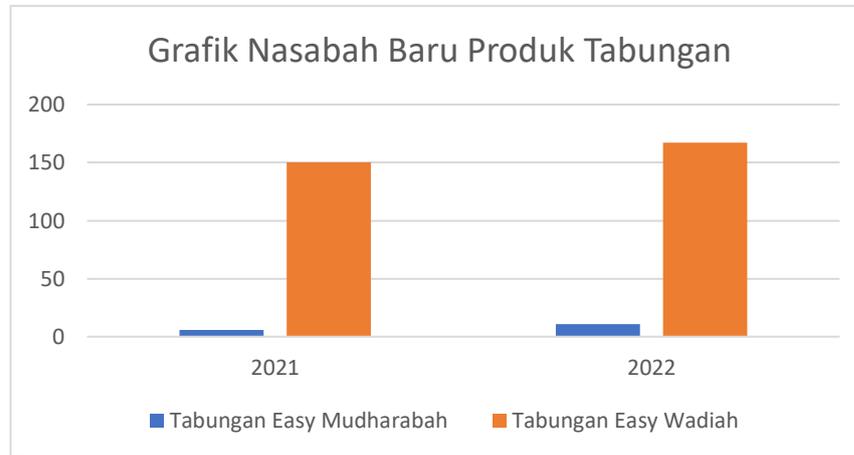
**Tabel 1.1**  
**Komposisi Jumlah Nasabah Pengguna Baru Tabungan pada Bank Syariah**

<b>Tahun 2021</b>			
<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Tabungan</b>	<b>Tabungan <i>Easy Mudharabah</i></b>	<b>Tabungan <i>Easy Wadiah</i></b>
Juni	156	6	150
Juli	94	12	82
Agustus	96	7	89
September	137	15	122
<b>Tahun 2022</b>			
<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Tabungan</b>	<b>Tabungan <i>Easy Mudharabah</i></b>	<b>Tabungan <i>Easy Wadiah</i></b>
Juni	159	15	144
Juli	168	17	151
Agustus	154	11	143
September	179	12	167

Sumber: BSI KC Masjid Agung Tasikmalaya Tahun 2022

Kondisi di atas bisa kita lihat dari tabel bahwa jumlah nasabah tabungan *Easy Mudharabah* di BSI KC Masjid Agung Tasikmalaya lebih sedikit peminatnya jika dibandingkan dengan produk tabungan *Easy Wadiah* yang mengalami peningkatan. Bisa dilihat dari tahun 2021 jumlah tabungan *Mudharabah* di bulan juni hanya 6 tabungan dibandingkan dengan tabungan *wadiah* yang berjumlah 150 tabungan, dan juga bisa dilihat dari tahun 2022 bulan agustus tabungan *Easy Mudharabah* hanya 11 tabungan jika

dibandingkan dengan jumlah tabungan *Easy Wadiah* bulan September tembus sampai 167 pengguna. Hal ini dapat dilihat di tabel 1.1 berikut.



Sumber: Data diolah penulis

**Gambar 1.2**  
**Grafik Pengguna Baru Produk Tabungan**

Berdasarkan grafik diatas nasabah baru produk tabungan di BSI KC Masjid Agung Tasikmalaya secara signifikan dari tahun 2021-2022 produk tabungan *Easy Mudharabah* jumlahnya lebih sedikit dibandingkan dengan produk tabungan *easy Wadiah*.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Handika Pratama<sup>9</sup> bahwa produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah menabung produk mudharabah, <sup>10</sup>Susanti bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan *Easy Mudharabah*, <sup>11</sup>Lisa Murni bahwa kebutuhan berpengaruh secara signifikan

<sup>9</sup> Handika Pranata, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Mudharabah Koperasi LKMS MERIANI MANAF". Jurnal EMBA Vol. 8 No. 2, April 2020.

<sup>10</sup> Susanti Meidiana, "Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Anggota memilih Tabungan Mudharabah di BMT Bina Sejahtera Kalijambe", Jurnal EMBA Vol. 5 No. 3, September 2017.

<sup>11</sup> Lisa Murni Yanti, "Pengaruh Pemahaman dan Kebutuhan Terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Beutong Kabupaten Nagan Raya Dalam Memilih Produk Tabungan

terhadap keputusan nasabah memilih tabungan *Easy Mudharabah*. Sedangkan dalam penelitian Lemiyana bahwa produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam hal memilih produk. Urgensi penelitian ini adalah untuk menunjukkan seberapa pentingnya penelitian tersebut dilakukan. Urgensi penelitian ini juga dapat digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh penelitian terhadap masyarakat. Oleh karena itu, urgensi dalam penelitian berwujud solusi dan juga sebagai bahan evaluasi untuk pihak bank itu sendiri agar produk tabungan *Easy Mudharabah* tidak tertinggal jauh dari produk tabungan *Easy Wadiah*.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Produk, Pengetahuan, dan Kebutuhan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Tabungan *Easy Mudharabah* di BSI KC Masjid Agung Tasikmalaya”**

## **B. Rumusan Masalah**

Sesuai dengan identifikasi masalah tersebut, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih Tabungan *Easy Mudharabah* di BSI KC Masjid Agung Tasikmalaya?
2. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih Tabungan *Easy Mudharabah* di BSI Masjid Agung Tasikmalaya?

3. Apakah kebutuhan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih Tabungan *Easy Mudharabah* di BSI KC Masjid Agung Tasikmalaya?
4. Apakah produk, pengetahuan, dan kebutuhan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan *Easy Mudharabah* di BSI KC Masjid Agung Tasikmalaya?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini :

1. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan nasabah dalam memilih Tabungan *Easy Mudharabah* di BSI KC Masjid Agung Tasikmalaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Tabungan *Easy Mudharabah* di BSI KC Masjid Agung Tasikmalaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh kebutuhan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Tabungan *Easy Mudharabah* di BSI KC Masjid Agung Tasikmalaya.
4. Untuk mengetahui pengaruh produk, pengetahuan, dan kebutuhan secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan *Easy Mudharabah* di BSI KC Masjid Agung Tasikmalaya.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan yang dihasilkan penelitian ini dibagi menjadi dua macam, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat praktisi.

## 1. Manfaat Teoritis

- a. Adanya penelitian ini diharapkan menambah ilmu pengetahuan terutama tentang perbankan syariah dan dunia pendidikan, khususnya di perguruan tinggi dan masyarakat pada umumnya.
- b. Adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan sarana latihan dari kenyataan yang ada di lapangan yang sangat berharga untuk diaplikasikan dengan pengetahuan yang di peroleh peneliti selama berada di perkuliahan.

## 2. Manfaat Praktisi

### a. Bagi Peneliti

Penelitian ini berguna untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan peneliti tentang pengaruh produk, pengetahuan, dan kebutuhan terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan *easy mudharabah* di BSI KC Masjid Agung Tasikmalaya.

### b. Bagi Pihak Bank BSI KC Masjid Agung Tasikmalaya

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak bank untuk mengambil langkah strategi pemasarannya terutama dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih tabungan *Easy Mudharabah*.

### c. Bagi Umum

Penelitian ini diharapkan dapat memberika tambahan pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai motivasi untuk melakukan penelitian di masa mendatang.