

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan di Negara kita ini ada dua jenis yaitu bank konvensional dengan sistem bunga dan bank syariah dengan sistem bagi hasil. Suatu kekuatan bagi perbankan syariah di Indonesia setelah dikeluarkannya Undang-Undang Perbankan Nomor 21 Tahun 2008, yang mana keberadaan perbankan syariah bertujuan untuk mengembangkan sistem ekonomi yang berlandaskan pada nilai keadilan, kebersamaan, pemerataan, dan kemanfaatan sesuai dengan prinsip syariah (Anshori, 2009:7). Dengan adanya prinsip syariah, yaitu menerapkan nilai-nilai Islam dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, hal tersebut menjadi peluang yang baik bagi bank syariah untuk mengajak masyarakat menabung di bank syariah yang mana mayoritas masyarakat Indonesia beragama Islam.

Perbankan syariah di Indonesia memiliki keunggulan yang tidak hanya berdasarkan pada kesyariahnya saja, tetapi sifatnya yang universal terbuka bagi semua masyarakat baik muslim ataupun nonmuslim. Tetapi bank syariah masih mempunyai beberapa kendala, diantaranya masih kurangnya pemahaman serta kesadaran masyarakat tentang perbankan syariah, serta mahal biaya dana di perbankan syariah menyebabkan masyarakat

mengeluh bahwasannya bank syariah lebih mahal daripada bank konvensional (<https://m.tempo.co>).

Dengan keefektifan bank konvensional dibanding bank syariah, kebutuhan masyarakat akan produk tabungan sudah terpenuhi, sehingga produk tabungan bank syariah belum menjadi kebutuhan yang mendesak bagi masyarakat, akan tetapi bagi akademisi atau mahasiswa yang mengerti substansi bank syariah, seharusnya produk tabungan bank syariah menjadi kebutuhan dan tanggung jawab mereka untuk mengembangkan bank syariah.

Setelah peneliti melakukan observasi kepada beberapa bank syariah di Yogyakarta, peneliti mendapatkan informasi tentang bagaimana prosedur penggunaan produk tabungan bank syariah, yang mana pada setiap bank memiliki prosedur persyaratan yang berbeda, ada bank yang dalam persyaratannya jika mahasiswa asli Yogyakarta cukup dengan menunjukkan KTP atau NPWP, Sedangkan mahasiswa yang berasal dari luar daerah Yogyakarta ada bank yang mensyaratkan cukup dengan menunjukkan KTP dan KTM saja, ada juga yang mensyaratkan harus menunjukkan KTP disertai dengan surat keterangan domisili. Selain itu juga administrasi pembukaan rekening produk tabungan ada yang gratis dan ada juga yang dikenakan biaya, serta setoran awal pada tiap bank syariah berbeda-beda. Dengan adanya perbedaan prosedur pada tiap bank syariah tentu itu menjadi pertimbangan yang serius bagi mahasiswa khususnya yang berasal dari luar daerah

Yogyakarta untuk mengambil keputusan dalam menggunakan produk tabungan bank syariah.

Dalam ajaran Islam sangat dianjurkan untuk menabung, karena dengan demikian berarti seorang muslim telah mempersiapkan dirinya untuk pelaksanaan rencananya dimasa yang akan datang dan untuk berjaga-jaga akan suatu hal yang tidak diinginkan (Antonio, 1999:205). Hal ini disebutkan dalam Al-Quran (Q.S. Al-Hasyr:18).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَانظُرُوا نَفْسَ مَا قَدَّمْتُمْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ
اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.

Tumbuh kembangnya suatu perbankan dipengaruhi bagaimana bank tersebut bisa menghimpun dana dari masyarakat baik dengan skala besar ataupun skala kecil, karena dana merupakan hal yang sangat penting dan utama bagi bank. Jika suatu bank tidak memiliki dana yang cukup, maka bank itu tidak bisa berbuat apapun bahkan tidak berguna sama sekali.

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan kota pelajar, banyak orang-orang dari luar daerah bahkan luar negeri berdatangan untuk menuntut ilmu, beberapa perguruan tinggi di Yogyakarta baik Universitas, Institut, maupun Sekolah Tinggi yang menyelenggarakan program studi ekonomi Islam seperti

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Universitas Islam Indonesia, Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Hamfara dan Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Yogyakarta. Mahasiswa yang mengambil program studi ekonomi Islam baik itu S.1 maupun S.2 cukup banyak, yang mana mereka sedikit banyak tahu tentang perbankan syariah. Dengan ilmu dan pengetahuan yang mereka miliki sudah seharusnya mereka menggunakan produk tabungan bank syariah untuk merealisasikan apa yang sudah mereka pelajari di bangku kuliah. Mahasiswa merupakan salah satu komponen masyarakat, dengan banyaknya Mahasiswa di Yogyakarta yang mengambil program studi ekonomi Islam merupakan peluang yang sangat layak untuk dijadikan pertimbangan oleh perbankan syariah sebagai pangsa pasar yang sangat potensial untuk menghimpun dana dari mahasiswa. Maka dari itu bank syariah harus mengetahui dan memahami karakter dan perilaku mahasiswa dalam menggunakan produk tabungan bank syariah supaya pangsa pasar yang potensial tersebut bisa dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya.

Di dalam suatu pengambilan keputusan pembelian konsumen akan melalui beberapa proses, menurut Setiadi (2003:14) proses pembelian terdiri dari urutan kejadian sebagai berikut: mengenali kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan membeli, dan perilaku pasca pembelian.

Dalam penelitian ini peneliti menganalisa pengambilan keputusan mahasiswa ekonomi Islam Yogyakarta dalam menggunakan produk

tabungan bank syariah ditinjau dari kebutuhan dan prosedurnya. Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti dalam penyusunan skripsi ini tertarik untuk meneliti mengenai “**KEPUTUSAN MAHASISWA EKONOMI ISLAM YOGYAKARTA MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN BANK SYARIAH DITINJAU DARI PROSEDUR DAN KEBUTUHANNYA**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan di atas maka penulis dapat merumuskan beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Bagaimana kebutuhan mahasiswa akan tabungan bank syariah?
2. Bagaimana prosedur pembuatan rekening tabungan bank syariah?
3. Apakah keputusan menggunakan produk tabungan oleh mahasiswa dilandasi kebutuhan dan prosedur pembuatan rekening bank syariah?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka dapat disimpulkan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana kebutuhan mahasiswa akan tabungan bank syariah.

2. Untuk mengetahui bagaimana prosedur pembuatan rekening tabungan bank syariah.
3. Untuk mengetahui apakah keputusan menggunakan produk tabungan oleh mahasiswa dilandasi kebutuhan dan prosedur pembuatan rekening bank syariah

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain :

1. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini, peneliti dapat mengasah kemampuannya dan menjawab permasalahan yang terkait dengan keputusan mahasiswa menggunakan produk tabungan bank syariah yang ditinjau dari prosedur dan kebutuhannya, sehingga memperluas pengetahuan dan wawasan serta dapat mengembangkan pemahaman keilmuan yang telah didapat selama kuliah.

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan keilmuan dan tambahan pengetahuan bagi pembaca, serta dapat bermanfaat sebagai bahan referensi dan acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

3. Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta membantu pihak perbankan syariah untuk mengetahui mahasiswa tentang

keputusannya untuk menggunakan rekening tabungan di bank syariah yang ditinjau dari prosedur dan kebutuhannya.

E. Tinjauan Pustaka

Menurut uraian hasil-hasil penelitian yang didapat oleh peneliti terdahulu, ada hubungannya dengan penelitian yang akan dilakukan. Penulis menemukan beberapa penelitian yang relevan dan sekaligus menjadi rujukan dan pembanding dalam skripsi yang berkaitan dengan keputusan mahasiswa menggunakan produk tabungan bank syariah yang ditinjau dari prosedur dan kebutuhannya, diantaranya adalah :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Eka Wundi Lilis Kustiningsih dalam jurnal (2014) dengan judul “Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Faedah Bank BRI Syariah Cabang Samarinda”. Pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode kuisisioner. Hasil penelitian yang dilakukan Eka Wundi Lilis Kustiningsih menunjukkan bahwa variabel produk(X1), harga(X2), tempat(X3), promosi(X4), karyawan(X5), proses(X6), dan wujud fisik(X7), secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan faedah(Y).

Relevansi penelitian yang dilakukan oleh Eka Wundi Lilis Kustiningsih dengan penelitian ini adalah pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan faedah, dengan variabel pemasaran yang ada pada penelitian yang dilakukannya untuk mengetahui

lebih dalam tentang keputusan nasabah untuk menjadi nasabah tabungan, dengan hasil bahwa variabel bauran tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan faedah. Penelitian ini dapat dijadikan penguat atau dasar untuk mengetahui keputusan mahasiswa ekonomi Islam menggunakan produk tabungan bank syariah.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Monang Ranto Tambunan dan Inggrita Gusti Sari Nasution dalam jurnal (2013) dengan judul "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung di Bank BCA Medan (Studi Kasus Etnis Cina)". Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel produk, pelayanan, promosi, lokasi, dan kredibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah etnis Cina menabung di Bank Kota Medan. Dan secara parsial menunjukkan bahwa variabel produk, pelayanan, dan kredibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah etnis Cina menabung di Bank BCA Kota Medan. Variabel promosi dan lokasi hanya berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Pelayanan memiliki pengaruh yang paling dominan dibandingkan variabel lain.

Relevansi penelitian yang dilakukan oleh Monang Ranto Tambunan dan Inggrita Gusti Sari Nasution dengan penelitian ini adalah penelitian tersebut membahas tentang keputusan nasabah menabung dengan variabel yang ada. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk dan lokasi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk

menabung. Penelitian tersebut dapat menjadi penguat ataupun dasar dalam penelitian ini untuk mengetahui keputusan mahasiswa ekonomi Islam menggunakan produk tabungan bank syariah.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Yohana Neysa Setyawan dan Edwin Japariato dalam jurnal (2014) dengan judul “Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk menabung di bank Danamon Surabaya. Berdasarkan nilai koefisien jaminan rasa aman merupakan nilai yang paling besar yaitu 0,318, berarti dengan demikian variabel yang sangat berpengaruh diantara dua variabel lainnya terhadap minat nasabah menabung di bank Danamon Surabaya adalah jaminan rasa aman.

Relevansi penelitian yang dilakukan Yohana Neysa Setyawan dan Edwin Japariato adalah variabel yang kepercayaan, rasa aman dan aksesibilitas terhadap minat menabung, dengan hasil jaminan rasa aman menjadi faktor yang paling berpengaruh pada minat nasabah menabung yang mana itu menjadi kebutuhan nasabah. Hasil penelitian tersebut dapat dijadikan penguat serta dasar untuk mengetahui keputusan mahasiswa ekonomi Islam dalam menggunakan produk bank syariah.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Tri Astuti dan Indah Mustikawati dalam jurnal (2013) dengan judul “Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Suku Bunga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah di BRI Cabang Sleman”. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan kuisioner sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah dengan nilai kolerasi sebesar 0.406, persepsi nasabah tentang promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah dengan hasil nilai kolerasi sebesar 0.571, persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah dengan nilai kolerasi 0.503, dengan begitu secara keseluruhan persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menabung di BRI Cabang Sleman.

Relevansi penelitian yang dilakukan oleh Tri Astuti dan Indah Mustikawati adalah variabel yang digunakan terdapat variabel promosi. Tri Astuti dan Indah Mustikawati meneliti pengaruh variabel tersebut terhadap minat menabung nasabah, variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah, hasil penelitian tersebut

dapat dijadikan penguat serta dasar untuk mengetahui keputusan mahasiswa ekonomi Islam dalam menggunakan produk bank syariah.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmah Yulianti dalam jurnal (2015) dengan judul “Pengaruh Minat Masyarakat Aceh Terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah di Kota Banda Aceh”. Dalam penelitian ini pengumpulan data yang digunakan adalah berupa field research yaitu dengan menggunakan kuisioner dalam bentuk pernyataan-pernyataan secara terstruktur dimana setiap responden dibatasi dalam memberikan jawaban pada alternative jawaban tertentu saja. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motif religius berpengaruh secara positif terhadap variabel pertimbangan nasabah dalam memutuskan memilih produk bank syariah, semakin baik implemetasi syariah maka nasabah akan semakin mempertimbangkan untuk memilih produk bank syariah. Sedangkan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap variabel pertimbangan nasabah dalam memutuskan memilih bank syariah, semakin baik layanan yang diberikan maka nasabah cenderung lebih memilih bank syariah.

Relevansi penelitian yang dilakukan oleh Rahmah Yulianti dengan penelitian ini adalah pengaruh minat terhadap keputusan memilih produk bank syariah dengan variabel kualitas pelayanan yang mana menjadi suatu kebutuhan nasabah, yang hasilnya kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan memilih produk bank syariah. Hasil penelitian tersebut

dapat dijadikan penguat serta dasar untuk mengetahui keputusan mahasiswa ekonomi Islam dalam menggunakan produk bank syariah.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Nihayatu Aslamatis Solekah dalam jurnal (2013) dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Menabung di Lembaga Keuangan Syariah”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan konsumen untuk menabung di lembaga keuangan syariah akan mempertimbangkan faktor lingkungan (sosial budaya) dan faktor pemasaran. Faktor utama yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan untuk menabung di lembaga keuangan syariah yaitu faktor pemasaran yang didukung oleh variabel-variabel jenis tabungan yang sesuai kebutuhan, jenis tabungan yang bervariasi, jaminan keamanan uang, serta lokasi. Sedangkan faktor kedua yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan untuk menabung di lembaga keuangan syariah yaitu faktor lingkungan yang didukung oleh variabel-variabel pengaruh keluarga dan anjuran kelompok keagamaan.

Relevansi penelitian yang dilakukan oleh Nihayatu Aslamatis Solekah dalam penelitian ini adalah faktor pemasaran terhadap keputusan konsumen menabung di lembaga keuangan syariah yang hasilnya faktor pemasaran berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk menabung. Hasil penelitian tersebut dapat dijadikan penguat serta dasar untuk mengetahui keputusan mahasiswa ekonomi Islam dalam menggunakan produk tabungan bank syariah

Berdasarkan pemaparan penelitian sebelumnya, terdapat beberapa relevansi terkait dengan penelitian yang akan diteliti. Terdapat variabel pemasaran, pelayanan, dan aksesibilitas yang mempengaruhi keputusan mahasiswa ekonomi Islam menggunakan produk tabungan. Variabel pemasaran, pelayanan, dan aksesibilitas menjadi indikator dalam penelitian ini untuk mengetahui keputusan mahasiswa ekonomi Islam dalam menggunakan produk tabungan bank syariah.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang mana dalam penelitian ini membahas tentang variabel prosedur penggunaan produk tabungan dan juga kebutuhan mahasiswa akan produk tabungan. Sedangkan pada penelitian sebelumnya tidak membahas variabel prosedur dan kebutuhan, serta obyek yang akan diteliti juga berbeda yaitu para mahasiswa ekonomi Islam Yogyakarta.

F. Kerangka Teori

1. Perbankan Syariah

Bank dapat dikatakan sebagai darahnya perekonomian suatu Negara, oleh karena itu kemajuan dunia perbankan di suatu Negara dapat dijadikan ukuran kemajuan Negara yang bersangkutan. Bagi para masyarakat yang berada di Negara-negara maju seperti Eropa dan Amerika bank merupakan suatu kebutuhan dasar yang harus dipenuhi (Kasmir, 2010:7).

Jadi sudah seharusnya seluruh masyarakat di Negara kita ini sadar bahwasannya perbankan khususnya perbankan syariah menjadi kebutuhan

yang dasar bagi mereka, jika seluruh masyarakat Indonesia melakukan transaksi dengan menggunakan bank syariah tentu saja sangat membantu kemajuan Negara kita ini, karena dengan kemajuan perbankan syariah maka roda perekonomian di Negara kita ini akan maju pula.

Bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali dalam bentuk pinjaman kepada masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya seperti pengiriman uang (Kasmir, 2010:9).

Islam merupakan agama yang menjadi rahmah bagi alam semesta ini, segala aspek kehidupan dalam Islam sudah ada peraturannya dari Allah SWT yang secara umum telah dijelaskan dalam al-Quran. Dalam hal muamalah muncullah dari sebagian besar umat Islam untuk menjalankan agamanya secara kaffah, termasuk dalam ekonomi Islam. Terlihat dalam perbankan yang kegiatan operasionalnya berdasarkan prinsip syariah, yang kita kenal dengan bank syariah (Anshori, 2009:25).

Bank syariah yaitu lembaga keuangan yang kegiatan pokoknya menghimpun dana, memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah (Sudarsono, 2004:27).

Dapat kita simpulkan bahwa yang dimaksud dengan bank syariah yaitu merupakan suatu lembaga intermediasi keuangan yang kegiatannya menghimpun dana dan menyalurkannya kepada masyarakat yang

mebutuhkannya serta jasa-jasa keuangan lainnya, yang mana dalam menjalankan kegiatan usahanya dilandasi dengan prinsip syariah yaitu berpedoman kepada Al-Qur'an dan Al-Hadist.

2. Tabungan

Tabungan yaitu merupakan simpanan berdasarkan akad wadiah atau berdasarkan akad mudharabah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek atau bilyet giro. Jika nasabah ingin mengambil uangnya bisa melalui fasilitas ATM atau langsung datang ke bank dengan membawa buku tabungan (Anshori, 2009:92).

Tabungan berdasarkan akad wadiah merupakan titipan murni dari nasabah baik individu maupun badan hukum kepada pihak bank, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja jika nasabah ingin mengambilnya kembali (Sudarsono, 2004:57).

Dalam al-Quran dijelaskan mengenai prinsip wadiah yang dapat kita baca dalam surat an-Nisa ayat:58

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ
تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا نَّاسِ أَنْ
بَصِيرًا

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya

kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.

Sedangkan tabungan berdasarkan akad mudharabah merupakan simpanan dari nasabah yang bertindak sebagai pemilik modal dan bank sebagai pengelola. Dana simpanan tersebut digunakan oleh bank untuk melakukan pembiayaan, dan hasilnya akan dibagi berdasarkan nisbah yang telah disepakati. Jika bank menggungkannya untuk pembiayaan mudharabah, maka bila ada kerugian bank yang bertanggung jawab (Sudarsono, 2004:59).

Dalam al-Quran dijelaskan mengenai prinsip mudharabah yang mana isinya tentang dorongan untuk setiap manusia melakukan perjalanan usaha guna mencari karunia Allah, dapat kita baca dalam surat al-Jumu'ah ayat:10

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ
وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.

3. Pemasaran Bank

Menurut Kotler (2008:5) pemasaran yaitu mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial, dengan demikian jadi suatu organisasi atau perusahaan menganalisa terlebih dahulu baru kemudian merencanakan, menciptakan, serta menawarkan guna untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Selain itu juga menurut (Arif, 2010:6) pemasaran bisa diartikan sebagai suatu proses sosial untuk merancang dan menawarkan sesuatu

yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka memberikan kepuasan yang optimal kepada pelanggan.

Dalam pemasaran di dunia perbankan agak sedikit berbeda dengan perusahaan lainnya, karena bank merupakan perusahaan yang bergerak di bidang keuangan produk yang ditawarkan bukan barang akan tetapi merupakan jasa keuangan, yang menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara kepuasan (Kasmir, 2010:54-55).

Sehingga dapat kita simpulkan bahwasannya pemasaran bank yaitu merupakan suatu proses untuk menciptakan dan menawarkan produk jasa perbankan yang dibutuhkan oleh masyarakat ataupun sekelompok organisasi.

4. Pemasaran Syariah

Pemasaran syariah adalah suatu disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam (Arif, 2010:22).

Menurut Sutanto dan Umam (2013:65) ada empat karakteristik pemasaran syariah yang dapat dijadikan panduan bagi para pemasar, yaitu:

a. Teistis (rabbaniyah)

Salah satu ciri khas pemasaran syariah yang tidak dimiliki dalam pemasaran konvensional yang dikenal selama ini adalah sifatnya yang religious (diniyyah).

b. Etis (ahlaqiyyah)

Keistimewaan lain dari pemasaran syariah selain karena sifatnya yang religious, juga karena sangat mengedepankan masalah akhlak (moral, etika) dalam seluruh aspek kehidupannya.

c. Realistis (al-waqi'iyah)

Pemasaran syariah bukanlah konsep yang eksklusif, fanatis, anti modernitas, dan kaku. Pemasaran syariah adalah konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasan dan keluwesan syariah islamiah yang melandasinya.

d. Humanistis (al-insaniyyah)

Keistimewaan pemasaran syariah yang lain adalah sifatnya yang humanistis universal.

5. Nilai-nilai Pemasaran Syariah

Menurut (Arif, 2010: 25-28) bahwa nilai-nilai dalam pemasaran syariah mengambil konsep dari keteladanan sifat Rasulullah SAW, yaitu:

- a. Shiddiq, artinya memiliki kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Allah SWT senantiasa memerintahkan kepada setiap orang beriman untuk

memiliki sifat jujur dan menciptakan lingkungan yang jujur. Dalam perbankan syariah seorang pemasar tidak boleh berbohong atau melebih-lebihkan atas produk yang dijual hanya demi mengejar target penjualan.

- b. Fathanah, yaitu cerdas, mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam segala hal yang terjadi dalam tugas dan kewajiban. Bagi seorang pemasar di bank syariah harus faham tentang seluruh produk yang ditawarkan termasuk kaidah fiqhnya secara mendasar. Sifat ini akan menumbuhkan kreatifitas dan kemampuan untuk melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat.
- c. Amanah, maknanya tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Sifat amanah harus dimiliki oleh setiap mukmin apalagi yang memiliki pekerjaan terkait dengan pelayanan masyarakat. Seorang mukmin akan berupaya melaksanakan amanahnya dengan sebaik-baiknya.
- d. Tabligh, artinya mengajak sekaligus memberi contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran Islam dalam setiap gerak aktivitas ekonomi yang dilakukan sehari-hari. Seorang pemasar syariah harus memposisikan dirinya tidak hanya sebagai representasi dari perusahaan namun turut pula sebagai juru dakwah dalam pengembangan ekonomi syariah.

e. Istiqamah, artinya konsisten. Hal ini memberikan makna seorang pemasar syariah dalam praktik pemasarannya selalu konsisten dalam penerapan aturan syariah. Seorang pemasar syariah harus dapat dipegang janjinya, tidak diperkenankan seorang pemasar syariah merubah-ubah dalam memberikan janji. Sebab dalam suatu perusahaan syariah konsistensi dari seorang pemasarnya menjadi cermin dari perusahaan tersebut dari keseluruhan.

Dapat disimpulkan bahwasanya dalam pemasaran syariah tidak hanya sekedar tentang proses menciptakan dan menawarkan sesuatu yang dibutuhkan oleh masyarakat saja, akan tetapi proses penciptaan dan penawaran dalam pemasaran syariah menerapkan nilai-nilai keteladanan sifat Rasulullah SAW. Sehingga seorang pemasar dituntut untuk memiliki sifat jujur tidak berbohong dan melebih-lebihkan atas produk yang ditawarkan, memiliki kecerdasan serta pemahaman yang baik tentang produk yang ditawarkan, memiliki sifat untuk mengajak masyarakat dalam mengembangkan ekonomi syariah, dan memiliki sifat konsisten yang mana janjinya dapat dipertanggung jawabkan.

6. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan suatu tindakan yang langsung dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk ataupun jasa termasuk juga proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan tersebut (Umar, 2000:50).

Perilaku konsumen juga dapat diartikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam menggunakan dan mendapatkan jasa-jasa serta barang-barang, yang didalamnya termasuk proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Ada dua elemen penting dari perilaku konsumen, yaitu: proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik yang melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan, dan mempergunakan jasa-jasa serta barang-barang ekonomis (Dharmmesta dan Handoko, 2000:10).

Dapat disimpulkan bahwasannya perilaku konsumen yaitu kegiatan atau tindakan individu atau kelompok dalam mengkonsumsi barang-barang serta mendapatkan jasa-jasa, termasuk pengambilan keputusan dalam kegiatan tersebut.

7. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

a. Faktor Budaya

Budaya merupakan faktor yang paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Jika manusia bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari. Seorang anak yang sedang berada dalam masa pertumbuhan mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku melalui proses sosialisasi yang melibatkan keluarga serta lembaga sosial lainnya (Setiadi, 2003: 10).

Jadi kesimpulannya yaitu tindakan individu dalam mendapatkan produk jasa perbankan syariah dipengaruhi oleh budaya

pada keluarga serta lembaga sosial lainnya, sehingga seorang pemasar bisa memanfaatkan kebudayaan tersebut.

b. Faktor Sosial

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok kecil, keluarga, aturan dan status sosial konsumen. Oleh karena itu seorang pemasar harus peka terhadap pengaruh kelompok yang kuat serta mengetahui bagaimana caranya merangkul pemimpin kelompok tersebut, karena seorang pemimpin di dalam kelompok memberi pengaruh pada yang lain (Kotler dan Amstrong, 2001:203).

Seorang pemasar harus mampu merangkul setiap pemimpin keluarga ataupun pemimpin dalam suatu kelompok, karena tindakan seseorang dalam mendapatkan produk jasa perbankan syariah dipengaruhi oleh pemimpin keluarga atau kelompok tersebut.

c. Faktor Pribadi

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur pembeli dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli itu sendiri (Kotler dan Amstrong, 2001:206).

Jadi tindakan seseorang untuk mendapatkan produk jasa perbankan syariah dipengaruhi oleh karakteristik pribadi

seseorang tersebut baik dari segi pekerjaan, umur, dan situasi ekonominya.

d. Faktor Psikologis

Dalam pilihan seseorang untuk membeli dipengaruhi oleh faktor psikologi yang penting, yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap. Pada suatu saat seseorang mempunyai banyak kebutuhan, yang muncul dari keadaan yang memaksa seperti rasa lapar, haus, atau merasa tidak nyaman. Selain itu juga ada kebutuhan yang muncul untuk diakui, dihargai, ataupun rasa memiliki (Kotler dan Armstrong, 2001:2012).

Dapat disimpulkan bahwa dalam tindakan seseorang untuk mendapatkan produk jasa bank syariah dipengaruhi oleh faktor psikologis yang meliputi persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap orang tersebut.

8. Pengambilan Keputusan Pembelian

Dalam bukunya menurut Setiadi (2003:15-17) ada beberapa proses dalam mengambil keputusan pembelian, yaitu:

a. Pengenalan masalah

Proses membeli diawali saat pembeli menyadari adanya masalah kebutuhan. Pembeli menyadari bahwa adanya perbedaan antara kondisi sesungguhnya dan kondisi yang diinginkannya.

b. Pencarian informasi

Seorang konsumen yang mulai timbul minatnya maka dia akan terdorong untuk mencari informasi. Kita dapat membedakan dua tingkat, yaitu keadaan tingkat pencarian informasi yang sedang-sedang saja yang disebut perhatian yang meningkat. Proses mencari informasi secara aktif dimana ia mencari bahan-bahan bacaan, menelpon teman-temannya, dan melakukan kegiatan untuk mempelajari kegiatan yang lain.

c. Evaluasi alternatif

Ada beberapa proses evaluasi keputusan. Kebanyakan model dari proses evaluasi konsumen sekarang bersifat kognitif, yaitu mereka memandang konsumen sebagai pembentuk penilaian terhadap produk terutama berdasarkan pada pertimbangan yang sadar dan rasional. Konsumen mengembangkan merek tentang dimana setiap merek berada pada ciri masing-masing. Kepercayaan merek menimbulkan citra merek.

d. Keputusan membeli

Pada tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi terhadap merek-merek yang terdapat pada perangkat pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk tujuan membeli untuk merek yang paling disukai. Walaupun demikian dua faktor yang dapat mempengaruhi

tujuan dan keputusan membeli, yaitu faktor sikap orang lain dan faktor keadaan.

e. Perilaku sesudah pembelian

Sesudah pembelian terhadap suatu produk yang dilakukan konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Konsumen tersebut juga akan terlibat dalam tindakan sesudah pembelian dan penggunaan produk yang akan menarik minat pemasar.

9. Prosedur

Prosedur menurut KBBI yaitu merupakan cara kerja atau juga cara menjalankan tahap langkah kegiatan secara pasti guna untuk menyelesaikan suatu aktivitas (<http://kbbi.web.id>). Prosedur juga dapat didefinisikan sebagai rangkaian kegiatan, langkah-langkah atau proses-proses yang harus dijalankan dengan cara melalui serangkaian pekerjaan guna untuk menghasilkan suatu tujuan yang diinginkan (<https://id.wikipedia.org>).

Berdasarkan definisi tersebut, jadi apabila seseorang atau badan usaha ingin mengajukan untuk membuka rekening tabungan maka calon nasabah harus menjalankan prosedur atau langkah-langkat yang telah ditetapkan,yaitu mengisi permohonan pembukaan rekening serta menyerahkan fotokopi identitas (KTP, SIM, dan lain sebagainya) dan juga memberikan tanda tangan pada kartu contoh tanda tangan. Kartu contoh

tanda tangan digunakan untuk alat kontrol jika buku tabungan hilang, kemudian nasabah diminta untuk melakukan setoran pertama yang mana pada tiap-tiap bank berbeda (Kuncoro dan Suhardjono, 2011: 183).

Menurut Muhamad (2000:61) hidupnya perbankan syariah ditentukan oleh berjalan tidaknya produk-produk yang dijual kepada nasabah, dan itu sangat dipengaruhi oleh situasi prosedur produk yang dikembangkan dan dijalankan. Prosedur penghimpnan dana banksyariah meliputi tabungan, deposito, dan giro.

Menurut muhamad (2000:66-57). Syarat atau prosedur pembukaan tabungan yaitu :

- a. fotocopy identitas diri SIM/KTP/Paspor yang masih berlaku
- b. kemudian mengisi formulir pembukaan tabungan,
- c. serta ada setoran awal .

10. Kebutuhan

Menurut Sutanto dan Umam (2013: 37) kebutuhan yaitu segala sesuatu yang ingin dipenuhi yang timbul dari dalam diri seseorang. Dengan kata lain kebutuhan adalah segala sesuatu yang dibutuhkan seseorang untuk mempertahankan hidup serta mendapatkan kesejahteraan dan kenyamanan hidupnya (<http://www.porosilmu.com>).

Selain itu juga kebutuhan yaitu merupakan ketidakberadaan beberapa kepuasan dasar, manusia membutuhkan makanan, minuman, pakaian, tempat tinggal, keamanan, hak milik, dan harga diri. Kebutuhan adalah

hakikat biologis dan kondisi manusia, kebutuhan tidak perlu diciptakan oleh pemasar atau produsen karena melekat pada diri setiap manusia (Sangaji dan Sopiah, 2013:7). Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya kebutuhan itu melekat dalam diri manusia baik keamanan hak milik dan lainnya, jadi menabung di bank syariah merupakan suatu kebutuhan demi keamanan harta yang dititipkan Allah kepada kita dan tentunya kebutuhan akan kenyamanan dalam hati manusia yaitu berupa keseimbangan hidup untuk di dunia dan di akhirat, sebagaimana firman Allah dalam Al-qur'an surat Al-baqarah ayat: 201

وَمِنْهُمْ مَنْ يَقُولُ رَبَّنَا آتِنَا فِي الدُّنْيَا حَسَنَةً وَفِي الْآخِرَةِ حَسَنَةً وَقِنَا عَذَابَ النَّارِ

Artinya: Dan diantara mereka ada orang yang berdoa: “Ya Tuhan kami, berilah kami kebaikan di dunia dan kebaikan di akhirat dan peliharalah kami dari siksa neraka”.