

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Keberhasilan PT Bank Syariah Mandiri (BSM) dapat dilihat oleh kepercayaan nasabah memilih BSM sebagai pilihan bank yang tepat. Hal ini menjadi dasar BSM untuk selalu mengembangkan pelayanannya. Dalam perkembangannya, BSM telah hadir di beberapa wilayah di Indonesia termasuk di Kabupaten Bone.

PT Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Bone didirikan pada tanggal 24 Oktober 2003 melalui Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 1/24/KEP.BI/1999. Kelahiran Bank Syariah Mandiri merupakan hasil usaha bersama dari para perintis bank syariah. Keberadaan BSM Cabang Bone dituntut untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk maupun pelayanannya kepada nasabah, sehingga dapat memberikan kepuasan nasabahnya.

PT Bank Syariah Mandiri (BSM) adalah lembaga yang menjalankan fungsi intermediasi keuangan yang bergerak di bidang perbankan syariah dengan sistem operasinya berdasarkan pada prinsip syariah, atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI). BSM hadir dengan cita-cita membangun negeri dengan nilai-nilai bank yang menjunjung tinggikemanusiaan dan integritas yang telah tertanam kuat pada segenap insan BSM sejak awal pendiriannya.¹

¹<https://www.mandirisyariah.co.id>, 24 April diakses 2020.

Melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999, Bank Indonesia menyetujui pengukuhan dan pengakuan legal PT Bank Syariah Mandiri (BSM) yang mana secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999. Kelahiran BSM ini merupakan hasil usaha bersama dari para perintis bank syariah di PT Bank Susila Bakti dan Manajemen PT Bank Mandiri yang memandang pentingnya kehadiran bank syariah di lingkungan PT Bank Mandiri.

PT Bank Syariah Mandiri (BSM) hadir dengan keunggulannya mampu memadukan idealisme dan nilai-nilai rohani yang melandasi kegiatan operasionalnya. Dengan keunggulannya ini, BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik. Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman atau bentuk lainnya guna memenuhi kebutuhan masyarakat dan meningkatkan taraf hidup masyarakat. Hingga saat ini telah banyak bank syariah yang bermunculan dengan alasan untuk menanggapi perlakuan bunga yang diterapkan oleh bank konvensional yang dianggap tidak mengandung unsur riba dan ketidakpasaatian dan tidak sesuai dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, keberadaan bank syariah menjadi alternatif pilihan masyarakat yang transparan berupa bagi hasil, yang diharapkan dapat memberikan daya tarik kepada para nasabah untuk menggunakan produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah.

Keberadaan bank syariah yang semakin berkembang mengakibatkan persaingan semakin ketat baik secara nasional maupun internasional. Dalam keadaan seperti ini, memaksa para pimpinan bank bekerja keras untuk memenuhi segala kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara menawarkan berbagai jenis layanan produk. Akibatnya adalah nasabah memiliki banyak pilihan serta tawar menawar nasabah semakin meningkat, ini merupakan hal pokok yang tidak boleh diabaikan oleh bank syariah sebagai upaya mempertahankan citra bank di mata masyarakat, sehingga pelayanan yang berkualitas bagi nasabah pun perlu ditingkatkan.² Islam telah mengajarkan kepada seluruh umat manusia untuk senantiasa memberikan pelayanan yang berkualitas, sebagaimana firman Allah Swt. dalam QS Al-Baqarah/2: 267.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ..... ٢٦٧

Terjemahan:

*“Hai orang-orang yang beriman, infakanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukku ...”*³

Berdasarkan ayat di atas apabila ditarik ke ranah pelayanan, maka dapat bermakna bahwa bank syariah hendaknya melayani dan memperlakukan nasabah atau calon nasabah dengan baik sebagaimana memperlakukan karyawannya

²Nina Indah Febriana, “Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung”, *An-Nisbah*, Vol. 3, No. 1, Oktober 2016, h. 146.

³Kementerian Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya* (Cet. I; Solo: Zamrud, 2014), h. 45.

dengan baik. Oleh karena itu, bank syariah harus mempunyai strategi pelayanan yang baik, salah satunya adalah melakukan diferensiasi produk.

Joenarni berpendapat bahwa, untuk menciptakan pelanggan maka perusahaan perlu membangun strategi pemasaran yang baik, salah satunya adalah strategi diferensiasi. Diferensiasi diperlukan dalam pemasaran untuk membedakan produk yang ditawarkan perusahaan dengan tawaran pesaing, dan juga agar pelanggan yang ada menjadi loyal dan tidak beralih ke perusahaan lain.⁴Strategi ini perlu dilakukan perusahaan atau bank untuk mempromosikan produknya dengan produk para pesaing. Melalui strategi ini, maka perusahaan atau bank dapat menciptakan keunggulan pada produk yang ditawarkannya sehingga dapat memberikan daya tarik kepada konsumen atau nasabah bila dibandingkan produk yang ditawarkan para pesaing.

PT Bank Syariah Mandiri (BSM) dalam perkembangannya telah menawarkan berbagai jenis produk. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil objek penelitian yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Bone. Hingga April 2020 tercatat setidaknya ada 7 bentuk pelayanan produk yang ditawarkan BSM, yang ditunjukkan pada tabel berikut ini.

⁴Elly Joenarni, "Pengaruh Diferensiasi Produk dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Holcim Mortar di Kota Mojokerto", *Journal of Entrepreneurship, Business Development and Economic Educations Research*, Vol. 3, No. 1, September 2019, h. 30.

Tabel 1.1**Produk Bank Syariah Mandiri Per April 2020**

No.	Jenis Produk	Pelayanan
1.	Tabungan Simpanan	a. Tabungan Mudharabah b. Tabungan Simpel iB c. Tabungan Berencana d. Tabungan Wadiah e. Tabungan Investa Cendekia f. Tabungan Dollar g. Tabungan Pensiun h. Tabunganku
2.	Tabungan Haji dan Umrah	a. Tabungan Mabrur b. Tabungan Mabrur Junior

No.	Jenis Produk	Pelayanan
3.	Deposito Syariah	a. BSM Deposito b. BSM Deposito Valas
4.	Investasi	a. Reksada b. Sukuk Negara Retail c. Pasar Perdana d. Pasar Sekunder e. Sukuk Tabungan
5.	Mandiri Syariah <i>Priority</i>	a. <i>Priority Banking Officer</i>
6.	Mandiri Syariah Debit	a. Mandiri Syariah Debit Standar Nasional b. Mandiri Syariah Debit Visa
7.	Mandiri Syariah <i>Mobile</i>	a. Informasi rekening, portofolio, saldo e-Money dan kurs b. Transaksi transfer c. Transaksi pembayaran d. Transaksi pembelian e. Pembayaran dengan QR Pay f. Pembukaan Rekening Tabungan Mabrur g. Fitur Islami

Sumber: <https://investorsyariah.id>⁵

Saat ini perkembangan bank syariah memberikan dampak positif terhadap laju pertumbuhan ekonomi Indonesia. Produk-produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah mampu meningkatkan konsumsi domestik masyarakat

⁵<https://investorsyariah.id>, diakses 24 April 2020.

Indonesia menjadi cukup besar. Namun disisi lain masalah yang terjadi dalam perkembangan BSM dan bank syariah lainnya dapat ditunjukkan berikut ini.

Tabel 1.2

Top Brand Kategori Perbankan Syariah Tahun 2018-2020

No.	Merek	<i>Top Brand Index</i>		
		2018	2019	2020-I
1.	Bank Syariah Mandiri	27,6%	21,2%	20,3%
2.	BRI Syariah	27,5%	29,1%	29,5%
3.	BNI Syariah	27,0%	20,0%	19,6%
4.	BCA Syariah	6,5%	15,4%	11,2%
5.	Bank Muamalat	4,2%	4,7%	3,3%

Sumber: <https://www.topbrand-award.com>⁶

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa presentase *top brand index* Bank Syariah Mandiri (BSM) mengalami penurunan yang cukup signifikan, sehingga nilai presentase yang diraihny di tahun 2019 dan 2020 menjadi 21,2% dan 20,3%. Hal ini sekaligus membuat posisi BSM turun dari posisi pertama di tahun 2018 ke posisi kedua di tahun 2019 dan 2020. Berdasarkan data yang ada dapat terlihat penurunan presentase *top brand index* BSM dalam waktu dua tahun terjadi penurunan sebesar 7,3%, ini merupakan jumlah penurunan yang cukup besar bagi perusahaan sebesar BSM. Hal ini mengindikasikan bahwa BSM mengalami penurunan kualitas pelayanan yang cukup besar bila dibandingkan

⁶<https://www.topbrand-award.com>, diakses 2018, 2019, dan 2020 Fase I.

dengan para pesaingnya, sehingga penilaian nasabah terhadap produk-produk yang ditawarkan BSM masih belum mampu memberikan daya tarik nasabah.

Berdasarkan kenyataan di atas, Bank Syariah Mandiri (BSM) perlu segera berbenah diri untuk memperbaiki kualitas pelayanannya, salah satunya adalah melakukan diferensiasi produk. Diferensiasi dilakukan agar BSM memiliki perbedaan pelayanan dibandingkan dengan para pesaingnya dengan tujuan menciptakan daya tarik nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan.

Daya tarik nasabah menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Daya tarik memiliki arti penting bagi kelangsungan hidup Bank Syariah Mandiri (BSM) karena dapat menciptakan keputusan nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Dalam rangka untuk menciptakan daya tarik nasabah, BSM harus mampu membangun dan mempertahankan hubungan baik dengan para nasabah atau calon nasabah melalui pemuasan berbagai kebutuhan dan keinginan nasabah atau calon nasabah, yaitu dengan cara melakukan diferensiasi produk.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat diketahui bahwa dengan adanya diferensiasi produk mampu memberikan daya tarik nasabah untuk menggunakan produk Bank Syariah Mandiri (BSM) yang ditawarkan. Namun sejauh ini, timbul pertanyaan besar sejauhmana pemahaman nasabah mengenai diferensiasi produk dalam menggugah daya tarik nasabah menggunakan produk Bank Syariah Mandiri (BSM). Hal inilah yang membuat penulis memiliki rasa keingintahuan terhadap masalah tersebut. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penulis mengangkat judul tentang “Pengaruh Pemahaman Diferensiasi Produk Perbankan

Syariah Terhadap Daya Tarik Nasabah (Studi pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Bone)''.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah pemahaman diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap daya tarik nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Bone?

C. Tujuan Dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pemahaman diferensiasi produk terhadap daya tarik nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Bone.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini ada dua, yaitu:

a. Manfaat secara ilmiah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai wujud perkembangan ilmu pengetahuan mengenai pengaruh pemahaman diferensiasi produk perbankan syariah terhadap daya tarik pelanggan. Selain itu, diharapkan pula dapat memperluas keilmuan di bidang bisnis Islam bagi lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bone, khususnya Program Studi Perbankan Syariah, dan bagi pembaca pada umumnya.

b. Manfaat secara praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pada segenap manajemen Bank Syariah Mandiri Cabang Bone mengenai langkah-langkah yang dapat dilakukan dalam menghadapi persaingan di industri perbankan.

D. Ruang Lingkup Penelitian

Untuk menghindari terjadinya pembahasan yang meluas dalam penelitian ini dan agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, maka penulis membatasi ruang lingkup permasalahan penelitian ini sebagai berikut:

1. Ruang lingkup penelitian ini dibatasi oleh responden, yaitu nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Bone.
2. Pengkajian penelitian ini dikhususkan pada pemahaman diferensiasi produk terhadap daya tarik nasabah.

E. Sistematika Pembahasan

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, serta sistematika pembahasan.

Bab II Kajian Pustaka

Pada bab ini diuraikan beberapa kajian penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai dasar penelitian ini, kemudian menjelaskan teori-teori yang terkait dengan penelitian ini meliputi pengertian diferensiasi produk, jenis strategi diferensiasi, syarat diferensiasi produk, indikator pemahaman diferensiasi produk, pengertian daya tarik, upaya dalam meningkatkan daya tarik nasabah, faktor-faktor yang

mempengaruhi daya tarik nasabah, hubungan pemahaman diferensiasi produk dengan daya tarik nasabah, kerangka pikir, serta hipotesis.

Bab III Metode Penelitian

Pada bab ini dijelaskan mengenai jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, data dan sumber data, populasi dan sampel, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, serta alat analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini dijelaskan mengenai deskripsi hasil penelitian, analisis data, pengujian hipotesis, serta pembahasan hasil penelitian.

Bab V Penutup

Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan hasil penelitian dan penyampaian saran-saran yang bersifat membangun terkait dengan objek penelitian