

DIFERENSIASI DAN TINGKAT PEMAHAMAN PRODUK, SERTA KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA ATAS KEPUTUSAN NASABAH PERBANKAN SYARIAH

Uswatun Khasanah dan Afif Muamar

Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

IAIN Syekh Nurjati Cirebon, Indonesia

Email: uswatun.attasshof@yahoo.com dan afifmuamar85@gmail.com

ABSTRACT

The greater growth of the banking industry creates increasingly fierce competition between the sharia banking industry, so that it will make consumers have many alternative choices before deciding which bank to aim for sharia banking transactions. This study aims to reveal the level of understanding of the quality of human resources of customers to customer decisions, the perception of product differentiation of customer decisions. This study uses qualitative research, data collected by interview, observation, documentation and then analyzed using descriptive analysis method. The results of the study prove the customer's perception of product differentiation, the level of product understanding, and the quality of human resources have a positive influence on customer decisions in Islamic Banking. This means that according to consumers the three components are considered important when using services in Islamic Banking.

Keywords: *Products, Quality of Human Resources, Customer Decisions*

ABSTRAK

Pertumbuhan industri perbankan yang semakin besar menciptakan semakin ketatnya persaingan antara industri perbankan syariah tersebut, sehingga akan membuat konsumen memiliki banyak pilihan alternatif sebelum memutuskan bank yang akan dituju untuk melakukan transaksi perbankan syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap tingkat pemahaman kualitas sumber daya manusia nasabah terhadap keputusan nasabah, persepsi diferensiasi produk terhadap keputusan nasabah. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, data yang dikumpulkan dengan cara interview (wawancara), observasi, dokumentasi kemudian dianalisis dengan metode deskriptif analisis. Adapun hasil penelitian membuktikan persepsi nasabah dalam diferensiasi produk, tingkat pemahaman produk, dan kualitas sumber daya manusia memiliki pengaruh positif terhadap keputusan nasabah pada Perbankan Syariah. Artinya menurut konsumen ketiga komponen tersebut dianggap penting ketika akan menggunakan jasa pada Perbankan Syariah.

Kata Kunci: *Produk, Kualitas Sumber Daya Manusia, Keputusan Nasabah*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi Indonesia sangat dipengaruhi oleh konsumsi domestik masyarakat Indonesia yang besar, salah satu industri yang berperan terhadap laju positifnya perekonomian Indonesia, khususnya perbankan syariah. Lembaga keuangan syaria'ah di Indonesia pada saat ini telah mengalami perkembangan yang sangat pesat, dimana masyarakat menilai bahwa perbankan syaria'ah merupakan sarana yang aman

dalam bertransaksi keuangan. Bank Syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang berlandaskan sistem Ekonomi Islam.

Positifnya laju Perbankan syariah dewasa ini menjadi jenis komoditi perbankan yang mengalami tingkat pertumbuhan cukup tinggi. Indikator pertumbuhan industri perbankan syariah dapat dilihat dari besarnya aset yang dimiliki oleh bank umum syariah maupun unit usaha syariah yang ada di Indonesia. Dengan telah diberlakukannya Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang terbit tanggal 16 Juli 2008, maka pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat. Dengan progres perkembangannya yang impresif, yang mencapai rata-rata pertumbuhan aset lebih dari 65% pertahun dalam lima tahun terakhir, maka diharapkan peran industri perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional akan semakin signifikan. (<https://www.bi.go.id/id>, 2019).

Pertumbuhan industri perbankan yang semakin besar menciptakan semakin ketatnya persaingan antara industri perbankan syariah tersebut, sehingga akan membuat konsumen memiliki banyak pilihan alternatif sebelum memutuskan bank yang akan dituju untuk melakukan transaksi perbankan syariah. Dalam memilih alternatif, nasabah mempunyai persepsi yang berbeda-beda berdasarkan kemampuan sumber daya manusia. Persepsi merupakan proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisir, menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.

Berdasarkan latar belakang dan uraian dalam masalah penelitian ini, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut, pertama, Bagaimana Tingkat Pemahaman Kualitas SDM Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah?. Dan kedua, Bagaimana Persepsi Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Nasabah?.

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam kajian pustaka ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu.

1. Penelitian Archana Raje, dan Vandana Tandon Khanna dengan judul “Impact of EService Quality On Consumer Purchase Behaviour In An On Line Shopping” tahun 2012. Penelitian ini menggunakan variabel dependen yaitu Consumer Purchase Behaviour dan variabel independen yaitu Service Quality. Analisis hasil

- penelitiannya adalah Variabel Service Quality berpengaruh secara signifikan terhadap Consumer Purchase Behaviour.
2. Penelitian Riyogo Adi Nugroho dengan judul “Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk, Merek, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepedamotor Satria F150: Hyper Underbone” (Nugroho, 2013). Penelitian ini menggunakan variabel dependen yaitu Keputusan pembelian dan variabel independen yaitu Diferensiasi produk, Merk, dan Promosi. Analisis hasil penelitiannya adalah Adanya pengaruh variabel diferensiasi produk secara parsial maupun simultan secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Adanya pengaruh variabel merk secara parsial maupun simultan secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Adanya pengaruh variabel promosi secara parsial maupun simultan secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
 3. Penelitian Idham Kurnia Simamora, dkk dengan judul “Pengaruh Harga, Citra Merek, Positioning, Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Jamu PT. Njonja Meneer” (Malik, et al, 2013). Penelitian ini menggunakan tipe penelitian explanatory. Penelitian ini menggunakan variabel dependen yaitu Keputusan pembelian dan variabel independen yaitu harga, citra merk, positioning, diferensiasi produk. Analisis hasil penelitiannya adalah Variabel harga mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, Variabel citra merk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, Variabel positioning berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, Diferensiasi produk memiliki berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
 4. Penelitian Muhammad Ehsan Malik, dkk dengan judul “Impact Of Brand image and Advertisement on Consumer Buying Behavior” (Malik, et al, 2013). Penelitian ini menggunakan variabel dependen yaitu Consumer Buying Behaviour dan variabel independen yaitu Brand Image, Advertisement. Analisis hasil penelitiannya adalah Variabel Brand Image berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Consumer Buying Behaviour, Variabel Advertisement berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Consumer Buying Behaviour.
 5. Penelitian Herry Widagdo dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ

Palembang”(Widagdo, 2011). Penelitian ini menggunakan variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian dan variabel independen yaitu promosi, Kualitas layanan. Analisis hasil penelitiannya adalah Variabel promosi berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan konsumen membeli computer, Variabel kualitas pelayanan berpengaruh paling besar secara signifikan dan positif terhadap keputusan konsumen membeli komputer.

KAJIAN KEPUSTAKAAN

Pengetahuan

1. Pengertian Jasa

Jasa ialah suatu pemberian kinerja atau tindakan tak kasar mata dan satu pihak kepada suatu pihak lain. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi dengan bersamaan, di mana suatu interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa yang mempengaruhi hasil jasa tersebut. Adapun pengertian jasa yang lain ialah suatu kegiatan yang dapat diidentifikasi, yang memiliki sifat tak teraba, yang direncanakan untuk suatu pemenuhan kepuasan konsumen.

2. Karakteristik Jasa

Menurut Andrian Payne (2001:9) jasa mempunyai ciri dan karakteristik khusus yaitu sebagai berikut :

a. Tidak berwujud

Ciri dan karakteristik jasa yang pertama yaitu Tidak berwujud. Sehingga jasa sifatnya abstrak maksudnya jasa tidak bisa dilihat, dirasakan, dicicipi atau disentuh seperti yang bisa dirasakan dari suatu barang.

b. Heterogenitas

Jasa bersifat heterogenitas karena jasa itu berupa suatu unjuk kerja, maka tidak ada hasil jasa yang sama meskipun dikerjakan oleh satu orang.

c. Tidak dapat dipisahkan

Jasa biasanya dihasilkan dan dikonsumsi pada saat bersamaan, dengan adanya partisipasi konsumen dalam proses tersebut. Berarti, konsumen harus berada di tempat jasa yang dimintanya, sehingga konsumen melihat dan bahkan ikut ambil bagian dalam suatu proses produksi tersebut.

d. Tidak tahan lama

Jasa tidak mungkin disimpan dalam persediaan. yang Artinya, jasa tidak dapat disimpan, dijual kembali kepada orang lain, atau dikembalikan kepada produsen jasa di mana ia membeli jasa sehingga dapat disebut bahwa jasa mempunyai ciri yang tidak tahan lama (<https://seputarilmu.com>, 2018)

3. Jenis-jenis Usaha

Terdapat 3 jenis usaha yang memiliki tujuan untuk meraih keuntungan sebesar-besarnya.

a. Usaha Jasa (*Service Businesses*)

Perusahaan jasa merupakan perusahaan yang menyediakan berbagai macam pelayanan jasa sesuai dengan bidang perusahaan itu bergerak. Maksud dari sesuai bidangnya, misal jika suatu perusahaan bergerak dalam bidang transportasi, maka perusahaan tersebut pastinya akan memberikan pelayanan dalam hal transportasi.

b. Usaha Dagang (*Merchandising Businesses*)

Perusahaan dagang merupakan perusahaan yang menjual kembali barang yang sudah dibelinya dari pihak lain kepada pelanggan. Maksud dari menjual kembali adalah suatu perusahaan tidak memproduksi barangnya sendiri, melainkan membeli barang yang sudah jadi dari pihak lain, kemudian dijual kepada pelanggan. Dan biasanya, perusahaan semacam ini disebut peritel.

c. Usaha Manufaktur (*Manufacturing Businesses*)

Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang memproduksi sendiri barang dagangannya. Maksud dari memproduksi sendiri ini adalah suatu perusahaan yang memiliki bahan mentah / bahan baku dasar (input) yang kemudian diolah (proses) menghasilkan barang jadi (output) yang siap di jual dan digunakan oleh pelanggan (Kinay, 2019)

Pemasaran Bank

Menurut Kotler dan Amstrong (1992), strategi pemasaran adalah pendekatan pokok yang akan digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan lebih dulu, didalamnya tercantum keputusan-keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk di pasar, bauran pemasaran dan tingkat biaya pemasaran yang diperlukan.

Ada 5 konsep dalam pemasaran yaitu sebagai berikut:

a. Konsep Produksi

Yaitu merupakan konsep yang menekankan kepada volume produksi yang seluas-luasnya (distribusi) dengan harga serendah mungkin.

b. Konsep Produk

Yaitu merupakan konsep yang menekankan kepada kualitas, penampilan dan ciri-ciri yang terbaik.

c. Konsep Penjualan

Yaitu konsep ini pemasaran ditekankan lebih agresif melalui usaha-usaha promosi yang gencar.

d. Konsep Pemasaran

Menurut Philip Kotler : menemukan keinginan pelanggan dan penuhi keinginan tersebut, membuatlah apa yang anda dapat jual dari pada menjual apa yang anda buat, cintailah pelanggan, andalah yang menentukan, berhenti memasarkan produk yang dapat anda buat dan mencoba membuat produk yang dapat anda jual.

e. Konsep pemasaran

Merupakan konsep yang bersifat kemasyarakatan, konsep ini menekankan kepada penentuan kebutuhan, keinginan dan minat pasar serta memberikan kepuasan sehingga memberikan kesejahteraan konsumen dan masyarakat (<https://ekonomi islam>, 2019)

Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah merupakan *Islamic Financial Institution* dan lebih dari sekedar bank (beyond banking) yang berlandaskan Al-Qur'an dan hadist yang mengacu pada prinsip muamalah, yakni sesuatu itu boleh dilakukan, kecuali jika ada larangannya dalam Al Qur'an dan hadist yang mengatur hubungan antar manusia terkait ekonomi, social, dan politik.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah dinyatakan bahwa bank syariah menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah dan mengacu pada fatwa yang di keluarkan oleh lembaga berwenang, dalam hal ini Dewan Syariah Nasional (DSN) di bawah Majelis Ulama Indonesia (MUI) (Ikatan Bankir Indonesia, 2016)

2. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Berikut ini Tabel Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional (Brian, 2019)

Aspek	Bank Syariah	Bank Konvensional
Hukum	Syariah Islam berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist dan fatwa ulama (MUI)	Hukum positif yang berlaku di Indonesia (Perdata dan Pidana).
Investasi	Jenis usaha yang halal saja	Semua bidang usaha
Orientasi	Keuntungan (profit oriented), kemakmuran, dan kebahagiaan dunia akhirat	Keuntungan (profit oriented) semata
Keuntungan	Bagi hasil	Dari bunga
Hubungan Nasabah dan Bank	Kemitraan	Kreditur dan debitur
Keberadaan Dewan Pengawas	Ada	Tidak ada

Sumber : <https://www.maxmanroe.com/perbedaan-bank-syariah-dan-bank-konvensional.html>

Keputusan Nasabah

Menurut Kotler (1999), keputusan pembelian adalah tahap penilaian keputusan menyebabkan konsumen membentuk pilihannya di antara beberapa merk yang tergabung dalam perangkat pilihan. Pengharapan konsumen dibentuk berdasarkan pengalaman konsumen itu sendiri, saran teman-teman dan iklan yang disampaikan perusahaan jasa. Konsumen memilih membeli jasa berdasarkan pengharapan ini. Proses sebelum sampai kepada keputusan membeli konsumen menjalani tahapan proses pengambilan keputusan (Desiana, et al, 2018).

Diferensiasi Produk

Diferensiasi produk merupakan keunggulan utama yang dimiliki oleh industri perbankan syariah produk-produk yang ditawarkan oleh industri perbankan syariah sangat berbeda dibandingkan dengan industri perbankan konvensional. Diferensiasi produk adalah kegiatan memodifikasi produk agar lebih menarik. Proses diferensiasi dapat dilakukan dalam tiga tahap, pertama dengan menemukan model nilai konsumen. Bank harus membuat semua daftar produk dan jasa yang mempengaruhi persepsi konsumen yang menjadi target market terhadap nilai. Kedua dengan membangun hirarki nilai pelanggan, bank harus menyusun setiap faktor kedalam satu kelompok dari empat kelompok, yaitu : basic (dasar), expected (harapan), desired (keinginan), unanticipated (kejutan). Yang ketiga adalah menemukan sepaket nilai konsumen. Bank harus memilih kombinasi antara faktor yang tidak nyata dan nyata untuk membedakan dengan pesaing dan untuk menciptakan konsumen yang loyal (Siswoyo, 2019)

Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia (SDM) merupakan aset utama dan besar pengaruhnya terhadap kemajuan suatu perusahaan. Untuk mencapai apa yang telah menjadi tujuan perusahaan yang telah ditetapkan, maka perusahaan harus mampu membentuk manusia yang bermotivasi kuat dan berani melihat perubahan sebagai suatu tantangan yang harus dihadapi. Salah satu pendekatan dalam peningkatan sumber daya manusia adalah melalui agama (Anoraga, 2015)

METODE

Waktu dan Wilayah Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan selama 1 bulan. Peneliti mengambil lokasi penelitian di Bank Syariah Mandiri KC Cirebon Siliwangi.

Jenis Penelitian

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisa data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian menekankan pada makna.

Populasi Sampel Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai semesta penelitian. Dalam penelitian populasi yang digunakan adalah nasabah seluruh Bank Syariah Mandiri.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang terdiri dari beberapa anggota. Sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi narasumber, partisipan, informan, teman, dan guru dalam penelitian. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada dalam populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel yang peneliti ambil lima orang sebagai informan wawancara.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik random sampling. Dimana peneliti melakukan pengambilan sampel dengan memberikan hak yang sama kepada setiap subyek untuk memperoleh kesempatan dipilih menjadi sampel dan diambil secara acak.

Data dan Sumber Data

1. Data

Data merupakan serangkaian informasi, bukti dan atau keterangan atas suatu objek yang memiliki karakteristik tertentu. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan primer. Data primer dapat diperoleh melalui wawancara dan kuisisioner yang disebar kepada responden. Sedangkan data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan organisasi yang bukan pengolahnya. Data sekunder diperoleh dari literatur yang relevan, jurnal, file dan dokumentasi yang tersedia, berita surat kabar maupun daring.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan oleh peneliti adalah sumber primer dan sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data

kepada pengumpul data, sedangkan sumber sekunder adalah merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan pengumpul data untuk memperoleh data. Ada bermacam-macam teknik pengumpulan data seperti, wawancara, angket atau kuisioner, observasi, dokumentasi, dan lain-lain. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Observasi (pengamatan)

Teknik observasi yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian (Tanzeh, 2009). Dalam observasi penelitian dilakukan dengan pengamatan langsung mengenai sistem operasional dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cirebon Siliwangi.

2. Wawancara (*interview*)

Teknik ini adalah cara mengumpulkan data yang mengharuskan seorang peneliti mengadakan kontak langsung secara lisan atau tatap muka (*face to face*) dengan responden, baik dalam situasi yang disengaja dibuat untuk keperluan tersebut (Soeratno dan Arsyad, 1988). Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara secara langsung dengan nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cirebon Siliwangi.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menelaah dokumen yang telah ada atau tersedia yang nantinya digunakan untuk dipelajari pengetahuan dan fakta yang akan diteliti. Adapun sumber-sumber dokumentasi tersebut berasal dari arsip Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cirebon Siliwangi, dokumen-dokumen, formulir-formulir dan sebagainya untuk mendukung informasi-informasi yang diperlukan untuk penelitian. Selain meminta dokumen dari bank, penulis juga mengambil beberapa referensi yang berasal dari internet dan lain sebagainya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cirebon Siliwangi merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang ekonomi berbasis Islam yang terdapat hukum-hukum Islam yang kokoh di dalamnya. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cirebon Siliwangi beralamat di Jl. Siliwangi No.102, Kejaksan, Kec. Kejaksan, Kota Cirebon, Provinsi Jawa Barat.

Jumlah pegawai di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cirebon Siliwangi pada saat itu kurang lebih 13 orang, pada saat itu produk unggulan adalah Tabungan Mabrur, Tabungan Mudharabah, Tabungan Mabrur, dan Pembiayaan KPR.

Adapun jadwal jam kerja yang dilaksanakan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cirebon Siliwangi dari hari Senin-Jum'at atau selama 5 hari dari pukul 08.00-15.00 Wib. Di teras depan Kantor juga terdapat ATM yang dapat mempermudah nasabah untuk bertransaksi dapat di gunakan oleh nasabah kapanpun karena 24 Jam 7 hari.

Bank Syariah Mandiri sebagai bank yang beroperasi atas dasar prinsip syariah Islam menetapkan budaya perusahaan yang mengacu kepada sikap akhlaqul karimah (budi pekerti mulia), yang terangkum dalam lima pilar yang disingkat SIFAT, yaitu: Siddiq (integrasi), Istiqomah (konsistensi), Fathanah (profesionalisme), Amanah (tanggung jawab), Tabligh (kepemimpinan).

Presepsi Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah Mandiri

Presepsi bersifat individual artinya dapat dikemukakan berdasarkan perasaan, kemampuan berpikir, pengalaman-pengalaman individu tidak sama, maka hasil presepsi akan berbeda antara individu satu dengan individu lainnya. Presepsi konsumen akan diketahui dengan mengukur nilai kegunaan relatif penting suatu atribut yang terdapat suatu produk atau jasa sehingga dapat menimbulkan daya tarik pertama yang dapat mempengaruhi konsumen.

Dari data yang diperoleh penulis melalui wawancara kepada nasabah BSM dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan responden sebagai anggota sampel. Ada beberapa hal yang perlu di analisis berdasarkan rumusan masalah yakni bagaimanakah presepsi nasabah dalam memilih produk Bank Syariah Mandiri?

Artinya responden diminta menjawab dan memilih produk apa yang mereka gunakan dan memberikan alasan mengapa mereka memilih produk tersebut.

Analisis Hasil Temuan Penelitian

Responden peneliti ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Cirebon Siliwangi. Dari beberapa produk di Bank Syariah Mandiri KCP Cirebon Siliwangi, ternyata produk simpanan yang banyak diminati oleh nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Cirebon Siliwangi yaitu tabungan BSM dengan akad mudharabah muthlaqah dan akad wadiah, sedangkan produk-produk yang lainnya kurang mendapatkan perhatian dari nasabah, hanya sebagian kecil nasabah yang memilih produk itu. Menurut analisis peneliti, hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan pemahaman nasabah terhadap produk-produk Bank Syariah Mandiri. Nasabah yang tidak mengetahui secara pasti jenis-jenis yang ada di BSM ini menganggap demikian karena memang keterbatasan mereka akan pengetahuan serta minimnya edukasi yang mereka dapatkan dari praktisi perbankan maupun di media-media lainnya.

Pada prinsipnya penelitian ini bertujuan untuk mencari jawaban terhadap rumusan masalah yang telah dikemukakan pada bagian sebelumnya, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk, tingkat pemahaman produk, dan kualitas sumber daya manusia terhadap keputusan nasabah, baik secara wawancara dan pengamatan.

Adapun hasil wawancara responden dapat di deskripsikan sebagai berikut:

1. Pemahaman Kualitas SDM Nasabah Terhadap Bank Syariah

Bank Syariah adalah lembaga keuangan syariah yang kegiatan operasionalnya menghimpun dan menyalurkan uang berdasarkan syariat islam. Dalam bank syariah akad yang dilakukan memiliki konsekuensi dunia dan akhirat karena akad yang dilakukan berdasarkan hukum islam. Setiap akad dalam perbankan syariah baik dalam hal barang, pelaku, transaksi maupun ketentuan lainnya haruslah memenuhi syarat. Hal ini di perkuat oleh responden Sri Mulyanah : “Bank syariah melakukan transaksi nya berdasarkan akad syariah berdasarkan hukum syariah”

Perekonomian di Indonesia saat ini melakukan persaingan semakin kuat di era milenial. Apalagi di tambah dengan gerakan-gerakan perekonomian islam mendunia. Hal ini di perkuat oleh responden Oji : “Perbankan Syariah

saat ini sedang gencar-gencarnya melakukan persaingan di perekonomian di Indonesia.”

Persebaran bank syariah memiliki dampak positif untuk bergerak ke perekonomian yang berbasis syariah. Hal ini di perkuat oleh responden Anah : “Perbankan Syariah saat ini market share nya sekitar 5% , tetapi banyak lembaga keuangan lainnya yang mengikuti kesyariahan. Apalagi pemerintah mencanangkan ekonomi syariah di Indonesia dan berpedoman pada prinsip syariah”.

Perkembangan lembaga keuangan bank syariah semakin bernilai baik untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Hal ini di perkuat oleh responden Risky : “Luar biasa menjadi bank syariah terbesar di Indonesia” dan di perkuat oleh responden Daim : “Bank Syariah saat ini tuh memang sangat baik karena memang perkembangannya pesat dan banyak sekali UMKM dan masyarakat terbantu oleh bank syariah. Namun untuk saat ini masyarakat yang awam belum pada tau adanya bank syariah dan produk-produknya”

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia memiliki tampilan yang baik untuk masyarakat misalnya Bank Syariah Mandiri salah satu bank syariah terbesar di Indonesia yang saat ini memiliki kemajuan dari segi asset tertinggi dan fasilitas layanannya baik. Hal ini di perkuat oleh responden Oji : “Di BSM memiliki layanan yang baik dan fasilitasnya baik” dan di perkuat oleh responden Sri Mulyanah : “BSM memiliki layanan bagus, dekat dengan rumah, atm nya juga lumayan banyak”. di perkuat oleh responden Anah : “Bank Syariah Mandiri merupakan Bank Syaiah pertama yang memiliki asset terbesar di Indonesia, selain itu juga layanan dan fasilitasnya memadai”

2. Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Nasabah

Produk bank syariah memiliki daya saing dan inovatif dalam memberikan layanan yang baik. Hal ini di perkuat oleh responden Oji : “produk nya menarik dan inovatif sehingga nasabah lebih cepat memutuskan dengan baik”. Suatu produk juga harus di fasilitasi fitur-fitur untuk mendukung dalam akses transaksi nasabah. Hal ini di perkuat oleh responden Sri Mulyanah : “Produk-produk di Bank Syariah Mandiri sangat baik, misalnya dalam gaya feature produk nya menarik sehingga saya tertarik untuk jadi nasabah”. Dan di

perkuat oleh responden Anah : “Produk-produknya nyaman dan di lengkapi dengan layanan e-banking BSM untuk memudahkan transaksi, produk BSM memiliki modifikasi yang baik dan unggul pada dimensi keistimewaan, maupun rancangan dari produk itu sendiri”.

Masyarakat dalam bertransaksi di Bank Syariah berdasarkan kebutuhan nasabah misalnya di BSM memiliki produk keunggulannya yaitu produk simpanan seperti tabungan ku dengan akad mudharabah dan akad wadiah. Hal ini di perkuat oleh responden Oji : “tabungan dengan akad mudharabah, karena ada bagi hasil nya”. Dan di perkuat oleh responden Anah : “Produk Tabungan Wadiah, karena ga ada bunga dan ga ada biaya admin nya”.

Transaksi yang dilakukan nasabah pada BSM adalah menabung, tarik tunai dan transfer. Hal ini di perkuat oleh responden Oji : “transaksi yang biasa dilakukan itu menabung, transfer”. Dan di perkuat oleh responden Risky : “Transfer antar bank, tarik tunai, menabung”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden, prespsi nasabah dalam diferensiasi produk, tingkat pemahaman produk, dan kualitas sumber daya manusia memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah pada Perbankan Syariah. Artinya menurut konsumen ketiga variabel tersebut dianggap penting ketika akan menggunakan jasa pada Perbankan Syariah.

Uraian Kegiatan

Kegiatan Praktek Pengalaman Lapangan selama 1 bulan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cirebon Siliwangi adalah sebagai berikut:

1. Menginput data payroll dari nasabah atas nama Badan Zakat Amil dari PT Pertamina melalui Microsoft Excel kemudian meinput data berdasarkan rekening dan jumlah nominal penarikan yang nantinya akan di transfer ke 11 nomer rekening.
2. Verifikasi data pembukaan tabungan nasabah
3. Menelpon nasabah untuk mengkonfirmasi terkait tabungan mabrur dan menawarkan program penambahan dana tabungan mabrur
4. Verifikasi data pembukaan deposito nasabah
5. Mengklasifikasi data pembukaan tabungan non perorangan atau badan hukum
6. Menyiapkan merchandise untuk nasabah BSM

7. Menyiapkan rekening koran nasabah
8. Mengelompokkan brosur produk
9. Membuat jadwal doa bersama
10. Menginput data tabungan SimPel (Simpanan Pelajar)

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diatas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut, pertama, Keputusan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan syariah di pengaruhi oleh diferensiasi produk yang berdasarkan presepsi nasabah. Keputusan nasabah dalam memilih produk yang ada di BSM dipengaruhi oleh pengetahuan informasi, hal ini dikrenakan memudahkan nasabah untuk cepat mengetahui produk-produk BSM.

Kedua, dari jenis-jenis produk simpanan yang ada di BSM hanya tabungan BSM yang paling banyak diminati nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Cirebon Siliwangi serta alasan mereka memilih produk tersebut karena produk BSM sesuai syariah, halal dan aman. Transaksi yang di lakukan oleh nasabah adalah menabung, transfer antar bank dan tarik tunai.

DAFTAR PUSTAKA

JURNAL :

- Simamora, Idham Kurnia, dkk. “Pengaruh Harga, Citra Merek, Positioning, Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Jamu PT. Njonja Meneer”, *Diponegoro Journal Of Social And Politic* (2013): 1-12.
- Raje, Archana dan Khanna, Vandana Tandon. “Impact of EService Quality On Consumer Purchase Behaviour In An On Line Shopping”, *IJCSMS International Journal of Computer Science and Management Studies* 12, (April 2012): 1-5
- Adi Nugroho, Riyogo. “Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk, Merek, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepedamotor Satria F150: Hyper Underbone”, *Jurnal Manajemen & Bisnis* 9:1 (2013): 1-9

- Widagdo. Herry. “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang”, *Forum Bisnis Dan Kewirausahaan Jurnal Ilmiah STIE MDP* 1:1 (2013): 1-10
- Malik, Muhammad Ehsan, et al. “Impact Of Brand image and Advertisement on Consumer Buying Behavior”, *World Applied Sciences Journal* 23:1 (2013): 1-6
- Bhirawa Anoraga. “Motivasi Kerja Islam Dan Etos Kerja Islam Karyawan Bank Jatim Syariah Cabang Surabaya”, *Jurnal ini merupakan bagian dari skripsi* 2:7 (Juli:2015)
- Desiana, et al. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Di Kota Tasikmalaya ”, *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi* 11:1 (2018): 23-34

BUKU :

- Tanzeh, Ahmad. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras, 2009.
- Soeratno dan Arsyad, Lincolin. *Metode Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis* Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 1988.
- Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2016), Hlm. 7

WEBSITE :

- Bank Indonesia, “Sekilas Perbankan Syariah di Indonesia.” L Lihat. <https://www.bi.go.id/id/perbankan/syariah/Contents/Default.aspx>. Diakses tanggal 26 september 2019 .
- Bitar, “Jasa: Pengertian, Ciri, Karakteristik, Jenis, & Contohnya Terlengkap”. Lihat. <https://seputarilmu.com/2018/12/jasa-pengertian-ciri-karakteristik-jenis-contohnya-terlengkap.html>. Di akses tanggal 18 september 2019
- Kinay, “Macam-Macam Jenis Usaha Dan Entitas Usaha Yang Wajib Kamu Ketahui”. Lihat . <https://abisnis.com/jenis-usaha-dan-entitas-usaha/>. Di akses tanggal 18 september 2019 “Strategi dan Konsep Pemasaran Bank Syariah”. Lihat. <https://ekonomiislam96.blogspot.com/2016/12/strategi-dan-konsep-pemasaran-bank-syari.html>. Diakses tanggal 24 september 2019

Agus Siswoyo, “Jenis-Jenis Diferensiasi Pemasaran Produk Bank Syariah”. Lihat.

<http://agussiswoyo.com/ekonomi-islam/jenis-jenis-diferensiasi-pemasaran-produk-bank-syariah/>. Diakses tanggal 26 september 2019

Rio Brian, “7 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional di Berbagai Bidang”.

Lihat.<https://www.maxmanroe.com/perbedaan-bank-syariah-dan-bank-konvensional.html>. Diakses tanggal 19 September 2019