

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam keuangan perbankan islam modern, bunga uang secara fiqih dikategorikan sebagai riba yang berarti haram. Di sejumlah Negara Islam dan berpenduduk mayoritas Muslim mulai timbul usaha-usaha untuk mendirikan lembaga Bank Alternatif non-ribawi. Melihat gagasannya yang ingin membebaskan diri dari mekanisme bunga, pembentukan Bank Islam mula-mula banyak menimbulkan keraguan. Hal tersebut muncul karena anggapan bahwa sistem perbankan bebas bunga adalah sesuatu yang mustahil dan tidak lazim, sehingga timbul pula pertanyaan tentang bagaimana nantinya Bank Islam tersebut akan membiayai operasinya.

Konsep teoritis mengenai Bank Islam muncul pertama kali pada tahun 1940-an, dengan gagasan mengenai perbankan yang berdasarkan bagi hasil. Berkenaan dengan ini dapat disebutkan pemikiran-pemikiran dari penulis antara lain Anwar Qureshi (1946), Naiem Siddiqi (1948) dan Mahmud Ahmad (1952). Uraian yang lebih terperinci mengenai gagasan pendahuluan mengenai perbankan Islam ditulis oleh ulama besar Pakistan, yakni Abul A'la Al-Mawdudi (1961) serta Muhammad Hamidullah (1944-1962).

Usaha modern pertama untuk mendirikan Bank tanpa bunga dimulai di Pakistan yang mengelola dana haji pada pertengahan tahun 1940-an, tetapi usaha ini tidak sukses. Perkembangan berikutnya usaha pendirian bank syariah yang

paling sukses dan inovatif di masa modern ini dilakukan di Mesir pada tahun 1963, dengan berdirinya *Mit Ghamr Local Saving Bank*. Bank ini diterima dengan baik oleh kalangan petani dan masyarakat pedesaan. Namun sayang, karena terjadi kekacauan politik di Mesir, Mit Ghamr mulai mengalami kemunduran, sehingga operasionalnya diambil alih oleh *National Bank of Egypt* dan Bank Sentral Mesir pada tahun 1967. Pengambil alihan ini menyebabkan prinsip nir-bunga pada Mit Ghamr mulai ditinggalkan, sehingga bank ini kembali beroperasi berdasarkan bunga. Pada 1971, akhirnya konsep nir-bunga kembali dibangkitkan pada masa rezim Sadat melalui pendirian *Naseer Social Bank*. Tujuan Bank ini adalah untuk menjalankan kembali bisnis yang berdasarkan konsep yang telah dipraktikkan oleh Mit Ghamr.

Jumhur (mayoritas/kebanyakan) Ulama' sepakat bahwa bunga bank adalah riba, oleh karena itulah hukumnya haram. Pertemuan 150 Ulama' terkemuka dalam konferensi Penelitian Islam di bulan Muharram 1385 H, atau Mei 1965 di Kairo, Mesir menyepakati secara aklamasi bahwa segala keuntungan atas berbagai macam pinjaman semua merupakan praktek riba yang diharamkan termasuk bunga bank. Berbagai forum ulama internasional yang juga mengeluarkan fatwa pengharaman bunga bank.

Abu zahrah, Abu 'ala al-Maududi Abdullah al-'Arabi dan Yusuf Qardhawi mengatakan bahwa bunga bank itu termasuk riba nasiah yang dilarang oleh Islam. Karena itu umat Islam tidak boleh bermuamalah dengan bank yang memakai system bunga, kecuali dalam keadaan darurat atau terpaksa. Bahkan menurut Yusuf Qardhawi tidak mengenal istilah darurat atau terpaksa, tetapi secara mutlak beliau

mengharamkannya. Pendapat ini dikuatkan oleh Al-Syirbashi, menurutnya bahwa bunga bank yang diperoleh seseorang yang menyimpan uang di bank termasuk jenis riba, baik sedikit maupun banyak. Namun yang terpaksa, maka agama itu membolehkan meminjam uang di bank itu dengan bunga..

Bank Islam pertama yang bersifat swasta adalah Dubai Islamic Bank, yang didirikan tahun 1975 oleh sekelompok usahawan muslim dari berbagai negara. Pada tahun 1977 berdiri dua bank Islam dengan nama Faysal Islamic Bank di Mesir dan Sudan. Dan pada tahun itu pula pemerintah Kuwait mendirikan Kuwait Finance House. Secara internasional, perkembangan perbankan Islam pertama kali diprakarsai oleh Mesir. Pada Sidang Menteri Luar Negeri Negara-negara Organisasi Konferensi Islam (OKI) di Karachi Pakistan bulan Desember 1970, Mesir mengajukan proposal berupa studi tentang pendirian Bank Islam Internasional untuk Perdagangan dan Pembangunan (International Islamic Bank for Trade and Development) dan proposal pendirian Federasi Bank Islam (*Federation of Islamic Banks*). Inti usulan yang diajukan dalam proposal tersebut adalah bahwa sistem keuangan berdasarkan bunga harus digantikan dengan suatu sistem kerjasama dengan skema bagi hasil keuntungan maupun kerugian. Akhirnya terbentuklah *Islamic Development Bank* (IDB) pada bulan Oktober 1975 yang beranggotakan 22 negara Islam pendiri. Bank ini menyediakan bantuan financial untuk pembangunan Negara-negara anggotanya, membantu mereka untuk mendirikan bank Islam di negaranya masing-masing, dan memainkan peranan penting dalam penelitian ilmu ekonomi, perbankan dan keuangan Islam. Kini, bank yang berpusat di Jeddah-Arab Saudi itu telah memiliki lebih dari 56 negara anggota.

Pada perkembangan selanjutnya di era 1970-an, usaha-usaha untuk mendirikan bank Islam mulai menyebar ke banyak negara. Beberapa Negara seperti di Pakistan, Iran dan Sudan bahkan mengubah seluruh sistem keuangan di Negara itu menjadi sistem nir-bunga, sehingga semua lembaga keuangan di negara tersebut beroperasi tanpa menggunakan bunga. Di Negara Islam lainnya seperti Malaysia dan Indonesia, bank nir-bunga beroperasi berdampingan dengan bank-bank konvensional. Kini, perbankan syariah telah mengalami perkembangan yang cukup pesat dan menyebar ke banyak negara, bahkan ke negara-negara Barat, seperti Denmark, Inggris, Australia yang berlomba-lomba menjadi Pusat keuangan Islam Dunia (*Islamic Financial hub*) untuk membuka bank Islam dan *Islamic window* agar dapat memberikan jasa-jasa perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam.

Perbankan Syariah di Indonesia dimulai sejak tahun 1983. Pada tahun tersebut, BI memberikan keleluasaan kepada bank-bank untuk menetapkan suku bunga. Pemerintah berharap dengan kebijakan deregulasi perbankan maka akan tercipta kondisi dunia perbankan yang lebih efisien dan kuat dalam menopang perekonomian. Pada tahun 1983 tersebut pemerintah Indonesia pernah berencana menerapkan "sistem bagi hasil" dalam perkreditan yang merupakan konsep dari perbankan syariah.

Pada tahun 1988, Pemerintah mengeluarkan Paket Kebijakan Deregulasi Perbankan 1988 (Pakto 88) yang membuka kesempatan seluas-luasnya kepada bisnis perbankan harus dibuka seluas-luasnya untuk menunjang pembangunan (liberalisasi sistem perbankan). Meskipun lebih banyak bank konvensional yang

berdiri, beberapa usaha-usah perbankan yang bersifat daerah yang berasaskan syariah juga mulai bermunculan. Inisiatif pendirian bank Islam Indonesia dimulai pada tahun 1980 melalui diskusi-diskusi bertemakan bank Islam sebagai pilar ekonomi Islam. Sebagai uji coba, gagasan perbankan Islam dipraktekkan dalam skala yang relatif terbatas di antaranya di Bandung dan di Jakarta.

Tahun 1990, Majelis Ulama Indonesia (MUI) membentuk kelompok kerja untuk mendirikan Bank Islam di Indonesia. Pada tanggal 18 – 20 Agustus 1990, Majelis Ulama Indonesia (MUI) menyelenggarakan lokakarya bunga bank dan perbankan di Cisarua, Bogor, Jawa Barat. Hasil lokakarya tersebut kemudian dibahas lebih mendalam pada Musyawarah Nasional IV MUI di Jakarta 22 – 25 Agustus 1990, yang menghasilkan amanat bagi pembentukan kelompok kerja pendirian bank Islam di Indonesia. Kelompok kerja dimaksud disebut Tim Perbankan MUI dengan diberi tugas untuk melakukan pendekatan dan konsultasi dengan semua pihak yang terkait. Sebagai hasil kerja Tim Perbankan MUI tersebut adalah berdirilah bank syariah pertama di Indonesia yaitu PT Bank Muamalat Indonesia (BMI), yang sesuai akte pendiriannya, berdiri pada tanggal 1 Nopember 1991. Sejak tanggal 1 Mei 1992, BMI resmi beroperasi dengan modal awal sebesar Rp 106.126.382.000,-

Pada awal masa operasinya, keberadaan bank syariah belum memperoleh perhatian yang optimal dalam tatanan sektor perbankan nasional. Landasan hukum operasi bank yang menggunakan sistem syariah, saat itu hanya diakomodir dalam salah satu ayat tentang "bank dengan sistem bagi hasil" pada UU No. 7 Tahun 1992; tanpa rincian landasan hukum syariah serta jenis-jenis usaha yang diperbolehkan.

Pada tahun 1998, pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat melakukan penyempurnaan UU No. 7/1992 tersebut menjadi UU No. 10 Tahun 1998, yang secara tegas menjelaskan bahwa terdapat dua sistem dalam perbankan di tanah air (*dual banking system*), yaitu sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah. Peluang ini disambut hangat masyarakat perbankan, yang ditandai dengan berdirinya beberapa Bank Islam lain, yakni Bank IFI, Bank Syariah Mandiri, Bank Niaga, Bank BTN, Bank Mega, Bank BRI, Bank Bukopin, BPD Jabar dan BPD Aceh dll.

Pengesahan beberapa produk perundangan yang memberikan kepastian hukum dan meningkatkan aktivitas pasar keuangan syariah, seperti: (i) UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah; (ii) UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (sukuk); dan (iii) UU No.42 tahun 2009 tentang Amandemen Ketiga UU No.8 tahun 1983 tentang PPN Barang dan Jasa. 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 lagi. 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. Lahirnya UU Perbankan Syariah mendorong peningkatan jumlah BUS dari sebanyak 5 BUS menjadi 11 BUS dalam kurun waktu kurang dari dua tahun (2009-2010).

Sejak mulai dikembangkannya sistem perbankan syariah di Indonesia, dalam dua dekade pengembangan keuangan syariah nasional, sudah banyak pencapaian kemajuan, baik dari aspek lembaga dan infrastruktur penunjang, perangkat regulasi dan sistem pengawasan, maupun *awareness* dan literasi masyarakat terhadap layanan jasa keuangan syariah. Sistem keuangan syariah kita menjadi salah satu sistem terbaik dan terlengkap yang diakui secara internasional. Per Juni 2015, industri perbankan syariah terdiri dari 12 Bank Umum Syariah, 22 Unit Usaha Syariah yang dimiliki oleh Bank Umum Konvensional dan 162 BPRS dengan total aset sebesar Rp. 273,494 Triliun dengan pangsa pasar 4,61%. Khusus untuk wilayah Provinsi DKI Jakarta, total aset gross, pembiayaan, dan Dana Pihak Ketiga (BUS dan UUS) masing-masing sebesar Rp. 201,397 Triliun, Rp. 85,410 Triliun dan Rp. 110,509 Triliun

Pada akhir tahun 2013, fungsi pengaturan dan pengawasan perbankan berpindah dari Bank Indonesia ke Otoritas Jasa Keuangan. Maka pengawasan dan pengaturan perbankan syariah juga beralih ke OJK. OJK selaku otoritas sektor jasa keuangan terus menyempurnakan visi dan strategi kebijakan pengembangan sektor keuangan syariah yang telah tertuang dalam Roadmap Perbankan Syariah Indonesia 2015-2019 yang diluncurkan pada Pasar Rakyat Syariah 2014. Roadmap ini diharapkan menjadi panduan arah pengembangan yang berisi inisiatif-inisiatif strategis untuk mencapai sasaran pengembangan yang ditetapkan

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan Syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungan

stakeholder yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah. Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global. Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah

perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil 'Aalamiin).

Dalam mengembangkan bisnisnya Bank Syariah Indonesia selalu menjaga komitmen, bank syariah yang terbaik dan paling maju dengan terus berinovasi baik dari sisi produk, pelayanan, dan teknologi serta sumberdaya manusia yang profesional dengan akhlak mulia di dalam perkembangan Bank Syariah Indonesia. Di dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat memiliki kebutuhan-kebutuhan yang harus dipenuhi baik kebutuhan, primer, sekunder maupun tersier. Adakalanya masyarakat tidak memiliki cukup dana untuk kehidupan. Oleh karena itu, dalam perkembangan perekonomian di masyarakat yang semakin meningkat munculah jasa pembiayaan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan bank maupun lembaga keuangan non bank.

Pada saat ini Bank Syariah Indonesia turut menawarkan produk-produk yang ada di bank-bank konvensional seperti kartu kredit. Penggunaan kartu kredit yang dirasa lebih aman dan praktis dengan berbagai fungsinya yang semakin bertambah, menjadikan alat bayar baru ini semakin berkembang pesat, khususnya di perkotaan yang terdapat banyak tempat publik dan layanan masyarakat, seperti tempat pembelanjaan, perhotelan, restoran, hiburan dan jasa publik lainnya. Sebagai alat pembayaran modern, maka cukup dengan 'menggesek' kartu untuk mendebit nilai transaksi yang diinginkan.

Berkembangnya kartu kredit syariah di Indonesia memiliki peluang sangat besar. Apalagi jika melihat dari faktor jumlah masyarakat muslim di Indonesia

yang dominan. Tetapi dengan diluncurkannya produk hasanah card tidak menjamin ketertarikan orang banyak untuk menjadi nasabah di kartu kredit syariah tersebut. Masih banyak masyarakat luas yang tidak mengetahui produk kartu kredit syariah, karena masyarakat luas beranggapan bahwa kartu kredit itu termasuk haram karena didalamnya terdapat bunga yang termasuk riba yang hukumnya memang haram di agam Islam, agama yang menjadi mayoritas di Indonesia. Dalam perjalanan bisnisnya Bank Syariah Indonesia perlu upaya promosi untuk mempertahankan nasabah lama dan menawarkan produk kepada calon nasabah mengingat produk ini tergolong baru dalam masa pertumbuhan. Bank Syariah Indonesia mulai mempromosikan produk hasanah card ini dengan join promo fitur dan berbagai strategi yang bisa menarik simpati konsumennya. Untuk menarik konsumen yang lebih luas diperlukan strategi pemasaran yang tepat sehingga kartu kredit tersebut bisa dikenal oleh masyarakat.

Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut setiap bank untuk memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabahnya serta berusaha memenuhi apa yang mereka harapkan dengan cara yang lebih unggul serta lebih memuaskan dari pada yang dilakukan oleh pihak bank dan pesaing lainnya. Sehingga perhatian bank tidak hanya terbatas pada produk barang atau jasa yang dihasilkan saja, tetapi juga pada aspek proses, sumber daya manusia, serta lingkungannya.

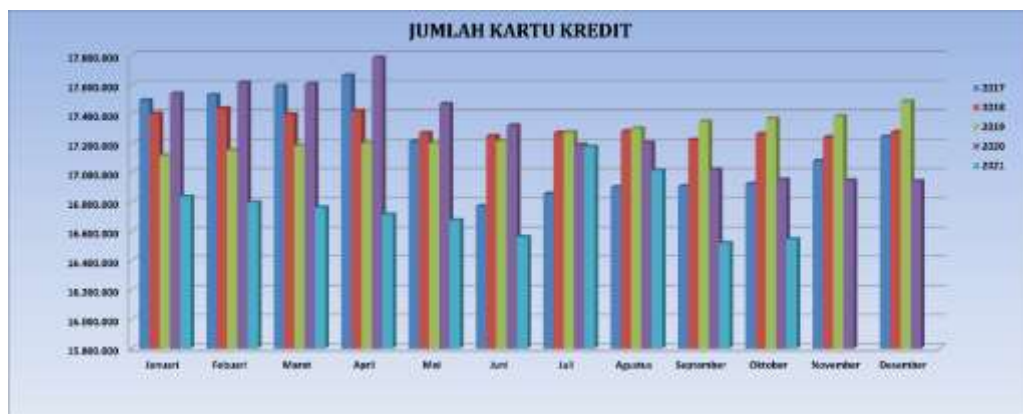
Tentunya dalam menjalankan aktifitas perusahaan yang bergerak dibidang usaha barang dan jasa sering kali promosi menjadi hal terpenting dalam aktifitasnya. Terlepas dari hal itu dikarenakan promosi merupakan bagian penting

dari strategi penjualan, promosi digunakan pemasar dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang atau pihak lain sehingga konsumen tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkannya.

Terlepas dari hal di atas, kini perusahaan juga melihat kondisi-kondisi dimana kepuasan konsumen yang bisa memberikan peluang memberikan hal yang terbaik bagi konsumennya. Tentunya dengan adanya kepuasan konsumen yang baik akan memberikan dampak yang baik pula pada perusahaan. Kepuasan konsumen merupakan isu yang kritikal di semua industri jasa dan perdagangan. Pengukuran kepuasan pengguna adalah sebagian dari usaha terpadu yang dapat memperbaiki kualitas produk, dan menghasilkan daya saing yang kompetitif, memicu pembelian awal, dan akhirnya dapat memberikan persepsi konsumen yang baik terhadap perusahaan . Teori Perilaku konsumen menunjukkan bahawa perilaku pembelian konsumen dan tingkat kepuasan adalah dipengaruhi oleh latar belakang konsumen, ciri-ciri dan stimulasi keluaran (Choi dan Chu 2005).

Dalam konteks teori permintaan konsumen kepuasan lebih banyak didefenisikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Dengan demikian kepuasan dapat diartikan sebagai hasil dari penilaian persepsi konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Tingkat kenikmatan yang dimaksud disini adalah kesesuaian antara apa yang dirasakan oleh konsumen dari pengalaman konsumsinya dengan apa yang diharapkannya. Dalam pengertian di atas yang terpenting adalah persepsi, bukan kondisi aktual. Dengan demikian, bisa terjadi bahwa secara aktual, suatu produk

atau jasa mempunyai potensi untuk memenuhi harapan pelanggan tetapi ternyata hasil dari persepsi pelanggan tidak sama dengan apa yang diinginkan oleh produsen. Ini bisa terjadi karena adanya gap antara apa yang dipersepsikan oleh produsen (perusahaan) dengan apa yang dipersepsikan oleh pelanggan.



Sumber : www.AKKI.or.id

Gambar 1 Jumlah Kartu Kredit Di Indonesia
Tahun 2017 – 2021

Tabel 1 Data Jumlah Pemegang Kartu Kredit Di Indonesia
Tahun 2017 - 2021

Tahun	Jumlah Kartu	Jumlah Transaksi	Nilai Transaksi
2017	17.244.127	319.291.747	288.912.875
2018	17.275.128	330.145.675	305.201.319
2019	17.487.057	340.248.590	332.644.750
2020	16.940.040	268.209.725	231.553.111
2021	16.545.925	223.629.156	189.551.984

Sumber : laporan tahunan dan kontan.co.id diolah

Menurut AKKI (Asosiasi Kartu Kredit Indonesia), data jumlah pengguna kartu kredit tahun 2021 telah mencapai 16,5 juta. Dari data jumlah pengguna kartu

kredit mengalami penurunan 2 tahun terakhir maka penelitian ini memiliki objek penelitian yaitu Bank Syariah Indonesia. Bank Syariah Indonesia memiliki nasabah pemegang kartu kredit yang tidak sedikit.

Tabel 2 Jumlah Pencapaian Hasanah Card Bank Syariah Indonesia Tahun 2017 – 2021

Tahun	Pencapaian
2017	2.519
2018	17.387
2019	30.440
2020	38.696
2021	25.417

Sumber : laporan tahunan dan kontan.co.id diolah

Tabel 3 Jumlah Pencapaian Hasanah Card Bank Syariah Indonesia Pajajaran Bogor tahun 2017 – 2021

Tahun	Pencapaian
2017	250
2018	300
2019	500
2020	600
2021	550

Selain itu pertumbuhan Hasanah Card mulai dari tahun 2020 mengalami penurunan yang signifikan. Oleh sebab itu penelitian ini meneliti variabel–variabel yang mempengaruhi keputusan penggunaan hasanah card pada Bank Syariah

Indonesia. Dalam hal ini PT. Bank Syariah Indonesia yang bergerak dibidang perbankan juga memandang perlu pendekatan kepuasan nasabahnya sebagai pengguna kartu kredit hasanah card. Dengan demikian tentunya apa yang menjadi ukuran tentang produk dan promosi belumlah menjadi satu ukuran atau jaminan terhadap peningkatan penjualan perusahaan.

Sebagai langkah awal dari upaya mendefinisikan tuntutan nasabah, maka hal yang harus diperhatikan dan tidak dapat dipisahkan adalah ketersediaan informasi yang menyangkut persepsi dan harapan nasabah terhadap layanan yang ditawarkan oleh pihak bank. Untuk itulah maka perlu dianalisis sejauh mana nasabah merasa puas dengan pelayanan yang telah diterimanya.

PT. Bank Syariah Indonesia memandang dalam setiap perubahan sikap konsumennya haruslah menjadi bahan untuk dievaluasi, promosi yang telah diberikan dalam bentuk belanja di swalayan-swalayan dengan menggunakan kartu kredit hasanah card apakah itu memberikan dampak penggunaan kartu kredit Hasanah Card pada PT. Bank Syariah Indonesia . Terlihat bahwa secara banyak juga orang ketika berbelanja menggunakan uang tunai sebagai alat pembayarannya. Adanya komplain dari nasabah pengguna kartu kredit Hasanah Card dalam melakukan transaksi sering kali terjadi, sehingga dalam hal tersebut mengurangi intensitas penggunaan kartu kredit Hasanah Card dalam melakukan transaksi, sehingga pihak PT Bank Syariah Indonesia sangatlah penting dalam memberikan kepuasan kepada nasabah pengguna kartu kreditnya

Berdasarkan uraian diatas, PT Bank Syariah Indonesia Cabang Pajajaran Bogor yang terletak di Jl Raya Pajajaran – Bogor Nomor 63, Kelurahan Bantarjati, Kecamatan Bogor Utara, Kota Bogor ini dipilih sebagai tempat penelitian untuk menguji pengaruh antara Variabel – variabel yang telah diuraikan sebelumnya. Kantor PT Bank Syariah Indonesia merupakan Cabang Utama di area Bogor yang memiliki jumlah nasabah lebih banyak di antara cabang lainnya di Area Bogor.

Bank Syariah Indonesia memiliki berbagai produk salah satunya Produk Hasanah Card. Hasanah Card merupakan kartu pembiayaan yang berfungsi seperti kartu kredit. Hasanah Card ini diluncurkan pada Februari 2008. Hasanah Card merupakan produk unggulan di Bank Syariah Indonesia yang memiliki tampilan kartu elegan dan menarik sehingga memberikan kepuasan sendiri untuk nasabah.

Sejak awal diterbitkannya, Hasanah Card memang menimbulkan banyak keraguan dan kontroversi para nasabah. Sampai dengan saat ini beberapa nasabah Bank Syariah Indonesia masih meragukan apakah Hasanah Card sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah. Hal tersebut di tanggapi dengan pernyataan terkait ketentuan syariah dari Dewan Syariah Nasional No. 54/DSN-MUI/X/2005, dengan memakai akad *kafalah* yaitu Bank Syariah Indonesia sebagai penjamin bagi dari transaksi antara pemegang iB hasanah card dengan Merchant, apabila melakukan penarikan tunai., *qardh* pemberi pinjaman kepada pemegang iB hasanah card atas seluruh transaksi penarikan tunai dengan menggunakan kartu dan transaksi pinjaman dana, yang terakhir ada akad *ijarah* penyedia jasa sistem pembayaran dan pelayanan terhadap pemegang iB hasanah card. Atas Ijarah ini, pemegang iB hasanah card dikenakan *annual membership Fee* (Biaya jasa yang dikenakan

pertahun), sehingga sistem perhitungan biayanya lebih transparan, adil serta lebih murah dibandingkan dengan sistem perhitungan biaya pada kartu kredit konvensional.

Biaya yang dikenakan dalam penggunaan kartu hasanah card ini lebih ringan dibandingkan dengan kartu kredit konvensional apabila nasabah membayar tagihan sesuai dengan jangka waktu yang telah ditentukan. Lain halnya apabila nasabah melakukan keterlambatan pembayaran tagihan maka akan dikenakan biaya ganti (biaya keterlambatan) tanpa mengetahui terlebih dahulu alasan nasabah sehingga mengalami keterlambatan pembayaran. Dengan ketentuan tersebut, nasabah yang benar-benar mengalami kesulitan disamping harus menanggung pokok pembayaran, nasabah tersebut juga harus menanggung biaya penagihan. Dan hal ini akan semakin membuat beban nasabah menjadi bertambah. Nilai tersebut sudah menjadi nilai baku yang telah dirumuskan oleh pihak Bank Syariah Indonesia sebelum terjadinya akad. Hal ini identik dengan kerugian yang akan diperkirakan terjadi.

Dalam rangka kegiatan promosi Bank Syariah Indonesia mewajibkan semua pegawai memiliki dan mengaktifkan kartu hasanah card untuk meningkatkan volume pencapaian cabang bogor, selain itu Bank Syariah melakukan promosi dengan cara memberikan fee kepada pegawai yang dapat mereferalkan kartu hasanah card. promosi penjualan lainnya yang dilakukan yaitu memberikan diskon dan *business opportunity* serta meningkatkan penjualan dengan *direct selling agency* dan *Office to Office*. Berbeda dengan promosi kartu kredit konvensional

yang lebih menggiurkan nasabah karena sudah bekerjasama dengan merchant terkenal sehingga dapat memberikan potongan harga yang cukup besar.

Bank Syariah Indonesia memberikan kemudahan bagi nasabah regular yang ingin mengajukan kartu hasanah card dengan cara mengisi E-form BSI di laman browser BSI, Proses pengajuan membutuhkan waktu paling cepat 14 hari kerja sampai dengan kartu diterima oleh nasabah. Proses pengajuan hasanah card tidak membutuhkan waktu yang lama apabila semua persyaratan sudah dilengkapi oleh nasabah.

Dari permasalahan tersebut diatas, maka penelitian difokuskan pengaruh produk, promosi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan subjek penelitian di Bank Syariah Indonesia Cabang Bogor.

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang terjadi di tempat penelitian antara lain yaitu :

1. Fitur Produk kartu kredit bank lain lebih unggul dibandingkan dengan Hasanah Card.
2. Sampai dengan saat ini beberapa nasabah Bank Syariah Indonesia masih meragukan apakah hasanah card sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah.
3. Adanya biaya tambahan yang dikenakan apabila nasabah melakukan keterlambatan pembayaran tagihan hasanah Card.
4. Persaingan dengan kartu kredit bank konvensional mengenai program – program promosi yang bekerjasama dengan merchant yang terkenal.

5. Proses pengajuan kartu kredit di bank lain lebih cepat dan mudah dibandingkan dengan Bank Syariah Indonesia Cabang Bogor
6. Pelayanan dalam penyampaian informasi dari pegawai bank kepada nasabah yang kurang jelas memicu terjadinya komplain dan berdampak pada hilangnya kepercayaan nasabah untuk menggunakan Hasanah Card.
7. Lokasi Bank Syariah Indonesia terletak di pusat kota sehingga banyak nasabah yang datang ke kantor menimbulkan antrian yang panjang di bank.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah merujuk kepada peneliti dan agar penelitian lebih fokus, maka penelitian ini dibatasi pada masalah diantaranya : Produk, Promosi dan *Process* (Kualitas Pelayanan)

D. Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih menggunakan hasanah card di Bank Syariah Indonesia Cabang Bogor?
2. Apakah Promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih menggunakan hasanah card di Bank Syariah Indonesia Cabang Bogor?
3. Apakah Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih menggunakan hasanah card di Bank Syariah Indonesia Cabang Bogor?
4. Apakah Produk dan Promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih menggunakan hasanah card di Bank Syariah Indonesia Cabang Bogor?

5. Apakah Produk dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih menggunakan hasanah card di Bank Syariah Indonesia Cabang Bogor?
6. Apakah Promosi dan Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih menggunakan hasanah card di Bank Syariah Indonesia Cabang Bogor?
7. Seberapa besar pengaruh produk, promosi, dan pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih menggunakan hasanah card di Bank Syariah Indonesia Cabang Bogor?

E. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan nasabah dalam memilih menggunakan hasanah card di Bank Syariah Indonesia Cabang Bogor.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih menggunakan hasanah card di Bank Syariah Indonesia Cabang Bogor.
3. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih menggunakan hasanah card di Bank Syariah Indonesia Cabang Bogor.
4. Untuk mengetahui pengaruh produk dan promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih menggunakan hasanah card di Bank Syariah Indonesia Cabang Bogor.

5. Untuk mengetahui pengaruh promosi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih menggunakan hasanah card di Bank Syariah Indonesia Cabang Bogor.
6. Untuk mengetahui pengaruh produk dan pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih menggunakan hasanah card di Bank Syariah Indonesia Cabang Bogor.
7. Untuk mengetahui pengaruh produk, promosi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih menggunakan hasanah card di Bank Syariah Indonesia Cabang Bogor.

F. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna bagi peneliti, perusahaan dan pembaca.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi untuk pengembangan ilmu pengetahuan secara umum, khususnya manajemen pemasaran, yang berkaitan dengan masalah produk, promosi, dan pelayanan.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis ditunjuk pada organisasi atau perusahaan terkait, yaitu Bank Syariah Indonesia sebagai bahan masukan dan untuk penelitian selanjutnya.

3. Manfaat kebijakan

Gambaran penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kebijakan apa yang harus dilakukan oleh organisasi atau perusahaan Bank Syariah Indonesia cabang Bogor.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka penulis membuat sistematika secara garis besar. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang, identifikasi masalah, Batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian. Sistematika penelitian.

BAB II: STUDI PUSTAKA

Dalam bab ini dibahas aspek-aspek secara teoritis yang berkaitan dengan konsep-konsep yang digunakan dalam memberikan jawaban atau rumusan permasalahan penelitian. Aspek – aspek yang diuraikan antara lain, teori mengenai Produk, Promosi, pelayanan dan keputusan pembelian serta Kerangka Berfikir, Hipotesis Penelitian, dan Penelitian Terdahulu mengenai “Pengaruh produk , Promosi, dan pelayanan terhadap Keputusan pembelian pada produk

hasanah card Bank Syariah Indonesia Cabang Bogor”.

BAB III: METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian, yang meliputi Metode Penelitian, Lokasi dan Waktu Penelitian, Variabel dan Pengukuran, Populasi dan Sampel, Metode Pengumpulan Data, Instrumen Penelitian, dan Metode Analisis Data.