

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA**

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TABUNGAN
BERENCANA SYARI'AH MANDIRI TERHADAP KEPUTUSAN
DEBITUR DALAM MEMILIH TABUNGAN BERENCANA SYARI'AH
MANDIRI**

**(STUDI KASUS PADA DEBITUR BANK SYARI'AH MANDIRI KOTA
PALEMBANG)**



Diajukan Oleh :

GIANDA TIFANNI

01043110078

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat
Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi
2008**

S
658-507
tip
a
C-081029
2008



DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TABUNGAN
BERENCANA SYARI'AH MANDIRI TERHADAP KEPUTUSAN
DEBITUR DALAM MEMILIH TABUNGAN BERENCANA SYARI'AH

MANDIRI

(STUDI KASUS PADA DEBITUR BANK SYARI'AH MANDIRI KOTA
PALEMBANG)

R. 0785
11 0989



Diajukan Oleh :

GIANDA TIFANNI

01043110078

Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat

Guna Mencapai Gelar

Sarjana Ekonomi

2008

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Gianda Tifanni**
NIM : **0 1 0 4 3 1 1 0 0 7 8**
Konsentrasi : **Manajemen Pemasaran**

Dengan ini menyatakan :

1. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik di lingkungan Universitas Sriwijaya maupun perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali dari Tim Pembimbing Skripsi dan pengolahan data yang ditentukan oleh Program Studi Manajemen Universitas Sriwijaya.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali yang secara jelas dicantumkan sebagai referensi dengan menyebutkan nama pengarang sebagaimana tercantum dalam kutipan dan daftar kepustakaan.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan bila dikemudian hari terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini serta sanksi lain sesuai dengan aturan yang berlaku di Universitas Sriwijaya.

Inderalaya, September 2008

Gianda Tifanni

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA

TANDA PERSETUJUAN FINAL DRAFT SKRIPSI

NAMA : GIANDA TIFANNI
NIM : 01043110078
JURUSAN : MANAJEMEN
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK
TABUNGAN BERENCANA SYARI'AH MANDIRI
TERHADAP KEPUTUSAN DEBITUR DALAM
MEMILIH TABUNGAN BERENCANA SYARI'AH
MANDIRI (STUDI KASUS PADA DEBITUR BANK
SYARI'AH MANDIRI KOTA PALEMBANG)

PANITIA PEMBIMBING SKRIPSI

TANGGAL PERSETUJUAN

DOSEN PEMBIMBING

Tanggal, 14 Juli 2008

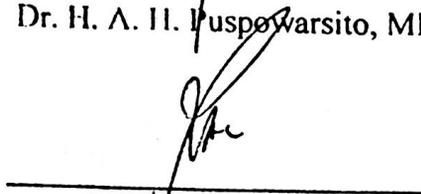
Ketua :



Dr. H. A. H. Puspowarsito, MBA

Tanggal, 9 Juli 2008

Anggota :



Dra. Hj. Rusmiati

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA**

TANDA PERSETUJUAN PANITIA UJIAN KOMPREHENSIF

NAMA : GIANDA TIFANNI
NIM : 01043110078
JURUSAN : MANAJEMEN
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK
TABUNGAN BERENCANA SYARIAH MANDIRI
TERHADAP KEPUTUSAN DEBITUR DALAM MEMILIH
TABUNGAN BERENCANA SYARIAH MANDIRI
(STUDI KASUS PADA DEBITUR BANK SYARIAH
MANDIRI KOTA PALEMBANG)

Telah diuji di depan panitia ujian komprehensif pada tanggal September 2008
dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif
Inderalaya, September 2008

Ketua,



Dr. H. A. H. Puspowarsito, MBA

NIP.131474904

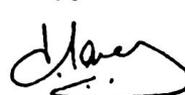
Anggota,



Dra. Hj. Rusmiati

NIP.131271085

Anggota,



Drs. Thomas Handy

NIP. 130929626

Mengetahui,

Ketua jurusan Manajemen



Drs. Yuliansyah M. Diah, MM

NIP. 131474902

Motto :

Kejujuran adalah batu penjuru dari segala kesuksesan, Pengakuan adalah motivasi terkuat. Bahkan kritik dapat membangun rasa percaya diri saat "disisipkan" diantara pujian

(Rick Devos)

Kupersembahkan untuk:

Ayah Ku " H. Affandi Udji, SE "

Ibu Ku " Hj. R. A. Nurlina "

Saudara-Ku :

Hj. Vina Regina (Alm)

H. M. Akbar Alfaro

Hj. Dea Alfira

Almamaterku

Sahabat-Sahabat Ku

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah S.W.T, karena atas izinNya jumlah penulisan skripsi ini dapat diselesaikan sebagaimana mestinya.

Penulisan skripsi ini mengambil judul : **ANALISIS PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TABUNGAN BERENCANA SYARI'AH MANDIRI TERHADAP KEPUTUSAN DEBITUR DALAM MEMILIH TABUNGAN BERENCANA SYARI'AH MANDIRI (STUDI KASUS PADA DEBITUR BANK SYARI'AH MANDIRI KOTA PALEMBANG)**

Penulisan skripsi ini dibagi dalam lima bab, terdiri dari Bab I Pendahuluan, Bab II Tinjauan Pustaka, Bab III Gambaran Umum Perusahaan, Bab IV Analisis dan Pembahasan, dan Bab V Kesimpulan dan Saran.

Jenis data yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.(i) Data Primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari objeknya. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan bersumber dari hasil observasi, wawancara dan kuesioner yang kemudian diolah penulis untuk dijadikan bahan penganalisaan dari pokok permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya.(ii) Data Sekunder adalah jenis data yang diperoleh melalui hasil pengolahan pihak kedua dari hasil penelitian lapangannya, baik berupa data kualitatif maupun data kuantitatif.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah dari semua dimensi *diferensiasi* produk yang diteliti seperti keistimewaan, kualitas kinerja dan kualitas kesesuaian, ternyata hanya dimensi *diferensiasi* kualitas kesesuaian yang lebih disukai nasabah dan mempunyai angka signifikansi di bawah 0,05 sehingga variabel tersebut berpengaruh secara statistik untuk memprediksi terhadap keputusan konsumen.

Penulis berharap kiranya skripsi ini dapat memberikan kontribusi bagi perbaikan manajemen perusahaan dan bahan masukan akademisi bagi penelitian manajemen pemasaran.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kelemahan, kekurangan serta jauh dari sempurna dalam penyajiannya. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan tanggapan untuk perbaikan dimasa yang akan datang.

Penulis,

Gianda Tiffani

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis telah banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak berupa moril, materil, bimbingan maupun petunjuk yang sangat berguna. Oleh karena itu penulis merasa berkewajiban untuk menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Badia Parizade, MBA selaku Rektor Universitas Sriwijaya
2. Bapak Dr. Syamsurijal, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Drs. Yuliansyah M. Diah selaku Ketua Jurusan Manajemen.
4. Bapak Drs. Kosasih M. Zen selaku Sekretaris Jurusan Manajemen.
5. Bapak Dr. H. A. H. Puspowersito, MBA selaku Ketua Pembimbing Skripsi, yang telah mencurahkan pikiran serta meluangkan waktu dalam memberikan petunjuk dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak Dra. Hj. Rusmiati selaku Anggota Pembimbing Skripsi, yang telah mencurahkan tenaga dan pikiran serta meluangkan waktu dalam memberikan petunjuk dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
7. Ibu Drs. Dian Eka, MM selaku Penasehat Akademik.
8. Bapak M. Welly Nailis, SE, MM terima kasih ajaran SPSS-nya dan telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Semua Bapak/Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis mengikuti kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
10. Staf pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
11. Kedua orang tuaku tercinta Ayahnda "*H. Affandi Udji, SE*" dan Ibunda "*Hj. R.A. Nurlina*", saudara- saudaraku *Hj. Vina Regina (Alm)*, *H. M. Akbar Alfaro* , dan *Hj. Dea Alfira* serta keluarga yang selalu menyertai perkembangan dan kedewasaanku terima kasih untuk seluruh kasih sayang, do'a, materil, fasilitas dan dukungan yang sangat berarti bagi hidupku.
12. Untuk teman-teman terbaik-ku "*Agus Hariyanto*", "*Dewi*". Semoga kita selalu bersama dalam suka maupun duka dan semoga persahabatan kita tetap terjalin sampai akhir hayat dan semoga kita menjadi orang-orang yang berhasil dan sukses dalam menjalani kehidupan Amiin
13. Untuk teman-teman manajemen angkatan 2004, untuk Tini dan Indah terima kasih untuk semangatnya semoga kita menjadi orang yang sukses dan berhasil dan semoga persahabatan kita tetap terjalin.
14. Untuk "*Kak Haris*", terima kasih yang telah memberi *support*, menjadi teman berbagi suka maupun duka, berbagi waktu selama ini, "*I Love You*" dan tentunya semakin sayang aku juga.

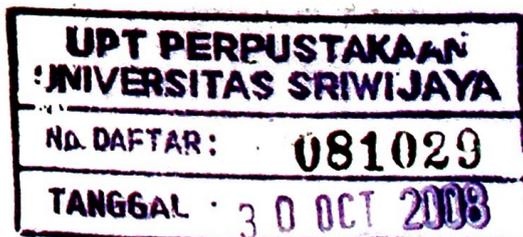
Akhir kata, penulis mengharapkan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi kita semua. Amiin.

Inderalaya, Juli 2008

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
SURAT PERNYATAAN SKRIPSI	i
HALAMAN JUDUL SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN FINAL DRAFT SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAKSI.....	xiv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7



BAB II LANDASAN TEORI

2.1	Diferensiasi Produk	8
2.1.1	Pengertian Diferensiasi	8
2.1.2	Basis Diferensiasi	10
2.2	Pengambilan Keputusan.....	13
2.2.1	Konsep Perilaku Konsumen	16
2.2.2	Konsep Perilaku Keputusan Membeli.....	17
2.2.3	Model Perilaku Pembeli	18
2.2.4	Perilaku Konsumen dalam Membeli	19
2.2.5	Keputusan Konsumen Untuk Membeli	21
2.3	Kerangka konseptual.....	22
2.4	Penelitian Terdahulu.....	23
2.5	Metodologi Penelitian.....	23
2.5.1	Rancangan Penelitian.....	23
2.5.2	Populasi dan sampel.....	24
2.5.3	Variabel Penelitian.....	25
2.5.3.1	Identifikasi Variabel.....	25
2.5.3.2	Batasan Operasional Variabel.....	25
2.5.3.2.1	Variabel Bebas	26
2.5.3.2.2	Variabel Terikat.....	27
2.5.3.3	Pengukuran Variabel Penelitian	27
2.5.3.4	Intsrumen Penelitian.....	28
2.5.3.5	Jenis Data.....	28
2.5.3.6	Metode Pengumpulan Data.....	29

2.5.3.7 Analisa Data.....	29
---------------------------	----

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	31
3.2 Visi dan Misi.....	34
3.2.1 Visi.....	34
3.2.2 Misi.....	34
3.3 Prinsip Bank Syari'ah Mandiri	35
3.4 Sistem Bank Syari'ah.....	36
3.5 Struktur Organisasi.....	39
3.5.1 Dewan Komisaris.....	40
3.5.2 Dewan Pengawas.....	40
3.5.3 Budaya Perusahaan.....	42
3.6 Produk dan Jasa.....	43
3.6.1 Produk Syari'ah Mandiri.....	43
3.6.1.1 Pendanaan.....	43
3.6.1.2 Pembiayaan.....	45
3.7 Jaringan Perusahaan.....	47
3.8 Sumber Daya Insani.....	49
3.8.1 Pendidikan dan Pelatihan.....	49
3.8.2 Karir.....	50
3.8.3 Penawaran Pelatihan.....	51
3.9 Program Bank Syari'ah Mandiri.....	51
3.10 Penghargaan.....	54

BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Akurasi Data.....	60
4.1.1 Uji Validitas.....	60
4.1.2 Uji Reabilitas.....	62
4.1.3 Uji Normalitas.....	62
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	64
4.2.1 Analisis Deskriptif Non Variabel.....	64
4.2.1.1 Karakteristik Responden.....	64
4.2.1.1.1 Frekuensi Jenis Kelamin.....	64
4.2.1.1.2 Frekuensi Usia Responden.....	65
4.2.1.1.3 Frekuensi Pendidikan Terakhir Responden.....	66
4.2.1.1.4 Frekuensi Yang Mempengaruhi Responden.....	66
4.2.1.1.5 Frekuensi Pertimbangan Responden.....	67
4.3 Analisis Tabulasi Silang.....	68
4.3.1 Analisis Tabulasi Silang antara Jenis kelamin Responden dengan Usia Responden.....	69
4.3.2 Analisis Tabulasi Silang antara Jenis kelamin Responden dengan Pendidikan.....	69
4.3.3 Analisis Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin Responden dengan pertimbangan.....	69
4.3.4 Analisis Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin Responden dengan yang Mempengaruhi.....	70
4.4 Analisis Deskriptif Variabel Utama.....	71
4.4.1 Analisis Deskriptif Variabel Independen.....	71

4.4.1.1 Dimensi Diferensiasi Keistimewaan.....	71
4.4.1.2 Dimensi Diferensiasi Kualitas Kinerja.....	74
4.4.1.3 Dmensi Diferensiasi Kualitas Kesesuaian.....	77
4.4.2 Analisis Deskriptif Variabel Dependen.....	80
4.5 Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk Tabungan Terhadap Keputusan Konsumen.....	83
4.5.1 Analisis Regresi Dengan Menggunakan Metode Backward.....	83
4.5.1.1 Analisis Korelasi dan Diterminasi.....	83
4.5.1.2 Hasil Uji F.....	84
4.5.1.3 Koefisien Regresi Berganda.....	85
4.5.2 Korelasi antara Diferensiasi Produk dengan Keputusan.....	86
4.6 Perbandingan dengan Hasil Penelitian Terdahulu.....	88

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran.....	90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Jaringan Kantor Bank Syari'ah.....	4
3.1 Jaringan Bank Syari'ah Mandiri.....	48
3.1.1 Penghargaan Bank Syari'ah Mandiri.....	54
4.1.1 Hasil Uji Validitas Variabel Utama.....	61
4.1.3 Hasil Uji Normalitas Variabel Utama.....	63
4.2.1.1.1 Frekuensi Jenis Kelamin.....	64
4.2.1.1.2 Frekuensi Usia Responden	65
4.2.1.1.3 Pendidikan Terakhir Responden	66
4.2.1.1.4 Frekuensi Yang Mempengaruhi Responden.....	66
4.2.1.1.5 Frekuensi Pertimbangan Responden.....	67
4.3.1 Analisis Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin Responden dengan Usia Responden	68
4.3.2 Analisis Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin Responden dengan Pendidikan Terakhir	69
4.3.3 Analisis Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin Responden dengan Pertimbangan.....	69
4.3.4 Analisis Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin Responden dengan Yang Mempengaruhi.....	70
4.4.1.1 Dimensi Kesesuaian.....	71
4.4.1.2 Dimensi Kualitas Kinerja.....	74
4.4.1.3 Dimensi diferensiasi Kualitas Kesesuaian.....	77
4.4.2 Analisis Deskriptif Variabel Dependen.....	80
4.5.1.1 Koefisien Korelasi dan Determinasi.....	83
4.5.1.2 Hasil Uji F (F Test).....	84
4.5.1.3 Koefisien Regresi Berganda.....	85
4.5.3 Analisis Korelasi antara Elemen diferensiasi Produk Tabungan Terhadap Keputusan Konsumen.....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1	Proses Pembelian Model 5 Tahap.....14
2.2	Model Perilaku Pembeli.....18
2.3	Jenis Perilaku Pembelian Konsumen.....19
2.4	Kerangka konseptual penelitian.....22
3.1	Struktur Organisasi39
3.2	Dewan Komisaris.....40
3.3	Dewan Pengawas.....41
3.4	Program Bank Syariah Mandiri.....52
3.5	Bank Syari'ah Mandiri Didik Umat.....53
3.6	Bank Syari'ah Mandiri Simpati Umat.....54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Output SPSS

Lampiran Kuisisioner

**ANALISIS PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TABUNGAN
BERENCANA SYARI'AH MANDIRI TERHADAP KEPUTUSAN DEBITUR
DALAM MEMILIH TABUNGAN BERENCANA SYARI'AH MANDIRI
(STUDI KASUS PADA DEBITUR BANK SYARI'AH MANDIRI KOTA PALEMBANG)**

ABSTRAKSI

Diferensiasi merupakan bagian dari strategi pemasaran yang akan mendukung aktivitas perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan, membangun kepercayaan konsumen, dan meningkatkan *loyalitas* pelanggan terhadap suatu merek produk.

Tujuan dari penelitian ini yaitu (1) Untuk mengetahui pengaruh Tabungan Berencana Syari'ah Mandiri terhadap keputusan debitur dalam memilih Tabungan Berencana Syari'ah Mandiri Kota Palembang, (2) Untuk mengetahui variabel apa saja yang dominan mempengaruhi keputusan debitur dalam memilih Tabungan Berencana Syari'ah Mandiri Kota Palembang.

Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Selain itu, data dokumenter yang diperoleh dari majalah, brosur, surat kabar, dan internet juga digunakan dalam penelitian ini.

Jenis data untuk penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer bersumber dari hasil observasi, wawancara, dan kuesioner. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui data hasil pengolahan pihak kedua.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya diferensiasi kualitas kesesuaian yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen.

Kata kunci : *Diferensiasi* produk dan keputusan konsumen/nasabah

**Analyzing the Influence of Product Differentiation of Tabungan Berencana
Syari'ah Mandiri toward Customer Decison to Choice
Tabungan Berencana Syari'ah Mandiri
(Case Study of Customer Syari'ah Mandiri Palembang Bank)**

ABSTRACT

Differentiation is a part of marketing strategy which will support the firm's activities in increasing sales volume, building consumer's trust, and enhancing customer's loyalty toward brand of a product.

The objectives of this research are (1) to know the confused Syari'ah Mandiri saving for customer decision in choosing Syari'ah Mandiri saving in the Palembang city, (2) to know what the variable have dominan confused customer decision Syari'ah Mandiri saving in the Palembang city.

The main instrument which is used for this research is questionnaire. Besides, documentary data which are obtained from magazine, brochure, news paper, and internet are also used for this research.

Data which are utilized for this research are primary data and secondary data. Primary data are obtained through observational result, interview, and questionnaire. On the other hand, secondary data are obtained from data which are processed by second parties.

Research findings show that differentiation in accord comformance quality is statistically significant. It reveals that all independent variables have influence toward customer decison.

Key words : Product differentiation and customer decison

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Banyak pakar ekonomi mengatakan bahwa krisis ekonomi yang melanda Bangsa Indonesia tahun 1998 yang lalu telah membuat kondisi perekonomian negara terpuruk. Betapa tidak, hampir semua sektor-sektor perekonomian mengalami “kelumpuhan”. Implikasi dari hal tersebut adalah ditandai dengan adanya penurunan pertumbuhan perekonomian nasional sebesar 13,2 %, sementara itu kenaikan harga melonjak sangat tinggi hingga mencapai 77,6% (Amin, 2003).

Di sisi lain, angka pengangguran meningkat tajam sebagai akibat dari semakin banyaknya perusahaan yang mengurangi ataupun menghentikan produksinya. Hal tersebut sesuai dengan teori *Kurva Philip* yang mengilustrasikan tentang *trade off* antara inflasi dan pengangguran yang menyatakan bahwa jika pengangguran nol (jumlah orang yang bekerja banyak) maka pada akhirnya akan terjadi inflasi (jumlah uang yang beredar di masyarakat sangat banyak) dan selanjutnya akan mengakibatkan turunnya mata uang serta pengurangan tenaga kerja besar-besaran (PHK) untuk menekan biaya produksi, seperti apa yang pernah dialami oleh bangsa Indonesia. Bahkan, dampak dari krisis moneter yang telah terjadi sepuluh tahun silam masih kita rasakan hingga saat ini. Walaupun pemerintah telah mengeluarkan kebijakan-kebijakan dalam rangka *restrukturisasi* perekonomian nasional seperti *rekapitalisasi* dan *merger* untuk membenahi

sektor perbankan namun hal tersebut tidak terlalu banyak mengubah kondisi perekonomian negara.

Kita sudah berada di pertengahan Tahun 2008. Sementara kondisi ekonomi bangsa masih belum bangkit dari krisisnya. Hampir 10 tahun semenjak krisis moneter, Indonesia belum bisa memberikan kesejahteraan untuk rakyatnya secara baik. Memang ada beberapa pencapaian di beberapa bidang kehidupan, namun belum mampu mendorong terjadinya perbaikan kesejahteraan rakyat secara signifikan. Perbaikan makroekonomi memang terjadi, namun umumnya hanya menyenangkan beberapa kelompok saja, meskipun diakui kondisi makroekonomi yang membaik mendukung upaya pemerintah menata ekonomi.

Salah satu kegiatan usaha yang paling dominan dan sangat dibutuhkan keberadaannya didunia ekonomi dewasa ini adalah kegiatan usaha lembaga keuangan perbankan secara umum dan lembaga keuangan syariah secara khusus, oleh karena fungsinya sebagai lembaga intermediasi yang sangat berperan demi menunjang pertumbuhan ekonomi suatu bangsa dan selain itu peranan perbankan syariah sebagai penunjang dari keputusan bisnis yang merupakan kebutuhan dari masyarakat untuk melakukan suatu aktivitas perekonomian.

Dilihat perkembangan perbankan khususnya Bank Syari'ah di Indonesia mulai tahun 1992 berdiri Bank Muamalat Indonesia (BMI). Kemudian lahir suatu UU No 7 Tahun 1992 tentang perbankan lalu mengalami perubahan sehingga keluar UU No 10 Tahun 1998. Dengan perkembangan tersebut BI mengakui keberadaan bank syariah dan bank konvensional dalam suatu sistem yang disebut dengan *dual banking system*.¹ Hal ini merupakan realisasi atas kebutuhan

¹ Dikutip dari makalah Pelatihan Dasar Perbankan Syari'ah, Jatiluhur 7 Desember 2004 Direktorat Perbankan Syari'ah.

masyarakat akan sistem perbankan alternatif yang dapat memberikan layanan perbankan yang aman dan sesuai dengan peraturan syariah dimana masyarakat Indonesia yang mayoritas penduduknya muslim.

Hal inilah yang menjadi peluang bagi perbankan syariah untuk lebih berkembang dengan jumlah pangsa pasar yang besar. Selama tahun 2006 industri perbankan syariah mengalami peningkatan volume usaha yang cukup besar yakni sebesar Rp.4,66 triliun sehingga pada akhir periode laporan mencapai Rp.25.54 triliun. Peningkatan tersebut mampu meningkatkan pangsa total aset perbankan syariah di dalam industri perbankan nasional dari 1.42% pada akhir tahun 2005 menjadi 1.59% pada akhir 2006. Di sisi penghimpunan dana pihak ketiga (DPK) juga menunjukkan peningkatan sebesar Rp 2.77 triliun menjadi Rp19,35 triliun sehingga mengangkat pangsa DPK perbankan syariah menjadi sebesar 1.49% dari total DPK perbankan nasional.

Tabel 1.1 Jaringan Kantor Bank Syari'ah

Kelompok Bank	2002	2003	2004	2005	2006
Bank Umum Syariah	2	2	3	3	3
Unit Usaha Syariah	6	8	15	19	19
BPRS	83	84	86	92	105
Jumlah Kantor BUS & UUS	127	299	401	504	561
Jumlah Layanan Syariah	-	-	-	-	437

Sumber : Bank Indonesia, Nov 2006

Menurut data Direktorat Perbankan Syari'ah Bank Indonesia sampai dengan November 2006, pemain dalam industri perbankan syari'ah terdiri dari tiga Bank Umum Syari'ah, dan 19 Unit Usaha Syari'ah serta 105 Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah. Bank Indonesia memprediksi bahwa pada akhir 2007, pangsa pasar perbankan syari'ah terhadap total perbankan nasional mencapai 1.97%².

²Bank Indonesia, Laporan Perkembangan Bank Syari'ah

Mungkinkah target akselerasi 5,25 %, seperti tercantum dalam outlook pengembangan perbankan syariah 2007-2008 dari Bank Indonesia dapat tercapai pada akhir tahun 2008.

Berdasarkan riset Karim *Business Consulting* diproyeksikan tahun 2005 menjadi tahun terakhir pertumbuhan perbankan syariah secara anorganik. Setelah tahun itu, pertumbuhan bank syariah mulai mengarah pada pertumbuhan organik yakni memperbesar aset dan jaringan. Hal ini berarti perbankan syariah harus mulai mereview fokus pasarnya. Jika sebelum tahun 2005, pasar perbankan syariah terfokus pada pasar emosional (*emotional market*), maka pasca tahun 2005 perbankan syariah harus mulai menyiapkan strategi pemasaran untuk merebut pangsa pasar rasional (*rational market*). Paling tidak perbankan syariah harus menjadikan *emotional market* sebagai basis pasar utama, dengan terus memperkokoh posisinya di *emotional market* dengan memperkuat “warna Islam”.

Ketatnya kompetisi pasar perbankan syariah menuntut bank syariah harus merumuskan strategi manajemen yang kompetitif. Strategi manajemen berkenaan dengan pengoptimalan pengelolaan semua fungsi manajemen perusahaan. Fungsi manajemen diantaranya fungsi operasional, keuangan, pemasaran, dan sumber daya manusia (SDM).

Ditengah persaingan bisnis perbankan yang semakin ketat, yang perlu dipikirkan oleh lembaga perbankan tersebut adalah bagaimana memenangkan persaingan. Salah satu strateginya adalah dengan mendiferensiasikan produk dan jasanya serta menghindari persaingan langsung.

Salah satu produk perbankan yang menjadi primadona dikalangan debitur adalah tabungan berencana yang merupakan salah satu bentuk investasi dengan

keuntungan berupa tabungan yang dilandasi dengan perlindungan asuransi sehingga memberikan alternatif lain dari pada tabungan biasa. Keuntungan ini dapat dinikmati debitur selama masa berlaku tabungan berencana tersebut telah jatuh tempo. Apabila tabungan berencana tersebut akan dicairkan oleh nasabah sebelum jatuh tempo maka nasabah tersebut akan dikenakan biaya penalty. Sedangkan tabungan umum adalah simpanan pihak ke III di Bank yang dapat dicairkan sewaktu-waktu sesuai dengan perjanjian dan ketentuan yang bersangkutan.

Bank Syari'ah Mandiri sebagai salah satu Bank Devisa di Indonesia yang berdiri pada tahun 1999 yang juga termasuk salah satu dari tiga Bank Umum Syari'ah ini juga mulai melancarkan strategi-strategi pemasarannya untuk membangun kepercayaan calon debiturnya. Salah satu strategi yang dilancarkan adalah mendiferensiasi produk tabungannya baik dalam kualitas kesesuaian (*Conformance Quality*), keistimewaan (*Features*) maupun kualitas kinerja (*Performance Quality*) dengan meluncurkan produk tabungan dengan perlindungan asuransi yang diberi nama Tabungan Berencana Mandiri. Tabungan Berencana Mandiri merupakan tabungan dengan asuransi yang dapat dipilih oleh nasabah sesuai dengan kebutuhan keuangan dimasa depan dan dapat baik nomina maupun jangka waktunya (*On Line*). Keunggulan-keunggulan dari tabungan berencana antara lain :

1. Penabung dilindungi dengan asuransi jiwa
2. Nisbah bagi hasil dengan pola berjenjang
3. Bebas biaya premi asuransi

4. Setoran bulanan bersifat pilihan bagi nasabah dengan jumlah minimum sebesar Rp. 100.000,-
5. Maksimum manfaat asuransi Rp. 200.000.000,-

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian pada produk tabungan berencana syari'ah mandiri dengan judul : **ANALISIS PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TABUNGAN BERENCANA SYARI'AH MANDIRI TERHADAP KEPUTUSAN DEBITUR DALAM MEMILIH TABUNGAN BERENCANA SYARI'AH MANDIRI (STUDI KASUS PADA DEBITUR BANK SYARI'AH MANDIRI KOTA PALEMBANG)**

1.2. Rumusan Masalah

Diferensiasi berarti bahwa suatu produk atau jasa memiliki tidak saja keberbedaan dengan produk atau jasa yang sudah ada, melainkan juga merupakan titik keunggulan dibandingkan yang lainnya itu. Tetapi, *diferensiasi* tidak berarti 'asal berbeda', sehingga kalau sudah berbeda berarti pasti memiliki titik keunggulan yang dimaksud. Dipercayai bahwa *diferensiasi* dapat menyebabkan konsekuensi tersendiri, baik itu berupa harga, kepercayaan konsumen, peningkatan penjualan, dan *loyalitas* atau, bahkan, *fanatisme* konsumen, khususnya para pelanggan. *Diferensiasi* juga dapat mendorong perlakuan dan penanganan yang berbeda, yang dianggap sesuai dengan nilai yang dimilikinya.

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah :

“Bagaimana pengaruh antara diferensiasi produk Tabungan Berencana Syari’ah Mandiri terhadap keputusan debitur dalam memilih Tabungan Berencana Syari’ah Mandiri kota Palembang?”

1.3. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Tabungan Berencana Syari’ah Mandiri terhadap keputusan debitur dalam memilih Tabungan Berencana Syari’ah Mandiri Kota Palembang.
2. Untuk mengetahui variabel apa saja yang dominan mempengaruhi keputusan debitur dalam memilih Tabungan Berencana Syari’ah Mandiri Kota Palembang.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Dapat menjadi bahan pertimbangan pimpinan Bank Syari’ah Mandiri dalam menciptakan produknya.
2. Dapat menjadi salah satu literatur bagi pihak lain untuk melakukan penelitian sejenis.
3. Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan penulis serta dapat membandingkan antara teori-teori yang diterima selama kuliah dengan praktek yang ada di dunia usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- American Marketing Association Board Approver New marketing Definition, 1988, Marketing News.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., Miniard, P. W. 1993. *Consumer Behavior*. 6th edition. Orlando, Florida: The Dryden Press.
- Irawan : Faried Wijaya ; M.N. Susjoni. 1999. *Pemasaran Prinsip dan Kasus*. Edisi Kedua, Yogyakarta. Penerbit BPFE Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. 9th edition, New Jersey Prentice Hall International, Inc.
- Maholtra, Nareşh K. 1996. *Marketing Research*. 2nd edition. Georgia : Prentice Hall International. Inc.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 1998. *Perilaku Konsumen*. PT. Eresco. Bandung.
- Purwadi, Budi. 2000. *Riset Pemasaran Implementasi Dalam Bauran Pemasaran*. Cetakan pertama. Jakarta. PT. Grasindo.
- Rangkuti, Freddy. 1999. *Riset Pemasaran*. Cetakan Ketiga. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Santoso, Singgih. 2000. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Cetakan Pertama Jakarta. PT. Elex Media Komputindo Jakarta.
- Santoso, Singgih dan Fandy Tjiptono. 2001. *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Cetakan Pertama Jakarta. Penerbit PT. Elex Media Komputindo Jakarta.
- Schiffman, Leon G dan Kanuk, Leslie Lazar. 1997. *Consumer Behavior*. 6th edition. New York : Prentice Hall International. Inc.
- Umar, Husein. 1999. *Metodologi Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran*. Cetakan Kedua. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Walker, Boyd, Larrech. 1999. *Marketing Strategy*. 3rd edition. Singapore : McGraw-Hill Book, Co.