

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang masalah

Perbankan merupakan lembaga perantara keuangan yang memegang peranan penting dalam proses pembangunan perekonomian negara bersangkutan. Aktivitas yang dilakukan oleh perbankan tidak lepas dari bidang keuangan. Selain sebagai penghimpun dana masyarakat lembaga keuangan perbankan ini juga menyalurkan dana kepada masyarakat.

Menurut Undang-undang RI Nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah “Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit (pembiayaan) dan bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”.<sup>1</sup>

Jenis bank sendiri jika dilihat dari segi atau caranya dalam menentukan harga baik harga jual maupun harga beli terbagi dalam 2 kelompok :

---

<sup>1</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), cet ke-7, h. 25.

- a. Bank yang berdasarkan prinsip konvensional
- b. Bank yang berdasarkan prinsip syariah

Bank syariah di Indonesia berkembang dengan pesat sejak terjadinya krisis ekonomi di tahun 1997-1998. Sistem yang dikembangkan oleh bank syariah dengan sistem perbankan ganda dalam kerangka Arsitektur Perbankan Indonesia (API) atau kerangka *dual-banking system*. Dengan sistem ini perbankan akan melayani dan menghadirkan berbagai alternatif produk perbankan kepada masyarakat yang semakin variatif dan lengkap.

Kemudian dalam aktivitas perbankan yang pertama adalah penghimpunan dana dari masyarakat luas yang dikenal dengan istilah *funding*. Pengertian penghimpunan dana maksudnya adalah mengumpulkan atau menghimpun dana dari masyarakat luas. Penghimpunan dana dari masyarakat ini dilakukan oleh bank dengan cara memasang berbagai strategi agar masyarakat mau menanamkan dananya dalam bentuk simpanan.

Bentuk simpanan yang dapat dipilih oleh masyarakat seperti giro, tabungan, sertifikat deposito dan deposito berjangka. Agar masyarakat mau menyimpan uangnya di bank, maka pihak perbankan memberikan

motivasi dan kepercayaan sehingga masyarakat berminat untuk menambahkannya.<sup>2</sup>

Menurut Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 pasal 1 angka 21 yang mengatur perbankan syariah memberikan rumusan pengertian tabungan yaitu: “Tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadiah* atau investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/ atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Menurut Kasmir, Giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet cek, sarana perintah lainnya atau dengan pemindah bukuan.<sup>3</sup>

Secara umum yang dimaksud dengan giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek atau bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau pemindahbukuan. Dewan Syariah Nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa giro yang dibenarkan syariah adalah giro berdasarkan dua prinsip yaitu:

---

<sup>2</sup>Muh. Zuhri, *Riba Dalam Al-Qur'an dan Masalah Perbankan*, (Jakarta: PT Raja grafindo Persada),h. 160.

<sup>3</sup>Kasmir, *loc.cit.*, h. 50

1. *Wadiah*, transaksi penitipan dana atau barang dari pemilik kepada penyimpan dana atau barang dengan kewajiban bagi pihak yang menyimpan untuk mengembalikan dana atau barang titipan sewaktu-waktu. *Wadiah* terdiri dari dua jenis, yaitu: *wadiah yad al amanah* dan *Wadiah yad al Dhamanah*<sup>4</sup>. Dalam tradisi fiqih islam, prinsip titipan atau simpanan dikenal dengan prinsip al-wadi'ah. Al-wadi'ah dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak yang lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki.<sup>5</sup>
2. *Mudharabah*, transaksi penanaman dana dari pemilik dana (*shahibul maal*) kepada pengelola dana (*mudharib*) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu yang sesuai syariah, dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya. *Mudharabah* berasal dari kata *dharb*, berarti memukul atau berjalan. Pengertian memukul atau berjalan ini lebih tepatnya adalah proses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usahanya.<sup>6</sup>  
Secara teknis, al-*mudharabah* adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak di mana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan

---

<sup>4</sup>Ali Zainuddin, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), cet ke-1, h. 25.

<sup>5</sup>Syafi'I, Antonio, Muhammad. *Bank syariah Dari Teori Ke praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 85.

<sup>6</sup>Op.cit. h. 26.

usaha secara *mudharabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian pengelola. Seandainya kerugian itu diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian si pengelola, si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.

Secara umum, *mudharabah* terbagi menjadi dua jenis: *mudharabah muthalaqah* dan *mudharabah muqayyadah*.

a. *Mudharabah Muthalaqah*

Yang dimaksud dengan transaksi *mudhrabah muthalaqah* adalah bentuk kerja sama antara *shahibul maal* dan *mudharib* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis.

b. *Mudharabah Muqayyadah*

*Mudharabah Muqayyadah* atau disebut dengan istilah *restricted mudharabah/specified mudharabah* adalah kebalikan dari *mudharabah muthalaqah*. Si *mudharib* dibatasi dengan batasan jenis usaha, waktu, atau tempat usaha.<sup>7</sup>

Hal tersebut dapat dijelaskan dalam hadist Nabi riwayat al-Thabrani sebagai berikut:

---

<sup>7</sup>Op.cit. h. 95-97.

رَوَى ابْنُ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَنَّهُ قَالَ: كَانَ سَيِّدُنَا الْعَبَّاسُ بْنُ عَبْدِ الْمُطَّلِبِ إِذَا رَفَعَ الْمَالَ مُضَارَبَةً اشْتَرَطَ عَلَى صَاحِبِهِ أَنْ لَا يُمْلِكُ بِهِ بَحْرًا وَلَا يُنْزِلُ بِهِ وَادِيًّا وَلَا يَشْتَرِي بِهِ دَابَّةً ذَاتَ كَبِدٍ رَطْبَةٍ فَإِنْ فَعَلَ ذَلِكَ ضَمَّنَ فَبَلَغَ شُرْطُهُ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَأَجَازَهُ

*Artinya: "Abbas bin Abdul Muthallib jika menyerahkan harta sebagai mudharabah, ia mensyaratkan kepada mudharib-nya agar tidak mengarungi lautan dan tidak menuruni lembah, serta tidak membeli hewan ternak. Jika persyaratan itu dilanggar, ia (mudharib) harus menanggung resikonya. Ketika persyaratan yang ditetapkan Abbas itu didengar Rasulullah, beliau membenarkannya" (HR. Thabrani dari Ibnu Abbas).<sup>8</sup>*

Pada hadist di atas, jika memberikan dana ke mitra usahanya secara *mudharabah* ia mensyaratkan agar dananya tidak dibawa mengarungi lautan menjalani lembah yang berbahaya atau membeli ternak. Jika menyalahi aturan tersebut, yang bersangkutan bertanggung jawab atas dana tersebut, disampaikanlah syarat tersebut kepada Rasulullah, beliau membolehkan.<sup>9</sup> Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pihak yang bersangkutan tidak boleh menggunakan dananya ke arah yang dapat menimbulkan resiko terhadap dananya tersebut.

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperbolehkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan

<sup>8</sup> Ahmad Asy-Syarbasyi, Kitab Al-Mu'jam Al-Iqtisad Al-Islam. (Beirut: Dari Alami Kutub, 1987).

<sup>9</sup> Ali Zainuddin, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), cet ke-1, h. 25-26.

melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain. Dalam konteks bisnis yang lebih sempit, pemasaran mencakup menciptakan hubungan pertukaran muatan nilai dengan pelanggan yang menguntungkan. Karena itu, kita mendefinisikan (*marketing*) sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan.<sup>10</sup>

Sebuah perusahaan ketika ingin memasarkan sebuah produk, maka akan menggunakan strategi pemasaran. Strategi pemasaran (*marketing strategy*) adalah logika pemasaran di mana perusahaan berharap untuk menciptakan nilai pelanggan dan mencapai hubungan yang menguntungkan. Perusahaan memutuskan pelanggan mana yang akan dilayaninya (segmentasi dan penetapan target) dan bagaimana cara perusahaan melayaninya (*diferensiasi* dan *positioning*). Perusahaan mengenali keseluruhan pasar, lalu membaginya menjadi segmen-segmen yang lebih kecil, memilih segmen yang paling menjanjikan, dan memusatkan perhatian pada pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam segmen ini.

Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran teknis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon

---

<sup>10</sup> Kotler philip, Asmstrong Gary, *Prinsip-Prinsip pemasaran Edisi ke-12*,(Jakarta: Erlangga,2008), h. 6.

yang inginkannya di pasar sasaran. Dipandu oleh strategi pemasaran, perusahaan merancang bauran pemasaran terdiri dari beberapa faktor kendalinya yakni, produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*) yang dikenal dengan 4P. untuk menemukan strategi dan bauran pemasaran terbaik, perusahaan melibatkan analisis, perencanaan, implementasi, dan kendali pemasaran. Melalui kegiatan-kegiatan ini, perusahaan melihat dan menerapkannya pada pelaku dan memasukannya dalam lingkungan pemasaran.<sup>11</sup>

Bank Muamalat Cabang Banjarmasin adalah salah satu bank yang pertama murni berbasis syariah. Seiring dengan pertumbuhan perbankan syariah di Banjarmasin, Bank Muamalat Cabang Banjarmasin menawarkan beberapa produk tabungan dan giro kepada masyarakat.<sup>12</sup>

Informasi mengenai karakteristik dan perilaku nasabah sangat diperlukan Bank Muamalat Cabang Banjarmasin yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap perkembangan Bank Muamalat Cabang Banjarmasin itu sendiri.

Karakter diartikan sebagai perilaku. Dalam hal ini perilaku nasabah yang tidak dapat secara langsung dikendalikan oleh perusahaan perlu dicari informasinya semaksimal mungkin. Perilaku konsumen didefinisikan sebagai suatu tindakan yang langsung dapat mendapatkan,

---

<sup>11</sup>*Ibid.*, h. 62.

<sup>12</sup>Kusama Indra Dian, Corporate Funding Officer Area Kalimantan, Wawancara Pribadi, Banjarmasin 25 desember 2014.

mengonsumsi serta menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului keputusan tersebut.

Karakteristik adalah ciri-ciri khusus yang harus dimiliki oleh seseorang. Karakteristik nasabah adalah ciri-ciri khusus yang dimiliki seseorang nasabah yang membedakannya dengan nasabah lain.

Sama halnya dengan produk dan jasa yang dituntut untuk terus diperbaharui, mengenai karakteristik nasabah juga mempunyai peranan yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu Bank Syariah. Bank Muamalat Cabang Banjarmasin harus menyesuaikan alokasi sumber dayanya dan taktik-taktik manajemennya untuk menarik nasabah dengan karakteristik-karakteristik yang berbeda tersebut. Selain itu, Bank Muamalat Cabang Banjarmasin perlu menentukan bagaimana strategi yang tepat untuk setiap karakteristik nasabah sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan Bank Muamalat Cabang Banjarmasin ke tingkat yang lebih baik.

Karakteristik nasabah yang dimaksud di sini dilihat dari segi jenis kelamin, tingkat pendidikan, tingkat penghasilan, suku, agama, jenis keperluan perorangan maupun badan usaha dan lama kepemilikan rekening yang dimilikinya. Daerah jangkauan nasabah juga dapat termasuk dalam karakteristik nasabah seperti Kecamatan, Kabupaten dan Propinsi. Selain itu, karakteristik nasabah juga dapat dilihat dari segi alasan mereka

memilih Bank Muamalat Cabang Banjarmasin yang berbasis syariah sebagai tempat transaksinya.

Ada tiga ciri atau karakter nasabah Bank Syariah di Indonesia, yaitu:

1. Nasabah Emosional

Nasabah yang mempunyai karakteristik emosional, adalah nasabah yang hanya melihat cara atau sistemnya tanpa memperdulikan keuntungan finansial. Mereka mengerjakan atau memanfaatkan sesuatu selalu dilandasi dengan keyakinan penuh.

2. Nasabah Rasional

Nasabah rasional memilih suatu bank atau produk syariah tidak cukup dengan keyakinan sesuai dengan agama. Mereka menggunakan produk dan jasa perbankan syariah lebih diutamakan alasan-alasan yang dapat memenuhi kebutuhan mereka dalam bertransaksi dengan kata lain tipe nasabah ini lebih mementingkan keuntungan finansial terlebih dahulu dibandingkan keuntungan emosional.

3. Nasabah Tradisional

Tipe nasabah tradisionalis dalam menjalankan kehidupannya berdasarkan tradisi yang mereka dapatkan dari keluarga atau lingkungannya. Mereka menggunakan nilai-nilai agama dalam kehidupannya sebatas apa yang telah mereka terima secara turun temurun. Dalam transaksi perbankan mereka menggunakan dan

melakukan sesuai dengan tradisi yang ada. Mereka menggunakan bank syariah, jika panutan mereka juga menggunakan dan mengajarkan mereka untuk memanfaatkan produk-produk syariah tersebut.

Karakteristik nasabah giro ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi yaitu:

a) Pengaruh Kebudayaan

Merupakan faktor yang paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang, faktor ini dipengaruhi oleh kelompok, keagamaan, rasionalisme, ras dan letak geografis.

b) Kelas Sosial

Ada 4 hal yang mendasar dalam kalangan masyarakat:kekayaan, kekuasaan, kehormatan, tingkat penguasaan ilmu pengetahuan

c) Kelompok Referensi

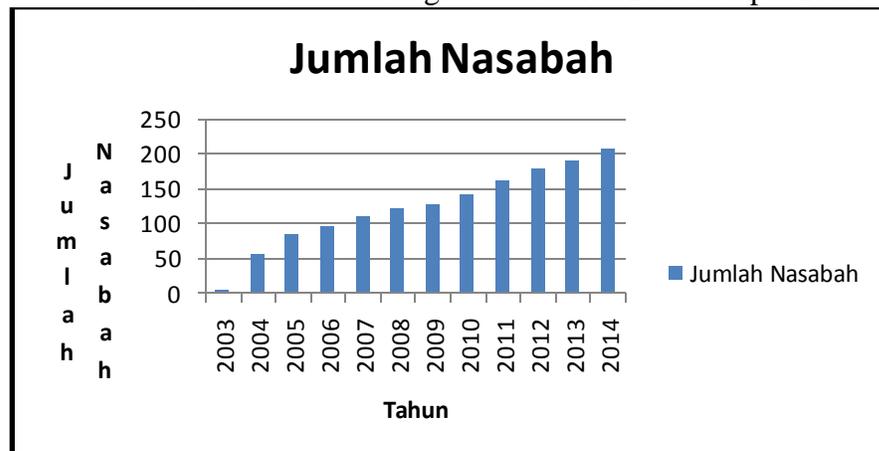
Kelompok yang memberi pengaruh langsung yaitu primer dan sekunder. Kelompok primer seperti keluarga, kawan, tetangga dan rekan kerja sedangkan kelompok sekunder seperti organisasi, keagamaan, himpunan profesi.

d) Faktor Pribadi.<sup>13</sup>

Yaitu umumdand tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, ekonomi, gaya hidup, kepribadian.

Di bawah ini dapat dilihat jumlah nasabah produk giro per tahun adalah sebagai berikut:

Tabel 1  
Jumlah Nasabah Produk giro dari Tahun 2003 sampai 2014



Sumber: Bank Muamalat Cabang Banjarmasin

Berdasarkan data tersebut di atas dapat diketahui bahwa jumlah peningkatan nasabah produk giro Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin mengalami perkembangan sebab jumlah nasabah giro selalu bertambah pada setiap tahunnya, hanya saja jumlah peningkatan Nasabah produk giro masih relatif rendah karena produk giro masih kalah bersaing

<sup>13</sup>defia Zana, *hubungan karakteristik dan loyalitas dalam mencegah perpindahan nasabah (costomer churn)*, 2009, tidak diterbitkan.

dengan produk lainnya yang ada di Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“KARAKTERISTIK NASABAH GIROPADA BANK MUAMALAT INDONESIA CABANG BANJARMASIN.”**

## **B. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik nasabah giro di Bank Muamalat Cabang Banjarmasin?
2. Apakah faktor pengaruh kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi dan faktor pribadi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan memilih produk giro pada Bank Muamalat Cabang Banjarmasin?
3. Apakah faktor pengaruh kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi dan faktor pribadi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan memilih produk giro pada Bank Muamalat Cabang Banjarmasin?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dirumuskan oleh penulis di atas, maka ada beberapa tujuan yang ingin dicapai dari hasil penelitian ini, di antaranya:

1. Untuk mengetahui karakteristik nasabah giro di Bank Muamalat Cabang Banjarmasin.

2. Untuk mengetahui apakah faktor pengaruh kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi dan faktor pribadi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan memilih produk giro pada Bank Muamalat Cabang Banjarmasin?
3. Untuk mengetahui apakah faktor pengaruh kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi dan faktor pribadi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan memilih produk giro pada Bank Muamalat Cabang Banjarmasin?

#### **D. Signifikasi Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai:

1. Bahan informasi atau bahan bacaan untuk mereka yang akan mengadakan penelitian dengan permasalahan yang hampir sama dan sudut pandang yang berbeda.
2. Sebagai kontribusi pengetahuan dalam memperkaya khazanah perpustakaan IAIN Antasari pada umumnya dan khususnya Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam serta pihak-pihak yang berkepentingan.
3. Untuk menambah wawasan pengetahuan khususnya bagi penulis dan umumnya bagi masyarakat

#### **E. Definisi Operasional**

Untuk menghindari kekeliruan, penulis membuat definisi operasional sebagai berikut:

## 1. Karakteristik

Karakteristik adalah ciri-ciri khusus yang harus dimiliki oleh seseorang. Karakteristik nasabah adalah ciri-ciri khusus yang dimiliki seseorang nasabah yang membedakannya dengan nasabah lain.<sup>14</sup>

Maksud karakteristik penulis disini adalah karakteristik nasabah Giro pada Bank Muamalat Cabang Banjarmasin, misalnya beragama islam, berpendidikan, berorganisasi.

## 2. Giro

Salah satu produk yang ditawarkan oleh Bank Muamalat Cabang Banjarmasin. Giro yang ditawarkan ada dua yaitu GiroUltima yang berdasarkan akad *Mudharabah* dan Giro Attijary berdasarkan akad *Wadi'ah*.

## F. Kajian pustaka

### 1. Penelitian yang dilakukan oleh Delfia Zanna (2009)

Judul penelitiannya adalah hubungan karakteristik dan loyalitas dalam mencegah perpindahan nasabah (*costomer chorn*) (studi kasus pada Bank DKI syariah cabang pondok indah.

---

<sup>14</sup>Defia Zana, *hubungan karakteristik dan loyalitas dalam mencegah perpindahan nasabah (costomer churn)*, tidak diterbitkan, 2009.

**Tujuan:**

Tujuan dari penelitian ini untuk memberi gambaran tentang sikap dan kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan Bank DKI Syariah.

**Alat Analisis:**

Alat analisis yang digunakan korelasi berganda dengan variabel karakteristik nasabah, loyalitas dan perpindahan nasabah.

**Hasil:**

Hasil penelitian tersebut menunjukkan hubungan yang baik secara parsial maupun simultan antara karakteristik dan loyalitas nasabah dalam mencegah perpindahan nasabah (*costomer chorn*).<sup>15</sup>

**Persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini:**

Persamaannya adalah sama-sama ingin mengetahui karakteristik nasabah. Perbedaannya adalah lokasi penelitian dan pada penelitian ini karakteristik nasabah terhadap keputusan memilih produk giro. Serta dalam penelitian Delfia Zanna menggunakan analisis korelasi berganda sedangkan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda.

---

<sup>15</sup>Defia Zana, *hubungan karakteristik dan loyalitas dalam mencegah perpindahan nasabah (costomer churn)*, tidak diterbitkan, 2009.

## 2. Penelitian yang dilakukan oleh Gojali Maski (2010)

Judul penelitiannya adalah analisis keputusan nasabah menabung: pendekatan komponen dan model logistik studi pada Bank Syariah Malang.

### **Tujuan:**

Untuk mengetahui keputusan nasabah dalam memilih atau tidak memilih bank syariah dalam menabung dipengaruhi oleh variabel karakteristik bank syariah, variabel pelayanan dan kepercayaan pada bank, variabel pengetahuan dan variabel obyek fisik bank.

### **Alat analisis:**

Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi model logistik. Untuk menguji apakah probabilitas terjadinya variabel terikat dapat diprediksi dengan variabel bebasnya.

### **Hasil:**

Hasil koefisien regresi logistik variabel pelayanan dan kepercayaan memiliki pengaruh yang dominan terhadap keputusan nasabah dalam menabung.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Ghozali Maski, *Analisis Keputusan Nasabah Manabung: Pendekatan Komponen dan Model logistik Studi Pada Bank Syariah Di Malang*, Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, tidak diterbitkan, 2010.

**Persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini:**

Persamaannya adalah sama-sama membahas tentang keputusan nasabah. Perbedaannya adalah penelitian Gojali menggunakan model analisis regresi logistic, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan model analisis regresi berganda.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Heppy Oktaviani (2006)

Judul penelitiannya adalah analisis karakteristik nasabah Giro dan nasabah Tabungan Bank DKI Capem Gunung Sahari.

**Tujuan:**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara transaksi nasabah jenis simpanan giro dan nasabah jenis simpanan tabungan, menjelaskan perkembangan sumber dana dan penempatan dana Bank DKI. Membandingkan karakteristik nasabah giro dan nasabah tabungan., dan memprediksi pengelompokan nasabah berdasarkan rata-rata saldo maksimal akhir bulan dan rata-rata minimal akhir bulan dengan menggunakan Analisis Diskriminan

**Alat analisis:**

Alat analisis yang digunakan adalah Metode pengumpulan data dengan survey menggunakan kuisisioner, teknik analisis dengan metode Chi-Square dan Diskriminan.

**Hasil:**

Kecendrungan pada perbedaan perilaku transaksi nasabah giro dan nasabah tabungan terdapat pada rata-rata saldo maksimal akhir bulan. Lima responden yang menyimpang masuk untuk jenis simpanan giro, yang seharusnya masuk ke kelompok jenis simpanan tabungan. Model diskriminan menyimpulkan tingkat prediksi yang tinggi yaitu sebesar 87%.<sup>17</sup>

**Persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini:**

Persamaannya adalah sama-sama membahas tentang karakteristik nasabah giro. Perbedaannya adalah Heppy menggunakan teknik analisis dengan metode Chi-Square dan Diskriminan, sedangkan penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda.

## 4. Penelitian yang dilakukan oleh R. Istyaningsih (2015)

Judul penelitiannya adalah studi perilaku tentang pengaruh karakteristik nasabah bank dalam memilih deposito berjangka.

---

<sup>17</sup> Heppy Oktaviani, *Analisis Karakteristik Nasabah Giro Dan Nasabah Tabungan Bank DKI Capem Gunung Sahari*, Magister Manajemen Perbankan, Universitas Gunadarma, Tidak Diterbitkan, 2006

**Tujuan:**

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh atau hubungan karakteristik nasabah dalam memilih produk deposito berjangka dengan faktor-faktor internal nasabah.

**Alat analisis:**

Alat analisis yang digunakan adalah metode analisis koefisien korelasi.

**Hasil:**

Hasil analisis koefisien korelasi pada penelitian ini adalah adanya hubungan positif antara karakteristik nasabah dalam pemilihan deposito berjangka. Namun jika dilihat dari nilai korelasi variable tersebut termasuk kategori rendah.<sup>18</sup>

**Persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini:**

Persamaannya dalam penelitian ini adalah sama-sama ingin mengetahui bagaimana karakteristik nasabah. Perbedaannya adalah dalam penelitian istyaningsih menggunakan metode analisis korelasi sederhana, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda, lokasi dalam penelitian, jumlah sampel.

---

<sup>18</sup> R. Istantyingsih, *studi perilaku tentang pengaruh karakteristik nasabah bank dalam memilih deposito berjangka*, Tidak Diterbitkan, 2015.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Dr. Dedi Rianto Rahadi (2008)

Judul penelitiannya adalah sikap nasabah terhadap produk bank syariah.

**Tujuan:**

Penelitian ini dilakukan dalam rangka mengetahui bagaimana sikap nasabah terhadap produk bank syariah, yang mencakup ada tidaknya perbedaan sikap nasabah terhadap produk berdasarkan karakteristiknya, serta atribut bank syariah mana yang lebih dominan mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk bank syariah.

**Alat analisis:**

Penelitian ini menggunakan Chi-Square untuk mengevaluasi frekuensi hasil observasi ( $F_o$ ) dengan frekuensi yang diharapkan ( $F_h$ ). Dasar pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan probabilitas.<sup>19</sup>

**Hasil:**

Berdasarkan hasil penelitian nasabah berdasarkan karakteristik (jenis kelamin, umur, pekerjaan, pendidikan terakhir, penghasilan perbulan) tidak semua sikap nasabah sama terhadap atribut produk bank syariah. Khusus untuk nasabah berdasarkan karakteristik penghasilan perbulan tidak mempunyai perbedaan sikap terhadap atribut produk bank syariah.

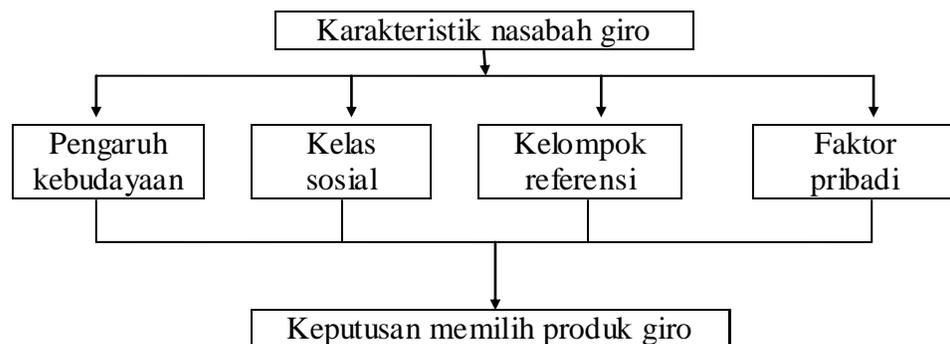
---

<sup>19</sup> Dr. Dedi Rianto Rahadi, *Sikap Nasabah Terhadap Produk Bank Syariah, National Conference On Management Research* Makassar, Tidak Diterbitkan, 2008.

### Persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini:

Persamaannya adalah sama-sama ingin mengetahui bagaimana karakteristik nasabah. Perbedaannya adalah lokasi penelitian, metode yang digunakan Dr. Dedi Rianto Rahadi dengan menggunakan Chi-Square untuk mengevaluasi frekuensi hasil observasi ( $F_o$ ) dengan frekuensi yang diharapkan ( $F_h$ ). Dasar pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan probabilitas, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda.

### G. Kerangka Pemikiran



Gambar: 1.1 kerangka pemikiran karakteristik nasabah giro pada Bank Muamalat Cabang Banjarmasin

Keterangan:

Karakteristik adalah ciri-ciri khusus yang harus dimiliki oleh seseorang. Karakteristik nasabah adalah ciri-ciri khusus yang dimiliki seseorang nasabah yang membedakannya dengan nasabah lain. Adapun faktor-faktor yang dari karakteristik nasabah adalah pengaruh kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi dan faktor pribadi yang dapat

mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk giro pada Bank Muamalat Cabang Banjarmasin.

#### **H. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah mempelajari dan memahami keseluruhan mengenai penulisan skripsi ini maka penulis membagi sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, yang akan menguraikan mengenai latar belakang masalah dan menguraikan alasan untuk judul dan gambaran permasalahan yang akan diteliti. Permasalahan yang telah digambarkan dirumuskan dalam rumusan masalah dan dinyatakan dengan kalimat. Setelah itu disusun tujuan penelitian yang berkenaan dengan tujuan peneliti dalam melakukan penelitian.

Tujuan peneliti berkaitan erat dengan rumusan masalah. Signifikansi penelitian merupakan manfaat dari hasil penelitian dan dampak dari tercapainya tujuan. Definisi operasional untuk istilah-istilah dalam judul penelitian agar mempermudah pembaca dan juga agar tidak ada kesalahfahaman pembaca saat memahami penelitian, Kajian Pustaka, Kerangka pemikir, Sismateka penulisan.

BAB II Merupakan landasan teoritis yang membahas teori-teori tentang Giro dan Karakteristik nasabah yang dijadikan penulis sebagai bahan dari penyajian data yang ditemukan dalam penelitian, pedoman dan penganalisisan data.

BAB III Merupakan metode penelitian, yang dipergunakan untuk menggali data yang terdiri dari jenis, sifat, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data , dan teknik pengolahan dan analisis data serta prosedur penelitian.

BAB IV Merupakan Laporan Penelitian yang berisi tentang gambaran umum pada Bank Muamalat Cabang Banjarmasin dan berisi *profil* Bank Muamalat cabang Banjarmasin. Pemaparan mengenai karakteristik nasabah giro dan faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah giro pada Bank Muamalat Cabang Banjarmasin.

BAB V Merupakan Bab Penutup yang berisikan tentang kesimpulan dan saran-saran.