

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank merupakan lembaga atau perusahaan yang bergerak di bidang keuangan yang menjalankan usahanya dengan melakukan pembiayaan serta penghimpunan dana guna meningkatkan kemakmuran masyarakat.² Bank dipercaya mampu serta aman dari bermacam aktivitas menabung, investasi, mendukung pengiriman uang dari daerah satu ke daerah lain maupun di seluruh Negara dengan cepat, aman, dan efisien.

Ada 2 jenis layanan perbankan yakni perbankan konvensional dan perbankan syariah. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha sesuai prinsip syariah. Secara hukum, industri bank syariah sebenarnya sudah mulai mengeluarkan paket kebijakan (Pakto) pada bulan Oktober 1988. Sedangkan secara kelembagaan dimulai dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1991.³

² Ismail, *Man. Perbankan dari Teori Menuju Aplikasi*, (Jakarta: PRENADAMEDIA G., 2018), hlm. 13

³ Abdul G. A., *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: G.M. University Press, 2018), hlm. 4

Tabel 1. 1
Perbedaan Bank Konvensional dan Bank Syariah

NO	Bank Syariah	Bank Konvensional
1.	Melaksanakan investasi halal	Melaksanakan investasi yang haram
2.	Prinsip bagi hasil, jual beli, sewa	Sistem bunga
3.	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk kemitraan	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk kreditur dan debitur
4.	Profit dan fala oriented	Profit oriented
5.	Penghimpunan dan penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa DPS	Tidak terdapat dewan sejenis

Sumber: M. Nur Rianto (2017:109)

Pada Tabel 1.1 diatas merupakan perbedaan bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional memperoleh keuntungan dari bunga, sedangkan pada bank syariah melarang adanya bunga sehingga menggunakan prinsip bagi hasil. Tujuan utama mendirikan bank syariah pada umumnya adalah menghindari riba dan menerapkan prinsip syariah islam dengan tujuan kemaslahatan.⁴

Perbankan terus berkembang sampai sekarang ini dan setiap tahunnya pasti mengalami peningkatan. Selain itu sejak tanggal 16 Juni 2008, Undang-Undang No. 21 tahun 2008 menjadi landasan hukum perbankan syariah dan diharap mampu mendorong perkembangan industri bank syariah.⁵ Meskipun pertumbuhannya pesat, masih banyak masyarakat yang menggunakan layanan perbankan konvensional karena masyarakat terbiasa dengan layanan perbankan konvensional. Selain itu, dikarenakan

⁴ M. Nur Rianto, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung: CV Mustaka Setia, 2017), hlm.109

⁵ Ibid., hlm.106

jaringan kantor bank konvensional lebih luas dibandingkan dengan bank syariah. Perkembangan industri yang pesat menyebabkan persaingan yang ketat membuat masyarakat lebih selektif dalam memilih bank untuk bertransaksi, salah satunya minat mereka untuk menyimpan dananya di bank syariah.

Menabung merupakan perilaku yang sangat penting karena menabung adalah upaya mempersiapkan kehidupan yang lebih baik dimasa depan. Keinginan menabung seseorang berbeda-beda dan dipengaruhi beberapa faktor. Saiful Basri mengatakan menabung dapat dipengaruhi banyak faktor seperti perilaku konsumen yang mempengaruhi sikap pribadi atau nilai yang diberikan bank kepada nasabah, seperti faktor ekonomi yaitu keuntungan, efisiensi pelayanan, pendapatan, reputasi dan kesan. Faktor-faktor tersebut merupakan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah.⁶

Akan tetapi dengan adanya beberapa faktor yang sudah disebutkan oleh Basri diatas pada penelitian ini, peneliti membatasi beberapa faktor untuk mengetahui pengaruh minat nasabah menabung pada bank syariah, antara lain faktor motivasi, religiusitas, promosi, lokasi dan kualitas pelayananan.

Variabel kesatu ialah faktor motivasi. Motivasi yaitu suatu yang menekan seorang untuk menampilkan sikap tertentu.⁷ Seandainya seorang

⁶ Faisal Basri, *Perekonomian Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 2003), hlm. 173

⁷ Moh. Saiful Basri, *Pengaruh Kepemimpinan Lingkungan Kerja, Organisasi, dan Motivasi Terhadap Kepuasan Kerja Yang Berimplikasi pada Dosen*, (Surabaya: CV. Jakad Publishing, 2008), hlm. 45

mempunyai motivasi yang besar terhadap sesuatu obyek maka orang tersebut mempunyai hasrat untuk membeli serta menggunakan produk yang ditawarkan oleh penjual. Motivasi menabung menggambarkan suatu kegiatan untuk berjaga-jaga serta menghadapi ketidakpastian dimasa akan datang.⁸ Nasabah yang memiliki motivasi yang kokoh pastinya hendak meningkatkan hasrat dalam dirinya salah satunya minat untuk menabung. Motivasi bisa disebabkan karena adanya keinginan diri sendiri ataupun karena adanya pengaruh pihak luar.

Faktor kedua yaitu religiusitas. Religiusitas merupakan tingkat pengetahuan dan tingkat penjelasan menyeluruh seorang terhadap agama yang dianutnya.⁹ Oleh karena itu, segala perubahan yang dilakukan harus dikarenakan Allah termasuk perbuatan menabung di Bank Syariah merupakan pilihan yang tepat sebab tidak berlawanan dengan perintah Allah.

Promosi juga menjadi aspek penting yang harus diperhatikan. Promosi ialah wujud dari komunikasi pemasaran.¹⁰ Apabila promosi tidak mencukupi, kemudahan nasabah untuk memperoleh layanan bank tidak bisa maksimal. Bank Syariah harus pandai menyusun strategi promosi yang efisien supaya nasabah paham tentang segala produk yang di tawarkan oleh Bank Syariah sehingga menimbulkan minat bagi nasabah itu sendiri.

⁸ Yusuf Wibisono, *Mengelola Zakat Indonesia*, (Jakarta: Prenadamedia, 2016), hlm. 12

⁹ Bambang Suryadi dan Bahrul Hayat, *Religiusitas, Konsep, dan Implementasinya di Indonesia*, (Jakarta: Bibliosmia Karya Indonesia, 2021), hlm. 11

¹⁰ Agustina Sintha, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: UB Press, 2011), hlm 127

Lokasi juga menjadi faktor yang penting sekaligus dipertimbangkan oleh calon pembeli. Yang dimaksud dengan lokasi yaitu tempat dimana suatu usaha dilakukan.¹¹ Dalam perbankan, lokasi juga menjadi komponen yang paling diperhatikan, karena apabila bank memiliki lokasi yang strategis serta mudah dijangkau pastinya mempengaruhi minat nasabah untuk menabung di bank tersebut.

Tidak hanya memandang lokasi yang strategis, nasabah juga memperhatikan mutu pelayanan yang diberikan oleh bank syariah. Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan serta kemauan pelanggan dan penyampaian untuk mewujudkan harapan pelanggan¹², kualitas pelayanan mempunyai kedudukan berarti dalam memberikan sesuatu dorongan kepada nasabah untuk berurusan dengan Bank. Kualitas pelayanan juga memiliki peran penting supaya nasabah tetap menjalin hubungan yang kuat dengan bank. Dalam hal ini pelayanan juga merupakan faktor yang diprioritaskan oleh Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center dalam mempertahankan nasabahnya.

Masalah utama lembaga keuangan syariah yakni bagaimana industri memperoleh pelanggan, mempertahankan nasabah, dan mempraktikkan kebijakan-kebijakannya guna mempertahankan pangsa pasar. Pemilihan objek peneliti adalah nasabah penabung dari PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center, karena peneliti ingin mengetahui pengaruh

¹¹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2004) hlm. 145

¹² Bilson Simora, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), hlm. 180

beberapa faktor diatas terhadap minat menabung nasabah di PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center. Serta pemilihan PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center oleh peneliti disebabkan Bank tersebut terletak dilingkungan yang banyak lembaga keuangan berdiri disekitarnya, sehingga memicu persaingan yang kompetitif antar lembaga baik konvensional ataupun syariah. Tidak hanya itu, PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center mampu menyediakan pelayanan keuangan syariah yang kegiatan usahanya menghimpun sekaligus menyalurkan dana pada masyarakat, memberikan kenyamanan investasi yang menguntungkan dan membawa berkah.

Bersumber atas pernyataan latar belakang di atas, penulis membuat skripsi dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Nasabah Di PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center”**

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi permasalahan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Sebagian nasabah masih kurang mengenal informasi tentang bank syariah
2. Perkembangan bank yang kian lama kian pesat menimbulkan persaingan yang ketat antar bank dalam memperebutkan nasabah

3. Munculnya bermacam jenis bank serta banyak macam layanan yang disediakan bank membuat nasabah memiliki banyak pilihan dalam memilih bank yang sesuai dengan kebutuhan
4. Tiap nasabah tentu memiliki sudut pandang sendiri dalam memahami setiap informasi yang diterima
5. Tingkat religiusitas apakah ada kaitanya dengan adanya bank syariah
6. Minimnya pemahaman untuk menabung atau mempersiapkan perencanaan masa depan
7. Minimnya mutu pelayanan, penyampaian promosi, serta aspek lokasi yang kurang pas bisa memberikan dampak negatif untuk kemajuan bank dan bisa mengurangi minat nasabah.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah faktor motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center?
2. Apakah faktor religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center?
3. Apakah faktor promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center?

4. Apakah faktor lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center?
5. Apakah faktor kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center?
6. Faktor mana yang paling dominan mempengaruhi minat menabung nasabah di PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan faktor motivasi terhadap minat menabung nasabah di PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan faktor religiusitas terhadap minat menabung nasabah di PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center
3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan faktor promosi terhadap minat menabung nasabah di PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center
4. Untuk mengetahui pengaruh signifikan faktor lokasi terhadap minat menabung nasabah di PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center

5. Untuk mengetahui pengaruh signifikan faktor kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center
6. Untuk mengetahui faktor mana yang paling dominan terhadap minat menabung nasabah di PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Sebagai tambahan referensi tentang tinjauan dengan tema yang sama.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center diharap dapat digunakan sebagai bahan masukan manajemen dan informasi guna menyusun kebijakan pemasaran, menunjang peningkatan kualitas pelayanan sehingga mempertahankan nasabah
- b. Bagi Akademik penelitian ini semoga menjadi sumbangsih pengetahuan pada Perpustakaan IAIN Tulungagung
- c. Diharap menjadi rujukan yang relevan bagi peneliti selanjutnya dan mampu memberikan hasil penelitian yang lebih baik terkait dengan adanya referensi ini.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Peneliti

1. Ruang Lingkup

Subjek dari penelitian ini adalah PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center. Sampel dari penelitian ini adalah populasi nasabah penabung di PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center.

2. Keterbatasan Peneliti

Keterbatasan peneliti yaitu objek peneliti adalah nasabah penabung PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center. Selanjutnya banyak sekali faktor yang mempengaruhi minat menabung seperti mutu pelayanan, bagi hasil, pendapatan, faktor ekonomi, reputasi, prospektif dan lain sebagainya. Akan tetapi pada penelitian ini, peneliti menitik beratkan pada minat menabung nasabah yang dipengaruhi oleh 5 faktor yaitu, faktor motivasi, religiusitas, promosi, lokasi, dan kualitas pelayanan.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Secara Konseptual:

- a. Motivasi merupakan dorongan supaya seseorang bertindak laku.¹³
- b. Religiusitas merupakan tingkat pengetahuan serta pemahaman seseorang terhadap kepercayaannya.¹⁴
- c. Promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran yang kegiatan pemasarannya berusaha untuk menyampaikan informasi.¹⁵
- d. Lokasi adalah tempat berlangsungnya kegiatan perusahaan guna menghasilkan jasa maupun barang yang mementingkan segi ekonominya.¹⁶
- e. Kualitas pelayanan ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.¹⁷
- f. Menabung adalah upaya mengelola keuangan untuk menyiapkan dana cadangan dimasa depan, menabung bisa dengan cara menyimpan uang di bank, celengan, pos, dan lainnya.¹⁸
- g. Minat merupakan keinginan hati yang tinggi terhadap sesuatu.¹⁹

¹³ Hamzah, *Teori Motivasi dan Pengukurannya*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016), hlm. 1

¹⁴ Bambang Suryadi dan Bahrul Hayat, *Religiusitas, Konsep, dan Implementasinya di Indonesia...*, hlm. 11

¹⁵ Agustina Sintha, *Manajemen Pemasaran...*, hlm.127

¹⁶ Michael Adiwijaya, *8 Juru Jitu Mengelola Bisnis Ritel Ala Indonesia*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo), hlm. 43

¹⁷ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 22

¹⁸ <https://kbbi.web.id/tabung> diakses 25 Januari 2021 pukul 19.00

¹⁹ <https://kbbi.web.id/minat> diakses 25 Januari 2021 pukul 19.00

2. Definisi Operasional

Definisi operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis judul yang telah diangkat. Dan dengan adanya penegasan konsep tersebut maka dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana faktor motivasi, faktor religiusitas, faktor promosi, faktor lokasi, serta faktor kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di PT Bank Syariah Indoneisa KK Tulungagung Trade Center.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika pembahasan skripsi dalam penelitian sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Membahas gambaran singkat tentang penelitian ini. Dalam bab pendahuluan terdapat latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan batasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab ini memaparkan secara singkat tentang *grand theory*, teori variabel penelitian secara umum dan islam, teori hubungan antar variabel penelitian, kajian penelitian sebelumnya, kerangka konsep, mapping variabel, indikator, serta hipotesis penelitian..

BAB III METODE PENELITIAN

Pada Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian terdiri dari pendekatan, jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian,

sumber data, variabel dan skala pengukuran, kemudian metode pengumpulan data, instrumen penelitian serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada Bab VI berisikan tentang inti hasil penelitian yang terdiri dari deskripsi data dan pengujian hipotesis.

BAB V PEMBAHASAN

Pada Bab ini berisi dari pembahasan mengenai hasil penelitian yang diperkuat dengan teori dan penelitian terdahulu.

BAB VI PENUTUP

Berisi mengenai kesimpulan, saran, atau rekomendasi yang ditujukan kepada berbagai pihak yang bersangkutan.