

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada tahun-tahun terakhir ini, bank syariah menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan, terutama pada 4 tahun belakangan ini. Sebagaimana diketahui banyak keyakinan produk dan jasa perbankan syariah memiliki keunggulan dibandingkan dengan sistem perbankan konvensional antara lain peniadaan pembebanan bunga, mencegah kegiatan spekulasi yang tidak produktif dan prinsip pembiayaan untuk usaha yang tidak halal. Perbankan syariah beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil yang memberikan alternatif saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi dan menghindari kegiatan spekulatif transaksi keuangan.

Fenomena minat menabung yang terjadi di lapangan, seperti pada tabel dibawah ini

Tabel 1.1
Market Share Bank Syariah Per Bulan Juni Tahun 2018-2021

No	Tahun	Market Share
1	2017	5,78%
2.	2018	5,70%
3.	2019	5,95%
4.	2020	6,18%

5.	2021	6,59%
----	------	-------

Sumber: <https://www.ojk.go.id>

Pada tahun 2018, market share bank syariah mengalami penurunan 0,08% dari tahun 2017 yang mencapai angka 5,78% menjadi 5,70% di tahun 2018. Sedangkan pada bank konvensional, market share mencapai 95%. Data tersebut juga menunjukkan bahwa minat masyarakat masih kurang untuk bertransaksi di bank syariah sehingga nasabah bank syariah masih rendah dan jauh tertinggal jika dibandingkan dengan bank konvensional. Salah satu penyebab rendahnya market share bank syariah ini adalah masih kurangnya sosialisasi mengenai perbankan syariah sehingga masyarakat kurang memahami tentang perbankan syariah sehingga masyarakat lebih mengenal bank konvensional dibandingkan bank syariah.

Selain itu, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengungkapkan bahwa rendahnya nasabah bank syariah belum selengkap, semodern, dan sebagus bank konvensional bank itu dalam layanan maupun produknya.² Disamping itu, cukup banyak pula masyarakat yang beranggapan bahwa nilai tambah dalam menggunakan bank syariah adalah lebih halal dan selamat.

Masalah utama yang dihadapi lembaga keuangan syariah ini adalah bagaimana perusahaan menarik pelanggan dan mempertahankannya agar perusahaan dapat bertahan dan berkembang. Untuk mewujudkan tujuan tersebut maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat. Karena

² <https://www.ojk.go.id>

pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam setiap kegiatan yang berhubungan langsung dengan kebutuhan konsumen. Agar pemasaran sesuai sasaran maka pemasar harus memperhatikan perilaku konsumen dengan baik, seperti penciptaan produk, penentuan sasaran, dan promosi yang tepat. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain: faktor budaya, kelas sosial, keluarga, status, kelompok, usia, pekerjaan, gaya hidup, dan lain-lain. Faktor-faktor tersebut yang akan menjadi penunjuk bagi pemasar untuk memasarkan produknya secara efektif.³ Selain faktor tersebut perilaku konsumen dipengaruhi oleh persepsi yang konsumen miliki.

Adapun dengan segala permasalahan nasabah untuk memutuskan bertransaksi membuat bank syariah giat meningkatkan pelayanan, karena pada dasarnya setiap nasabah sangat mementingkan prinsip keuntungan dari pada prinsip keagamaan, maka dari itu perbankan syariah harus meningkatkan keuntungan bagi nasabahnya dengan berlandaskan prinsip-prinsip syariah.

Ada beberapa alasan yang menjadikan masyarakat muslim enggan membuka rekening di bank syariah, beragamnya persepsi masyarakat muslim terhadap bank syariah. Lokasi bank syariah yang masih terdapat di pusat kota menyebabkan masyarakat enggan menjangkanya. Masyarakat lebih memilih bank konvensional yang cabangnya sudah merata disetiap daerah. Disamping itu promosi dan sosialisasi tentang perbankan syariah

³ Philip Kotler, Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 2019)., hlm. 72.

sangat kurang jadi masyarakat belum memahami produk dan pelayanan yang diberikan oleh bank syariah itu tersebut.

Salah satu yang mempengaruhi minat menabung masyarakat adalah persepsi. Dalam penelitian Roni Andespa Menyebutkan bahwa adapun beberapa variabel yang berpengaruh signifikan positif terhadap minat menabung, salah satunya adalah persepsi. Korelasi tertinggi variabel dengan faktor adalah persepsi. Dimana persepsi inilah yang akan memotivasi masyarakat bertindak dan akan mempengaruhi persepsinya terhadap keinginan menjadi nasabah di bank syariah⁴.

Lokasi bank syariah juga merupakan faktor yang mempengaruhi minat menabung masyarakat pada penelitian Rizqa Ramadhaning dan Ari Setiawan menyebutkan bahwa pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah adalah signifikansi positif, artinya apabila lokasi berada di tempat strategis dalam hal ini dekat dengan pusat kegiatan masyarakat serta pemukiman penduduk maka akan berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah.⁵

Promosi yang dilakukan oleh bank syariah juga dapat berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Disebut dalam penelitian yang

⁴ Roni Andespa, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah, *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan* Vol. 02, No. 01, Januari-Juni 2017, hlm. 44-57

⁵ Rizqa Ramadhaning dan Ari Setiawan, Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang, *Jurnal Muqtasid* Vol. 03 No. 02 Desember 2012, hlm. 277-297

telah dilakukan oleh Daniel Ortega dan Anas Alhifni (2017)⁶, menunjukkan bahwa media promosi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah dengan beberapa kriteria. Pertama, promosi yang paling banyak memberikan dampak terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah adalah media televisi dan internet. Hal tersebut menunjukkan bahwa bank syariah perlu melakukan kegiatan promosi lebih banyak melalui kedua media tersebut. Kedua, media promosi yang mendapatkan tanggapan lebih rendah adalah media koran. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa saat ini masyarakat sudah tidak banyak yang menggunakan media koran sebagai sumber informasi sehingga bank syariah perlu mengurangi kegiatan promosi melalui koran.

Masyarakat Desa Gendingan Kecamatan Kedungwaru Kabupaten tulungagung merupakan masyarakat yang penduduknya mayoritas muslim.

Tabel 1.2

Data Masyarakat Gendingan Kedungwaru Tulungagung

Desa	Islam	Katolik	Kristen	Hindu	Budha	Jumlah
Gendingan	4489	9	17	-	-	4515

Sumber: <https://tulungagungkab.bps.go.id/>

Pada tabel tersebut, menunjukkan bahwa masyarakat di Desa Gendingan sebagian besar beragama islam dengan presentase 99,4% dari keseluruhan masyarakat Desa Gendingan. Dari data tersebut diharapkan dapat memberikan respon mengenai keputusan nasabah bertransaksi di

⁶ Daniel Ortega dan Anas Alhifni, Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah, *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 05, No. 01, 2017 Hlm. 87-98

bank syariah dikarenakan peneliti ingin mengetahui pengaruh dari keputusan nasabah bertransaksi di bank syariah dari fenomena minat menabung di Desa Gendingan.

Alasan pemilihan lokasi di Desa Gendingan karena mayoritas masyarakatnya beragama islam yang seharusnya menjadi sasaran bagi market share perbankan syariah. Disamping itu, peneliti ingin mengetahui latar belakang masyarakat Desa Gendingan yang mayoritas beragama islam dalam menentukan minat menabung di bank syariah responden tersebut diharapkan dapat memberikan sebuah jawaban konkret bagi peneliti. Dengan melihat fenomena tersebut peneliti ingin mengetahui seberapa jauh variabel persepsi, lokasi, dan promosi mempengaruhi minat menabung masyarakat desa gendingan di bank syariah.

Penelitian ini merupakan penelitian yang berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang hanya membahas tentang salah satu variabel bebas. Pada penelitian ini terdapat tiga variabel yang akan diteliti. Peneliti akan mengukur seberapa jauh latar belakang masyarakat muslim mengenai keputusannya menabung di bank syariah. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai persepsi, lokasi, dan promosi bank syariah terhadap keputusan minat menabung dengan mengambil judul **“Pengaruh Persepsi, Lokasi, dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi pada Masyarakat Desa Gendingan Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung).”**

B. Identifikasi Masalah

Penelitian pengaruh persepsi, lokasi, dan promosi terhadap minat menabung di bank syariah (studi pada masyarakat desa gendingan kecamatan kedungwaeu kabupaten tulungagung) penentuan tema dan lokasi tersebut didasarkan pada:

1. Persepsi: Dalam hal ini, peneliti akan melihat sejauh mana persepsi masyarakat muslim terhadap keinginan bertransaksi dalam jangka panjang di bank syariah, sehingga disetiap transaksi masyarakat muslim selalu memprioritaskan dan menjadikan bank syariah sebagai pilihan pelaksanaan transaksi nasabah.
2. Lokasi: Peneliti akan melihat seberapa jauh lokasi mempengaruhi masyarakat menabung di bank syariah.
3. Promosi: Dalam promosi ini peneliti akan menguji tingkat pengaruh promosi yang dilakukan oleh bank syariah pada minat menabung masyarakat muslim.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan rumusan masalah penelitian kuantitatif ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Desa Gendingan Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung di Bank Syariah?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Desa Gendingan Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung di Bank Syariah?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Desa Gendingan Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung di Bank Syariah?
4. Apakah persepsi, lokasi, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung masyarakat Desa Gendingan Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung di Bank Syariah?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi terhadap minat menabung masyarakat Desa Gendingan Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung di Bank Syariah.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap minat menabung masyarakat Desa Gendingan Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung di Bank Syariah.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh promosi terhadap minat menabung masyarakat Desa Gendingan Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung di Bank Syariah.

4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi, lokasi, dan promosi terhadap minat menabung masyarakat Desa Gendingan Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung di Bank Syariah.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini, di harapkan bermanfaat untuk semua kalangan. Adapun kegunaan yang di harapkan penulis, sebagai berikut:

- a. Tambahn keilmuwan dalam bidang perkembangan perekonomian di Indonesia, khususnya untuk masyarakat Desa Gendingan Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung. Serta dijadikan pertimbangan bagi pihak Perbankan Syariah untuk mengatur kebijakan Perbankan Syariah Indonesia yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat pada umumnya.
- b. Penulis berharap dapat menjadi referensi dan acuan bagi penelitian-penelitian berikutnya.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Masyarakat

Peneliti berharap dari hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat pengetahuan bagi para pembaca mengenai keputusan pembelian impulsif dalam memilih bank yang akan di gunakannya untuk menabung. Dengan adanya penelitian ini, masyarakat umum juga mendapatkan informasi baru dan sebagai media promosi untuk

perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia, khususnya pada masyarakat Muslim.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk melakukan penelitian sejenis lebih lanjut dalam bidang yang sama dapat menjadi pedoman bagi mahasiswa untuk penelitian yang selanjutnya di bidang Perbankan Syariah. Serta juga dapat dijadikan pedoman pengajaran dalam kampus untuk generasi lanjutan.

c. Bagi Bank Syariah

Peneliti berharap dari hasil penelitian ini digunakan sebagai bahan acuan untuk evaluasi terhadap dari pihak bank Syariah, untuk menarik minat masyarakat.

F. Penegasan Istilah

Agar mudah memahami beberapa istilah yang tercantum dalam penelitian ini, maka peneliti, merangkum istilah-istilah tersebut sebagai berikut:

1. Penegasan Konseptual

Penegasan Konseptual ini bertujuan agar pemahaman terhadap judul penelitian ini yaitu “Pengaruh Persepsi, Lokasi, Promosi dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi pada Masyarakat Desa Gendingan Kecamatan

Kedungwaru Kabupaten Tulungagung)”, maka peneliti memberikan penegasan sebagai berikut:

a. Persepsi

Persepsi adalah suatu pengalaman tentang objek yang dijadikan dasar untuk membuat kesimpulan dan penerjemah suatu pesan. Persepsi atau perception dalam bahasa Inggris yang berarti menerima. Persepsi menurut istilah yaitu proses untuk menggambarkan suatu masalah atau pengalaman dan muncullah hasil akhir yang dapat diorganisasikan secara relevan.⁷

b. Lokasi

Lokasi adalah aspek penting dari strategi saluran, lokasi yang bagus memudahkan akses ke tempat usaha menarik banyak nasabah untuk melakukan transaksi. Sedangkan dalam pemasaran bank, lokasi adalah dimana produk dan jasa bank disediakan dan dapat dimanfaatkan oleh nasabah.⁸

c. Promosi

Promosi adalah kegiatan marketing mix yang terakhir, dimana perusahaan berusaha mempromosikan seluruh produk jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung, promosi

⁷ Alex Sobur, *Psikologi Umum Dalam Lintas Sejarah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 445.

⁸ Wahjono Sentot, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm 126

merupakan sarana paling ampuh untuk menarik dan memperhatikan konsumennya.⁹

d. Minat

Minat adalah suatu keinginan yang ada pada diri seseorang untuk bergerak melakukan sesuatu, minat dalam menabung di bank Syariah yang dilakukan oleh masyarakat muslim di desa Gendingan untuk menabung di bank Syariah, karena Bank syariah menjadi pilihan yang sangat tepat untuk dipilih. karena bank syariah mempunyai sistem yang sesuai dengan syariat.¹⁰

e. Masyarakat Muslim Gendingan

Masyarakat muslim gendingan adalah sekelompok masyarakat beragama muslim yang bermukim di Desa Gendingan Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung . Di desa tersebut didominasi oleh masyarakat muslim yang berjumlah 4489 dari total 4515 penduduk.

2. Penegasan Operasional

Definisi operasional dalam penelitian berguna untuk memberikan penjelasan mengenai judul penelitian supaya tidak menimbulkan berbagai penafsiran terhadap judul penelitian faktor-faktor yang dimaksud disini adalah faktor persepsi dan pengetahuan

⁹ Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan Edisi Pertama*, (Jakarta: Pramedia Group, 2016), hlm. 206

¹⁰ Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010) hlm. 180.

produk. Dari beberapa faktor-faktor tersebut peneliti akan menguji faktor apa saja yang mempengaruhi masyarakat Desa Gendingan Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung untuk menabung di Bank Syariah. Yaitu faktor persepsi, lokasi, dan promosi.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini berisikan mengenai penjelasan tentang isi yang terdapat pada beberapa bab yang ada secara singkat dari skripsi ini. Skripsi ini dibuat dengan sistematika berikut ini:

1. Bab I Pendahuluan: Bab ini mempunyai isi berupa latar belakang dari masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah penelitian, tujuan dilakukannya penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, serta sistematika penulisan.
2. Bab II Landasan Teori: Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang mendukung atau mendasari sebuah penelitian, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual dalam penelitian, dan ada juga hipotesis penelitian.
3. Bab III Metode Penelitian: Dalam metode penelitian ini berisi mengenai metodologi penelitian yang mempunyai isi tentang jenis dari penelitian, lokasi serta waktu peneliitian dilaksanakan, populasi dan sampel, teknik yang digunakan pada saat pengumpulan data, skala pengukuran, definisi Secara konsep dan operasional, instrumen dari penelitian, penguji instrumen yang diteliti, serta alat yang digunakan saat melakukan analisis data.

4. Bab IV Hasil Penelitian: Hasil penelitian ini menjelaskan tentang deskripsi data dari hasil penelitian yang telah diteliti dan pengujian hipotesis dari hasil penghitungan statistik.
5. Bab V Pembahasan: Bab ini memiliki isi mengenai jawaban dari masalah dalam penelitian, menafsirkan temuan dari penelitian, menggabungkan temuan penelitian kedalam temuan penelitian dalam konteks ilmu yang lebih luas, memodifikasi teori yang telah ada dan menjelaskan hasil dari penelitian.
6. Bab IV Penutup: Bab ini berisikan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian serta saran. Bab jni juga terdapat daftar pustaka, lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, serta daftar riwayat hidup dari peneliti.