

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan era modern seperti sekarang ini perbankan tetap berperan penting sebagai penggerak perekonomian di Indonesia, hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa perbankan. Keberadaan perbankan syariah tidak terlepas dari sistem perbankan Indonesia secara umum. Namun secara bertahap perbankan syariah mulai menunjukkan eksistensinya dan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat yang menginginkan sistem perbankan yang berlandaskan syariat Islam. Dalam pembentukan sistem perbankan syariah ini didasari oleh larangan dalam agama Islam yaitu larangan untuk memungut atau meminjam dengan bunga atau yang biasanya disebut riba, dan larangan berinvestasi yang digunakan untuk usaha-usaha yang dikategorikan haram oleh Islam. Hal tersebut tidak dapat dijamin oleh bank konvensional.

Riba di dalam Islam dengan bentuk apa pun dan dengan alasan apa pun juga tetap dilarang oleh Allah SWT. Sehingga, hukum riba itu adalah haram sebagaimana dalil tentang riba dalam firman Allah SWT dalam Surat Al-Baqarah ayat 278:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ



“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.”¹

Bank syariah memiliki sistem operasional yang berbeda dengan bank konvensional. Bank syariah memberikan layanan bebas bunga kepada para nasabahnya. Dalam sistem operasional bank syariah, pembayaran dan penarikan bunga dilarang dalam semua bentuk transaksi. Bank syariah tidak mengenal sistem bunga, baik bunga yang diperoleh dari nasabah yang meminjam uang atau bunga yang dibayar kepada penyimpan dana di bank syariah. Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah memiliki fungsi menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi dari pihak pemilik dana. Fungsi lain yang membutuhkan dana dalam bentuk jual beli maupun kerja sama usaha.² Dalam operasionalnya perbankan syariah tidak menggunakan sistem bunga melainkan menggunakan sistem bagi hasil.

¹ Departemen Agama RI, *Al – Qur’an dan Terjemahnya*, (CV Penerbit J-ART, 2004), hal 47

² Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011), hal 32

Sebelum seseorang memutuskan untuk melakukan transaksi di bank syariah, biasanya seseorang tersebut terlebih dahulu mengenali masalah atau kebutuhannya. Selanjutnya seseorang akan mencari informasi sebanyak-banyaknya. Informasi ini dapat dicari melalui bacaan, teman, internet atau yang lainnya. Selanjutnya setelah pencarian informasi seseorang melakukan evaluasi atas informasi yang didapatkannya untuk menentukan produk mana yang cocok digunakan untuk kebutuhannya dalam bertransaksi. Selanjutnya keputusan untuk membeli produk yang akan digunakannya.

Konsumen dalam menentukan keputusan selalu dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan, faktor perbedaan individu konsumen, dan faktor lingkungan konsumen. Pemahaman yang baik mengenai proses keputusan konsumen akan memberikan pengetahuan pemasar bagaimana cara menyusun strategi dan komunikasi pemasaran yang lebih baik. Pemahaman yang lebih baik kepada perilaku konsumen akan membantu para manajer pemasaran untuk melakukan hal-hal berikut yaitu analisis lingkungan, riset pasar, segmentasi, *positioning*, dan bauran pemasaran.³

Pengetahuan merupakan salah satu faktor seseorang dalam mengambil keputusan. Pengetahuan konsumen itu sendiri adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan

³ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen teori dan penerapannya dalam pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), hal 21

informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.⁴ Konsumen dalam dunia perbankan disebut juga dengan nasabah. Untuk membangun tingkat pengetahuan masyarakat atau publik bank mengupayakan mengenalkan produknya dengan melakukan strategi promosi. Dengan cara tersebut, masyarakat sedikit demi sedikit akan mengetahui produk, pembelian dan pemakaian jasa yang ditawarkan di perbankan syariah.

Pengetahuan nasabah itu sangat penting bagi pemasar karena apa yang dibeli, dimana membeli, kapan membeli akan tergantung kepada pengetahuan nasabah. Ketika nasabah memiliki pengetahuan yang banyak, maka ia akan mengambil keputusan, itu akan lebih efisien dan lebih tepat dalam mengelola informasi dengan lebih baik.⁵ Nasabah yang mengetahui atau mengenali kebutuhannya dan mengetahui manfaat produk yang akan dibeli, maka calon nasabah akan membeli produk tersebut, agar kebutuhannya dapat terpenuhi serta mendapatkan manfaat dari produk yang telah dibelinya tersebut.

Faktor lainnya adalah kelompok acuan, secara umum kelompok acuan didefinisikan sebagai seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang.. Kelompok acuan akan memberikan standar dan nilai yang akan mempengaruhi perilaku seseorang. Dalam perspektif pemasaran, kelompok acuan adalah kelompok yang berfungsi sebagai referensi bagi seseorang dalam keputusan pembelian dan konsumsi.⁶ Hal ini terjadi karena kelompok acuan memiliki hubungan dengan dengan konsumen dan lebih sering berinteraksi secara langsung dengan konsumen.

⁴ *Ibid.*, hal 147

⁵ *Ibid.*, hal 147

⁶ *Ibid.*, hal 305

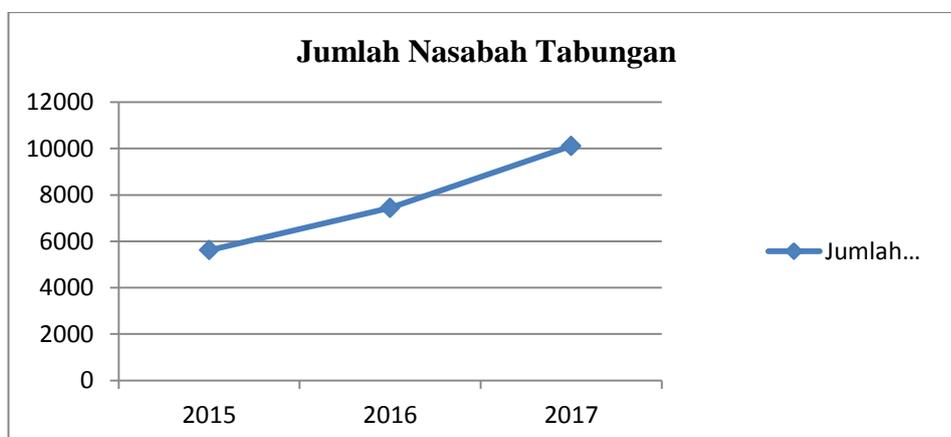
Informasi yang didapat dari kelompok acuan akan digunakan untuk perbandingan jenis dan kualitas produk yang ada di beberapa di bank terutama di bank syariah pada saat seseorang akan membeli produk dan menjadi nasabah di bank yang diinginkannya.

Kaitannya dari uraian diatas, maka penulis memilih obyek penelitian pada Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung yang merupakan lembaga keuangan syariah yang sesuai dengan prinsip syariah, yaitu prinsip bagi hasil. Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung terus meningkatkan hubungan yang baik dengan nasabah agar bank selalu mendapat kepercayaan dari nasabahnya. Selain itu Bank Syariah Mandiri juga selalu berupaya mencari dan mempertahankan nasabahnya agar dapat bersaing dengan lembaga keuangan yang lainnya.

Berikut ini grafik perkembangan jumlah Nasabah tabungan pada Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung pada periode 2011-2015.

Grafik. 1.1.

Jumlah Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung Periode 2015-2017



Sumber: RAT Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung 2017.

Dari grafik tersebut dapat diketahui jumlah nasabah tabungan Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2015 nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung berjumlah 5613 nasabah, pada tahun 2016 mengalami kenaikan menjadi 7440 nasabah, kemudian pada tahun 2017 tetap mengalami kenaikan menjadi 10110 nasabah.⁷

Pemahaman atau pengetahuan masyarakat yang umumnya kurang mengetahui tentang apa itu syariah dan bagaimana sistem operasional bank yang berbasis syariah. Karena pada umumnya masyarakat lebih mengetahui sistem operasional bank konvensional yang pada dasarnya memang hadir lebih dulu di bandingkan perbankan syariah. Seperti dalam realitanya Bank Syariah Mandiri yang letaknya di dekat Bank Mandiri konvensional jika dilihat nasabah yang datang lebih banyak di Bank Mandiri konvensional dibanding Bank Syariah Mandiri. Sebenarnya masyarakat belum sepenuhnya mengetahui secara pasti produk-produk yang ada pada bank syariah terutama produk tabungannya, bagaimana cara membelinya, dan bagaimana cara pemkaian produk sengan sistem syariah.

Kurangnya pengetahuan tentang sistem perbankan syariah inilah yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan pada suatu lembaga keuangan. Untuk membangun tingkat pengetahuan nasabah bank syariah diantaranya dapat diupayakan dengan melakukan promosi. Dengan cara tersebut maka nasabah sedikit demi sedikit

⁷ Rapat Anggota Tahunan Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung Tahun Buku 2017

akan mengetahui tentang produk tabungan, pembelian dan pemakaian jasa yang ditawarkan. Dengan begitu kemungkinan anggota mengambil keputusan untuk menabung dan menggunakan jasa Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung akan meningkat.

Kelompok acuan dalam hal ini adalah keluarga, sahabat atau teman dan rekan kerja. Kelompok acuan tersebut akan mempengaruhi seseorang agar menjadi nasabah bank yang sama dengannya, karena salah seorang teman, keluarga ataupun teman kerja sudah bertransaksi di bank tersebut, maka mereka telah mempunyai sedikit informasi. Kelompok acuan akan memberi informasi yang positif jika kelompok acuan merasa puas menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung, kelompok acuan akan mempengaruhi seseorang itu agar mau menjadi nasabah tabungan bank tersebut dan sebaliknya jika kelompok acuan tidak merasa puas akan bank tersebut maka mereka akan mempengaruhi dengan memberi informasi yang negatif agar seseorang itu tidak memilih produk tabungan yang ada di bank tersebut. Hal ini dapat dijadikan strategi promosi dengan tema kelompok acuan untuk meningkatkan penjualan produk-produk tabungan yang ada di Bank Syariah Cabang Tulungagung.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Nasabah dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung”**.

B. Identifikasi Masalah

Setiap lembaga keuangan syariah pastinya tidak luput dari permasalahan yang dihadapi dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukannya. Maka dari itu penulis akan mengidentifikasi masalah-masalah yang umum dihadapi oleh Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung yaitu antara lain:

1. Tingkat pengetahuan nasabah terhadap bank syariah sudah mulai tinggi akan tetapi tidak dipungkiri masih cukup banyak juga yang belum mengenal bank syariah terutama Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung. Tetapi nasabah lebih mengenal Bank Mandiri Konvensional.
2. Beberapa nasabah membeli produk tabungan dan memutuskan menjadi nasabah di bank karena faktor pengaruh atau sekedar ikut-ikutan dari sahabat, keluarga, dan teman kerja atau teman sekolah tanpa mengetahui perbedaan bank syariah dan bank konvensional.
3. Keputusan sangat penting bagi eksistensi Bank dan perkembangan Bank Syariah terutama di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung, maka dari itu pengetahuan nasabah juga harus diperhatikan oleh bank agar nasabah mengetahui apa saja produk atau jasa yang ada di bank tersebut melalui promosi dan memperhatikan strategi pemasaran agar nasabah merasa puas dan mengajak beberapa orang untuk mengikuti jejaknya menjadi nasabah tabungan di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang di atas, bisa diambil suatu rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan nasabah berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung?
2. Apakah kelompok acuan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung?
3. Apakah pengetahuan nasabah dan kelompok acuan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan nasabah terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung.
2. Untuk mengetahui kelompok acuan pengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung.
3. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan nasabah dan kelompok acuan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

Kegunaan hasil penelitian yang diharapkan oleh penulis adalah :

1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan pengetahuan tentang pengaruh pengetahuan nasabah dan kelompok acuan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung

2. Secara praktis

a. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan untuk peneliti yang akan datang bisa dijadikan sumber referensi dan tambahan ilmu yang bermanfaat bagi para peneliti, dan yang juga sedang meneliti atau mengembangkan penelitiannya

b. Bagi Lembaga

Diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi lembaga yang bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk upaya perbaikan aktivitas yang dijalankan oleh pihak Bank.

F. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Dalam penelitian, diperlukan suatu batasan atau ruang lingkup untuk mempermudah pembahasan dengan jelas. Sehingga tidak menyimpang dari pokok pembahasan, seperti:

- a. Variabel-variabel yang digunakan meliputi variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengetahuan nasabah (X_1) dan kelompok acuan (X_2). Sedangkan variabel terikatnya (Y) adalah keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung.

- b. Responden dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung
- c. Lokasi penelitian adalah di di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung.

2. Batasan Penelitian

Untuk lebih memperjelas ruang lingkup permasalahan agar tidak menyimpang dari pokok pembahasan dan untuk menghasilkan pembahasan yang terarah. Maka keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Pembatasan daerah penelitian

Untuk mengarahkan agar penelitian yang telah ditetapkan, daerah penelitian perlu dibatasi agar tidak meluas. Daerah yang menjadi tempat penelitian yaitu berada di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung.

b. Batasan responden penelitian

responden penelitian yaitu nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang yang berdomisili di Tulungagung.

c. Pembatasan masalah penelitian

Masalah pokok yang diteliti yaitu masalah yang menyangkut pengetahuan nasabah dan kelompok acuan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung.

G. Penegasan Istilah

Untuk menghindari penafsiran yang berbeda dan mewujudkan kesatuan pandangan dan kesamaan pemikiran, perlu kiranya ditegaskan istilah-istilah yang berhubungan dengan penelitian ini sebagai berikut:

1. Konseptual

Secara konseptual yang dimaksud dengan “Pengetahuan nasabah dan kelompok acuan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung” adalah sebagai berikut :

- a. Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.⁸
- b. Kelompok acuan adalah seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang.⁹
- c. Keputusan adalah Suatu keputusan (*decision*) mencakup suatu pilihan diantara dua atau lebih tindakan (atau perilaku) alternatif.¹⁰
- d. Produk tabungan adalah bentuk simpanan nasabah yang bersifat likuid. Artinya, produk dapat diambil sewaktu-waktu apabila nasabah membutuhkan, tetapi bagi hasil yang ditawarkan kepada nasabah penabung kecil.¹¹

⁸ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen ...*, hal 147

⁹ *Ibid.*, hal 305

¹⁰ Paul Peter Jerry Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Salemba empat, 2017), hal 162

¹¹ M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), hal 133

- e. Bank adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah, mencakup lembaga, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.¹²

2. Operasional

Penegasan operasional merupakan tindakan yang perlu mengukur variabel penelitian yang terdiri dari dua variabel, yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Melalui pengetahuan nasabah dan kelompok acuan diduga ke dua variabel X tersebut berpengaruh terhadap variabel Y yaitu keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung.

- a. Pengetahuan nasabah (X_1) dalam hal ini merupakan pengetahuan yang berkaitan dengan semua informasi dari Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung yang dimiliki oleh nasabah mengenai berbagai macam produk dan jasa. Misalnya banyaknya produk yang ada di Bank Syariah Mandiri, produk tabungan yang sesuai dengan prinsip syariah, prosedur transaksi yang cukup mudah, biaya administrasi yang cukup murah, tersedianya produk tabungan yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah, dan mendapatkan manfaat setelah menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung.
- b. Kelompok acuan (X_2) dalam hal ini merupakan informasi dan referensi yang di dapat calon nasabah dari seorang sahabat, keluarga, dan rekan kerja agar mau memakai jasa di perbankan syariah yang

¹² Ismail, Perbankan Syariah, (Jakarta: Kencana Premadamedia Group, 2011), hal 32

sama dengan mereka. Seperti keluarga yang menanamkan kebiasaan dalam pemilihan produk yang akan dibeli oleh calon nasabah, keluarga keluarga menyarankan dan mengajak nasabah untuk menabung, seorang nasabah yang berinteraksi dengan teman untuk memenuhi kebutuhan suatu informasi dan saran, dan teman yang memiliki menyarankan serta mengajak nasabah untuk menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung.

- c. Keputusan menjadi nasabah (Y) merupakan pengambilan keputusan yang dipilih oleh nasabah sebagai pengguna jasa lembaga keuangan yaitu menjadi nasabah tabungan di Bank Syariah Mandiri Cabang Tulungagung. Dengan melihat dari pengetahuan nasabah akan lembaga tersebut akan produk tabungan, pembelian dan pemakaiannya. Selain melihat dari pengetahuan nasabah juga melihat kelompok acuan seberapa besar pengaruhnya terhadap keputusan seseorang untuk menjadi nasabah di bank syariah, dengan melewati beberapa proses keputusan yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian, dan kepuasan.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk dapat menyampaikan gambaran yang jelas mengenai penelitian ini, maka disusun sistematika skripsi untuk memudahkan pembahasan, maka penulisan ini berdasarkan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

Pada bab pendahuluan untuk memberikan gambaran secara singkat apa yang akan di bahas dalam penelitian ini, maka bab pendahuluan ini akan menguraikan beberapa unsur yang terdiri dari: latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup batasan masalah, penegasan istilah.

Bab II : Landasan Teori

Pada bab ini menguraikan beberapa konsep dan anggapan tentang teori dari variabel-variabel penelitian yang meliputi: pelayanan prima, kualitas produk, disiplin kerja, loyalitas, penelitian terdahulu, kerangka konseptual / kerangka berfikir penelitian, hipotesis penelitian.

Bab III : Metode Penelitian

Pada bab ini membahas mengenai rancangan penelitian, yang terdiri dari: pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, teknik analisis data.

Bab IV : Hasil Penelitian

Pada bab ini memuat deskripsi singkat mengenai hasil penelitian, yang terdiri dari: hasil penelitian berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis.

Bab V : Pembahasan

Pada bab ini membahas tentang temuan-temuan penelitian yang di telah di bahas pada hasil penelitian

Bab VI : Penutup

Pada bab ini dikemukakan mengenai kesimpulan yang merupakan hasil dari pembahasan, dan juga berisikan saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan.