

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perbankan di Indonesia semakin membaik dewasa ini, eksistensi lembaga keuangan khususnya sektor perbankan menempati posisi yang strategis dalam menghubungkan antara pemilik dana dengan pihak yang membutuhkan dana (Hasanah, (2019). Fungsi dari perbankan secara umum dalam hal penghimpunan dana dari masyarakat kemudian akan disalurkan kepada pihak yang defisit dan memerlukan dana sehingga dalam fungsi ini dana yang disimpan masyarakat akan lebih produktif dan bermanfaat. Fungsi tersebut juga menjadi hal yang menarik bagi para investor untuk mendirikan sebuah bank dengan konsep syariah, di mana dana yang disimpan tidak semata-mata untuk mendatangkan keuntungan tapi juga ada nilai religiusitas di dalamnya (Sofwa, 2016).

Menurut Undang-Undang No.10 Tahun 1998 perbankan adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Fungsi utama perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat serta bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan pembangunan dan hasil - hasilnya, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional, kearah peningkatan taraf hidup rakyat banyak. Perbankan di Indonesia menunjukkan tingkat perkembangan yang sangat pesat, dengan fasilitas kantor bank yang

berkembang di Indonesia, bukan hanya bank konvensional saja tetapi bank syariah sekarang ini sudah banyak ditemukan (Mujaddid, dkk 2019).

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan fungsi perantara (*intermediary*) dalam penghimpunan dana masyarakat serta menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat sesuai dengan prinsip-prinsip syariah menurut (Al Arif, 2011 dalam Mujaddid, dkk 2019). Menurut pendapat lain menyatakan bahwa bank syariah bukan hanya bank bebas bunga, namun memiliki orientasi pencapaian sejahtera yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam, maksudnya adalah bank yang dalam operasinya mengikuti ketentuan-ketentuan islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara islam (Hasanah, 2019).

Pada saat ini perkembangan perbankan syariah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Berdasarkan data statistik perbankan syariah pada Maret 2020 yaitu mencapai 2.929 unit diantaranya Bank Umum Syariah (BUS) telah mencapai 1.923 unit, Unit Usaha Syariah (UUS) telah mencapai 388 unit, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) telah mencapai 618 unit. Selain itu pertumbuhan total aset BUS dan UUS mengalami peningkatan yang signifikan (www.ojk.go.id).

Salah satu perbankan syariah yang mengalami perkembangan pesat adalah Bank Mandiri Syariah. Berdasarkan data laporan tahunan Bank Mandiri Syariah pada tahun 2019 diperoleh bahwa Bank Mandiri Syariah telah mencatatkan kinerja yang baik di 2019. Pertumbuhan aset Mandiri Syariah mencapai 14,19%, lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan aset

perbankan umum sebesar 5,93%. Di sisi lain, pembiayaan Mandiri Syariah tumbuh 11,50%, lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan perbankan syariah dan perbankan umum masing-masing sebesar 10,36% dan 6,53%. Laba bersih Mandiri Syariah tumbuh 110,68% jauh lebih tinggi dibandingkan perbankan syariah lain sebesar 23,89% dan perbankan umum sebesar 6,05%.

Bank Mandiri Syariah menyebar luas di seluruh wilayah Indonesia, salah satunya adalah Kabupaten Banjarnegara. Banjarnegara merupakan salah satu Kabupaten di wilayah Jawa Tengah yang mayoritas masyarakatnya beragama muslim. Menurut data yang dilansir di BPS menyebutkan bahwa jumlah masyarakat Banjarnegara sebanyak 868.913 jiwa dan sekitar 863.181 jiwa adalah masyarakat yang beragama muslim. Salah satunya keberadaan Bank Mandiri Syariah di Banjarnegara dan berdirinya Bank Mandiri Syariah pada September 1999. Namun Bank Mandiri Syariah secara resmi mulai operasi sejak November 1999. Pada PT. Bank Mandiri Syariah hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealism usaha dengan nilai-nilai rohani yang melandasi kegiatan operasionalnya (www.mandirisyariah.co.id).

Keputusan menabung merupakan kegiatan menyimpan dana, saat akan mengambil keputusan, konsumen akan menggunakan berbagai informasi untuk mengambil keputusan. Oleh karena itu, respon afektif internal dan perilakunya sendiri memuat informasi yang dapat memengaruhi keputusan (Olson, 2013). Keputusan adalah pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Seorang nasabah yang hendak melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternative (Jalaludin, 2015). Dalam melakukan proses

pembelian konsumen akan melalui model lima tahap, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan dan perilaku pasca pembelian. Proses keputusan pembelian tersebut juga muncul saat nasabah akan memutuskan untuk menabung di suatu perbankan yang dikehendakinya, hal ini karena mereka juga tidak ingin mendapatkan kerugian dari keputusan yang telah diambilnya (Kotler, 2012:227).

Penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan menabung pada perbankan telah dilakukan beberapa penelitian menurut Putribasutami (2018), Hasanah (2019), Pabbajah, dkk (2019), Fauzy, dkk (2019) menyebutkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap keputusan menabung. Sedangkan terdapat beberapa penelitian sebelumnya pada penelitian Putribasutami, (2018), Nastiti, dkk (2018), Hasanah (2019), dan Romdhoni (2018) menyebutkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung. Berikutnya penelitian yang dilakukan oleh Syahrial, (2018) menyebutkan bahwa pengetahuan masyarakat berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung. Berikutnya penelitian yang dilakukan oleh Widowati, (2018) menyebutkan bahwa pengetahuan produk tabungan berpengaruh positif terhadap keputusan menabung.

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menabung adalah kualitas pelayanan. Kualitas merupakan suatu yang berhubungan dengan kondisi akan suatu produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan yang menimbulkan kepuasan pelanggan karena sesuai dengan harapan mereka (Sangadji, 2013). Menurut Tjiptono

(2012:157) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Fasilitas pelayanan jasa dalam Islam dan konvensional juga tidak mengalami perbedaan yang signifikan, perbedaannya hanya terletak pada proses penggunaannya yang mana ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik hendaknya tidak menonjolkan kemewahan (Hasanah, 2019). Sedangkan terdapat beberapa penelitian sebelumnya menurut Romdhoni (2018), Putri Sutami, (2018), Nastiti, dkk (2018) dan Hasanah, (2019) menyebutkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung. Hasil penelitian berbeda dikemukakan oleh Ari, dkk (2015) memperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung pada bank syariah.

Faktor berikutnya yang dapat berpengaruh terhadap keputusan menabung pada bank syariah adalah religiusitas. Religiusitas adalah keadaan yang terdapat dalam diri seseorang yang mendorong berpikir, bersikap, berperilaku, dan bertindak sesuai dengan ajaran agamanya menurut Rodney (1968:32) dalam Maisur, (2015). Menurut Arba'ati (2016) dalam Nastiti (2018) berpendapat bahwa religiusitas ini menunjuk pada ketertarikan aspek religi seseorang yang telah dihayati dalam hati, getaran hati nurani serta sikap personal. Dalam hal ini aktivitas keberagamaan tidak hanya terjadi ketika seseorang melaksanakan kegiatan ritual (ibadah), namun juga melaksanakan aktivitas lain yang dimotivasi kekuatan akhir. Metawa, S. A., & Almosa (1998), meneliti tentang perilaku nasabah *Islamic Bank* di Bahrain menemukan bahwa keputusan nasabah dalam memilih bank syariah lebih

didorong oleh faktor keagamaan melalui dukungan masyarakat pada ketaatan perbankan terhadap prinsip-prinsip Islam. Religiusitas diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan termasuk aspek ekonomi Mujaddid, dkk (2019). Sedangkan terdapat beberapa penelitian sebelumnya pada penelitian Maisur (2015), Mujaddid, dkk (2019), Tripuspitorini (2019) dan Romdhoni (2018), menyebutkan bahwa berpengaruh signifikan antara religiusitas terhadap keputusan menabung. Hasil berbeda dilakukan oleh Saodin, (2018) memperoleh hasil penelitian bahwa religiusitas berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan menabung.

Faktor berikutnya yang dapat mempengaruhi keputusan menabung adalah pengetahuan. Pengetahuan merupakan hasil keingintahuan, segala perbuatan atau usaha manusia untuk memahami obyek yang dihadapinya. Pengetahuan dapat berwujud barang-barang fisik yang pemahamannya dilakukan dengan cara persepsi, baik melalui panca indera maupun akal menurut Fauzy, dkk (2019). Menurut Jallaludin, (2015) 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.. Pengetahuan akan dihasilkan saat seseorang telah melakukan penginderaan akibat perhatian terhadap suatu obyek Putribasutami, (2018). Dalam pengetahuan konsumen adalah segala sesuatu yang diketahui dan dipahami oleh konsumen tentang suatu produk yang dipasarkan serta melekat dan dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli menurut Mujaddid, (2019). Sedangkan terdapat beberapa penelitian sebelumnya pada

penelitian Fauzy,dkk (2019), Putribasutami (2018), Mujaddid, dkk (2019) dan Hasanah (2019) menyebutkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara pengetahuan terhadap keputusan menabung. Hasil penelitian berbeda diperoleh Abhimantra, dkk (2013) menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan menabung.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Jallaudin, (2015) dengan judul “pengaruh pengetahuan konsumen mengenai perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan waidah”. Persamaan penelitian dengan penelitian yang akan dilakukan adalah peneliti menggunakan variabel pengetahuan sebagai variabel independen dan variabel keputusan menabung sebagai variabel dependen. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah peneliti menambahkan variabel kualitas pelayanan dan religiusitas sebagai variabel independen, karena dalam penelitian yang dilakukan oleh Fauzy, dkk (2019) menyebutkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap keputusan menabung. Serta objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bank Mandiri Syariah Cabang Kabupaten Banjarnegara.

Berkaitan dengan beberapa penelitian terdahulu diatas, maka penulis tertarik meneliti pengaruh kualitas pelayanan, religiusitas dan pengetahuan terhadap keputusan menabung. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putribasutami, (2018). Karena pada bank mandiri syariah banjarnegara terdapat fenomena yang mengarah ke religiusitas sehingga peneliti tertarik melakukan sebuah penelitian. Hal ini

sejalan dengan penelitian sebelumnya menurut Hasanah, (2019) bahwa pengaruh religiusitas terhadap keputusan menabung hasilnya signifikan.

Dalam hal ini peneliti berharap bahwa penelitian yang dilakukan di Bank Mandiri Syariah Kabupaten Banjarnegara dapat bermanfaat bagi perusahaan serta mengetahui tingkat keputusan menabung yang terdapat di Bank Mandiri Syariah Kabupaten Banjarnegara. Berdasarkan indentifikasi masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam untuk dijadikan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Religiusitas, dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung pada Nasabah Bank Mandiri Syariah di Kabupaten Banjarnegara”.

B. Perumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan, religiusitas, dan pengetahuan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menabung pada nasabah Bank Mandiri Syariah di Kabupaten Banjarnegara?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada nasabah Bank Mandiri Syariah di Kabupaten Banjarnegara?
3. Apakah religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada nasabah Bank Mandiri Syariah di Kabupaten Banjarnegara?

4. Apakah pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung pada nasabah Bank Mandiri Syariah di Kabupaten Banjarnegara?

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah yang dilakukan agar masalah yang akan diteliti lebih memfokuskan pada tujuan penelitian. Oleh karena itu, dalam penelitian ini dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan terhadap nasabah Bank Mandiri Syariah yang ada di Kabupaten Banjarnegara.
2. Variabel yang diteliti dibatasi pada variabel bebas kualitas pelayanan, religiusitas dan pengetahuan sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan menabung.

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disusun maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bukti empiris faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menabung pada nasabah Bank Mandiri Syariah di Kabupaten Banjarnegara sebagai berikut :

1. Membuktikan tentang pengaruh secara simultan kualitas pelayanan, religiusitas, dan pengetahuan terhadap keputusan menabung.
2. Membuktikan tentang pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung.

3. Membuktikan tentang pengaruh positif dan signifikan religiusitas terhadap keputusan menabung.
4. Membuktikan tentang pengaruh positif dan signifikan pengetahuan terhadap keputusan menabung.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut maka diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak antara lain :

1. Bagi Perusahaan (Bank Mandiri Syariah Kabupaten Banjarnegara)

Diharapkan agar dapat digunakan sebagai masukan pentingnya pengaruh kualitas pelayanan, religiusitas dan pengetahuan terhadap keputusan menabung dan dapat menjadi pertimbangan dalam menyusun strategi untuk meningkatkan keputusan menabung. Sehingga dalam penyusunan strategi untuk meningkatkan minat menabung pada masyarakat banjarnegara.

2. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah literature khususnya bagi manajemen pemasaran tentang pengaruh kualitas pelayanan, religiusitas dan pengetahuan terhadap keputusan menabung pada Bank Mandiri Syariah di Banjarnegara.

3. Bagi Nasabah

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan kepada nasabah terkait variabel kualitas pelayanan, religiusitas dan pengetahuan terhadap minat menabung pada bank syariah.

4. Bagi Penulis

Kegunaan penelitian ini bagi penulis yaitu sebagai syarat menjadi Sarjana Manajemen dan mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang penulis dapatkan selama menjadi mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Bagi ilmu pengetahuan, mengembangkan penelitian terdahulu.

