

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Latar belakang masalah

Industri perbankan syariah telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dengan diterbitkannya Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah tertanggal 16 Juli 2008, pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi. Perkembangan perbankan syariah cukup impresif, dengan rata-rata pertumbuhan asset lebih dari 65% per-tahun dalam 5 tahun terakhir. Dengan demikian, peran industri perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional semakin signifikan. (Hutomo & chanafi, 2016; 44)

Minat adalah kecenderungan yang menetap dan subyektif untuk merasa tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam hal atau hal itu. Perasaan senang akan menimbulkan pula minat yang diperkuat lagi oleh sikap positif yang sama diantaranya hal-hal tersebut timbul terlebih dahulu, sukar ditentukan secara pasti. (Ainun & Junaidi. 2017; 7)

Tingkat minat menabung nasabah pada bank syariah dapat diukur melalui indeks inklusi, kebijakan keuangan inklusif adalah suatu bentuk pendalaman layanan keuangan (*financial service deepening*) yang ditujukan kepada masyarakat in the bottom of the pyramid untuk memanfaatkan produk dan jasa keuangan formal seperti sarana menyimpan uang yang aman

(*keeping*), transfer, menabung maupun pinjaman dan asuransi. Hal ini dilakukan tidak saja menyediakan produk dengan cara yang sesuai tapi dikombinasikan dengan berbagai aspek. Indeks Keuangan Inklusif (IKI) adalah salah satu cara alternatif untuk pengukuran keuangan inklusif yang menggunakan indeks multidimensional berdasarkan data makroekonomi, terutama pada jangkauan layanan sektor perbankan. Pengukuran IKI pada dasarnya merupakan upaya yang dilakukan Bank Indonesia untuk mengkombinasikan berbagai indikator sektor perbankan, sehingga pada akhirnya IKI dapat menggabungkan beberapa informasi mengenai berbagai dimensi dari sebuah sistem keuangan yang inklusif, yaitu akses (*access*), penggunaan (*usage*) dan kualitas (*quality*) dari layanan perbankan.(BI)

Menurut hasil Survei nasional tahun 2013 tingkat indeks inklusi keuangan pada tahun 2013 sebesar 59,74%. Sedangkan indeks inklusi keuangan pada tahun 2013-2016 mengalami peningkatan yaitu sebesar 8.08%, pada tahun 2013 tingkat indeks inklusi keuangan sebesar 59.74% dan pada tahun 2016 tingkat indeks inklusi keuangan sebesar 67.82%. Berbeda dengan tingkat indeks inklusi keuangan pada tahun 2016 yaitu sebesar 67.82% , tingkat indeks inklusi keuangan syariah pada tahun 2016 yaitu sebesar 11.06%. Inklusi keuangan sektoral syariah pada perbankan menunjukkan tingkat inklusi sebesar 9,61%. (OJK, 2017)

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah yaitu Lokasi, pengetahuan, pelayanan, produk, promosi, dan harga.

Tempat atau lokasi dalam bauran pemasaran dalam konteks pemasaran lazimnya disebut distribusi. Dalam perbankan distribusi berarti kantor cabang. Dalam konsep yang lebih luas tempat adalah lokasi akses bagi nasabah untuk melakukan transaksi dan memanfaatkan jasa perbankan. Dalam perkembangannya, tempat adalah kemudahan akses. Perkembangan teknologi digital dan kemampuan publik memanfaatkan teknologi serta di sisi lain mahal biaya yang dikeluarkan untuk membangun infrastruktur fisik, mendorong bank menggunakan alternatif lain untuk memberikan kemudahan akses kepada nasabah. (Tatik Suryani, 2017; 152)

Pengetahuan merupakan salah satu faktor pendukung penting bagi seseorang atau masyarakat dalam menentukan pilihan terhadap suatu hal, termasuk dalam menentukan pilihan dimana mereka akan menabung. Pengetahuan dapat berupa pengalaman, pendidikan, keyakinan, penghasilan, sosial, lingkungan. Pengalaman dapat diperoleh dari diri sendiri maupun orang lain, semakin banyak pengalaman yang diperoleh maka semakin banyak pula pengetahuan yang diperoleh. Pendidikan seseorang juga mempengaruhi pola berfikir seseorang tersebut, seseorang yang berpendidikan pasti mempunyai pengetahuan yang luas dan pasti mereka akan memilih bank yang bagus dan terpercaya untuk menabung. (Donni, 2017; 130).

Pelayanan merupakan faktor yang penting dalam sebuah industri perbankan, karena perbankan merupakan usaha yang menjual jasa yang mengutamakan service dan keramahan dalam melayani calon nasabah. Pelayanan sendiri merupakan perilaku produsen dalam rangka

memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Dimana perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. (Sisca, 2017; 19)

Pemahaman terhadap produk dan jasa perbankan serta karakteristiknya sangat penting bagi pemasar agar dapat menawarkan produk tersebut secara tepat. Seperti halnya jasa yang lain produk dan jasa perbankan bersifat: tidak berwujud, tidak dapat dipisahkan, beraneka ragam, tidak mudah rusak, dan kepemilikannya tidak dapat dipindahkan. Terdapat berbagai macam produk dan jasa perbankan, baik di perbankan konvensional maupun perbankan syariah. Pada perbankan konvensional dari berbagai jenis produk dan jasa tersebut dapat dikelompokkan menjadi 3, yaitu produk simpanan yang terdiri dari tabungan, deposito, dan rekening giro. Produk pinjaman terdiri dari kredit konsumtif dan kredit komersial dan jasa perbankan yang meliputi safe deposit box, transfer, inkaso, bank draft, dan cek wisata. Pada Bank Syariah produk yang ditawarkan, antara lain meliputi produk simpanan, yaitu giro, tabungan, dan deposito serta produk pembiayaan perbankan syariah yang meliputi murabahah, salam, dan istishna. Masing-masing produk simpanan menawarkan manfaat yang berbeda. Beragamnya produk dan jasa yang ditawarkan perbankan merupakan upaya bank untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Masing-masing produk punya kelebihan dan kekurangannya masing-

masing. Nasabah yang bijak akan memilih produk yang memberikan manfaat sesuai dengan kebutuhan yang dipenuhi. (Tatik Suryani, 2017; 134)

Harga adalah faktor utama yang harus ditentukan sebelum satu produk di luncurkan ke pasar sasaran. Harga produk juga salah satu faktor penentu bagi permintaan pasar yang secara otomatis akan mempengaruhi volume penjualan. Jika harga produk tidak dapat di jangkau konsumen, maka target penjualan yang telah ditetapkan tidak tercapai. (Andespa, 2017) .Menurut Suryani Tatik, (2017:138-141) pada umumnya, harga diartikan sebagai sejumlah uang yang di bayarkan oleh konsumen untuk memperoleh produk yang dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh produk yang diinginkan. Dalam konteks perbankan harga merupakan sejumlah uang yang dibayarkan oleh nasabah kepada Bank agar bisa memanfaatkan produk atau jasa perbankan. (Suryani Tatik, 2017:138-141)

Promosi merupakan salah satu cara bank untuk menarik dan mempertahankan masyarakat agar tetap menabung pada bank tersebut Namun kegiatan promosi yang dilakukan bank juga bisa mengurangi minat masyarakat untuk menabung pada bank tersebut apabila dilakukan dengan tujuan dan penyampaian yang tidak tepat bahkan berlebihan. Oleh karena itu, bank harus dapat memanfaatkan dengan baik dan benar media promosi seperti iklan pada media cetak atau elektronik, promosi langsung dan lain sebagainya. Dalam hal ini bank harus mengetahui media promosi yang paling mudah dimengerti dan sering dijumpai oleh masyarakat.(Daniel & Anas, 2017; 89)

Berdasarkan penelitian-penelitian yang sebelumnya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung di bank syariah. Penelitian ini mengacu pada penelitian Ainun Mardiah , Agung Pradhana Putra dan Junaidi pada tahun 2017 menunjukkan bahwa variabel pelayanan dan produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung, Penelitian Syaribulan pada tahun 2018 menunjukkan bahwa Lokasi, promosi, Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menabung di Tampan PT Sulselbar, Tbk Cabang Utama Makassar. Penelitian Hutomo & Chanafi pada tahun 2016 menunjukkan bahwa produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung. Penelitian Yuliana Siti Chotifah pada tahun 2018 pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung. Penelitian Sisca Damayanti pada tahun 2017 menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap pelayanan. Penelitian roni andespa 2017 menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung.

Penelitian ini penting dilakukan agar dapat mengetahui minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah di Purwokerto. Sehingga dapat meningkatkan minat nasabah untuk menabung di bank syariah.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka peneliti tertarik untuk menganalisis pengaruh produk, promosi, lokasi, pengetahuan dan pelayanan terhadap minat menabung. Sehingga penulis bermaksud melakukan

penelitian dengan judul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung di bank syariah”

#### B. Rumusan Masalah

1. Apakah lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah?
2. Apakah pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah?
3. Apakah pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah?
4. Apakah promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah?
5. Apakah produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah.
6. Apakah harga berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah.

#### C. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui seberapa besar minat nasabah untuk menabung di Bank Jateng Syariah. Pembatasan penelitian ini peneliti ingin meneliti tentang Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah dengan menggunakan variabel lokasi, pelayanan, pengetahuan, promosi, produk dan harga. Penelitian kali ini dilakukan pada tahun 2018.

#### D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji apakah lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah.
2. Untuk menguji apakah pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah.
3. Untuk menguji apakah pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah.
4. Untuk menguji apakah promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah.
5. Untuk menguji apakah produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah.
6. Untuk menguji apakah harga berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah.

#### E. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh lokasi, pelayanan, pengetahuan, promosi, produk, dan harga terhadap minat nasabah menabung di Bank Jateng Syariah.
2. Bagi bank, sebagai sumber informasi untuk pengembangan bank ke depannya.
3. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat lebih meningkatkan minat masyarakat khususnya masyarakat untuk menabung di Bank Jateng Syariah.
4. Bagi peneliti berikutnya, sebagai acuan untuk melakukan penelitian berikutnya.