

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Bank adalah lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama, yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan memberikan jasa pengiriman uang. Di dalam sejarah perekonomian umat Islam, pembiayaan yang dilakukan dengan akad yang sesuai syariah telah menjadi bagian dari tradisi umat Islam sejak zaman Rasulullah saw. Praktik-praktik seperti menerima titipan harta, meminjamkan uang untuk keperluan konsumen dan untuk keperluan bisnis, serta melakukan pengiriman uang, telah lazim dilakukan sejak zaman Rasulullah saw (Karim, 2013, hlm. 18).

Perkembangan teknologi dan industri yang semakin modern saat ini membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama dalam dunia usaha. Banyak sekali perusahaan yang mulai muncul dan berkembang mulai dari perusahaan yang kecil sampai ke perusahaan besar industri perbankan termasuk industri yang persaingannya sangatlah ketat. Dalam persaingan keunggulan kompetitif sangat penting. Dari daya saing ini dapat diukur dari sejauh mana efektivitas dan efisiensi. Di Indonesia, berdasarkan data otoritas jasa keuangan saat ini terdapat 199 bank tersebar di seluruh Indonesia. Persaingan yang ketat ini tentu menuntut bank untuk selalu mengamati produk-produk baru yang diluncurkan dan strategi yang dilakukan pesaing (Suryani, 2017, hlm. 52).

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak atau masyarakat Menurut (Kasmir, 2009, hlm. 25). Bank syariah merupakan lembaga intermedisi dan penyediaan jasa keuangan yang bekerja berdasarkan etika dan sistem nilai Islam, khususnya yang bebas dari bunga. Bank tanpa bunga secara aktif turut berpartisipasi dalam mencapai sasaran dan tujuan dari ekonomi Islam yang berorientasi pada kesejahteraan sosial (Rivai, 2007, hlm. 759). Firman Allah swt. tentang keharaman bunga. dalam Q.S. al- Baqarah/02:276 yang berbunyi:

يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُرْبِي الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَتِيمٍ

*“Allah menghilangkan (keberkahan dari) riba dan menyuburkan sedekah. Allah tidak menyukai setiap orang yang sangat kufur lagi bergelimang dosa”*

Kehadiran bank yang berdasarkan syariah di Indonesia masih relatif baru, yaitu baru pada awal tahun 1990-an, meskipun masyarakat Indonesia merupakan masyarakat muslim terbesar di dunia. Prakarsa untuk mendirikan Bank Syariah di Indonesia dilakukan oleh MUI (Majelis Ulama Indonesia) pada tanggal 18-20 Agustus 1990. Namun, diskusi tentang bank syariah sebagai berbasis ekonomi sudah mulai dilakukan pada awal tahun 1980. Bank syariah pertama di Indonesia merupakan hasil kerja tim perbankan MUI, yaitu dengan bentuk PT Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang akta pendiriannya ditandatangani tanggal 1 November 1991. Bank ini ternyata berkembang cukup pesat (Kasmir, 2009, hlm. 188-189).

Total Aset yang dimiliki Unit Usaha Syariah (UUS) dalam empat tahun terakhir mengalami peningkatan, yaitu pada tahun 2016 total aset Rp. 102.320 M dan pada tahun 2020 periode bulan Juli total aset mencapai Rp. 176.240 M. Jumlah bank umum konvensional yang memiliki Unit Usaha Syariah (UUS) dari tahun 2016 hingga tahun 2020 mengalami penurunan akan tetapi jumlah kantor UUS mengalami peningkatan. Jumlah bank yang dimiliki oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dan jumlah kantor yang dimiliki BPRS pada tahun 2016 hingga tahun 2020 mengalami peningkatan dan penurunan.

Sebagai salah satu entitas bisnis keuangan yang mempunyai fungsi intermediasi, bank syariah dihadapkan dengan berbagai resiko. *Good Corporate Governance (GCG)* wajib diterapkan pada bank syariah sebagai tata kelola yang baik yang mencakup prinsip transparansi, akuntabilitas, pertanggungjawaban, professional, dan kewajaran dalam menjalankan kegiatan usaha. Untuk menjamin terlaksananya pengambilan keputusan dalam pengelolaan bank yang harus sesuai dengan prinsip kehati-hatian (*prudential banking practices*), perbankan syariah harus memiliki dan menerapkan sistem pengawasan intern(dalam lingkungan sendiri), dan menaati ketentuan Bank Indonesia batas yang maksimum penyaluran dana berdasarkan prinsip syariah. Pelaksanaan GCG yang efektif diperlukan untuk membangun industri perbankan syariah yang sehat dan tangguh, dengan tetap memenuhi prinsip syariah ( Abdullah, 2010, hlm. 88-89).

Keputusan untuk menggunakan suatu produk atau jasa oleh konsumen (nasabah) muncul dari faktor-faktor tertentu. Proses pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen sering kali mengalami masalah yang didasarkan dari faktor-

faktor kompleks (kelompok) yang menyangkut berbagai macam hal penentu keputusan tersebut. Oleh karena itu diharapkan pihak manajemen bank bisa lebih memahami apa-apa saja faktor-faktor yang paling mempengaruhi dalam keputusan nasabah dalam melakukan pembelian (menggunakan produk/jasa bank) sehingga pihak pemasaran bank dapat lebih mudah memahami dalam pemenuhan keinginan konsumen atau nasabah. Faktor-faktor yang mempengaruhi berupa rangsangan pemasaran ekonomi, teknologi, politik, sosial, budaya dan yang paling terpenting adalah karakteristik konsumen atau nasabah itu sendiri (Viranti, 2015, hlm. 45).

Sebelum masyarakat menggunakan jasa perbankan, maka diperlukan beberapa informasi atau pengetahuan akan suatu bank, agar nantinya tidak ada pihak yang merasa merugikan atau dirugikan. Pengetahuan konsumen juga memberikan dampak dalam keputusan masyarakat untuk memilih suatu model jasa tertentu dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan yang ada. Setiap orang yang di satu komunitas pasti mempunyai pengetahuan yang berbeda mengenai setiap model jasa yang tersedia, beserta dengan perusahaan jasa yang mengeluarkan jasa tersebut.

Terdapat kemungkinan beberapa konsumen telah mengetahui dengan baik kelebihan dan kekurangan dari setiap perusahaan jasa yang menyediakan suatu model jasa dan tidak menutup kemungkinan ada pula ada banyak orang yang belum terlalu mengerti mengenai bagaimana model jasa itu dijalankan oleh pihak yang bersangkutan yaitu perusahaan (Gampu, 2015, hlm. 33).

Semakin banyak nasabah menyimpan dananya di bank, mengambil kredit maupun memanfaatkan produk perbankan lainnya akan meningkat keuntungan bagi bank. Oleh karena itu, pemahaman terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah merupakan hal yang sangat penting jika bank ingin menjadi nasabah. Ditinjau dari faktor demografi, nasabah bank relative bervariasi. Ditinjau dari aspek pekerjaan, ada nasabah yang berasal dari kalangan pelajar atau mahasiswa, ibu rumah tangga, pengusaha, para pegawai dan professional. Ditinjau dari latar belakang sosial ekonomi, ada nasabah yang berasal dari kelas sosial atas, menengah, dan bawah (Suryani, 2017, hlm. 50).

Desa Haliau termasuk ke dalam Kecamatan Batu Benawa di Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Dengan penduduknya di Desa Haliau sebesar (1.440 jiwa) dan juga di Kabupaten Hulu Sungai Tengah sebesar (269,384 jiwa) dari sebelas kecamatan. Desa Haliau yang berada di Kecamatan Batu Benawa dengan mayoritas agama Islam. Dapat diketahui juga terdapat beberapa bank syariah Kabupaten Hulu Sungai Tengah (Barabai) yaitu terdiri dari Bank Muamalat, Bank Kalsel Syariah, Bank Mandiri Syariah yang mudah dijangkau oleh masyarakat dalam melakukan transaksi sehari-harinya. Melihat kondisi tersebut maka penelitian ini akan mengarah pada penemuan fakta mengenai seberapa besar pengetahuan, promosi, dan lokasi terhadap keputusan masyarakat menabung di bank syariah. Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat di Desa Haliau Kabupaten Hulu Sungai Tengah Menabung di Bank Syariah“

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disampaikan maka penelitian mengambil rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan, promosi, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan masyarakat di Desa Haliau Kabupaten Hulu Sungai Tengah menabung di bank syariah.
2. Apakah pengetahuan, promosi, dan lokasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan masyarakat di Desa Haliau Kabupaten Hulu Sungai Tengah menabung di bank syariah.

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini terkait rumusan masalah di atas adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengetahuan, promosi, dan lokasi secara simultan terhadap keputusan masyarakat di Desa Haliau Kabupaten Hulu Sungai Tengah menabung di bank syariah.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengetahuan, promosi, dan lokasi secara parsial terhadap keputusan masyarakat di Desa Haliau Kabupaten Hulu Sungai Tengah menabung di bank syariah.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan secara umum dan informasi khusus tentang pengaruh pengetahuan, promosi, dan lokasi terhadap keputusan masyarakat menabung di bank syariah.

### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penyusun, hasil dari penelitian ini dapat diberikan pengetahuan dan juga wawasan tambahan yang berkaitan dengan pengaruh pengetahuan, promosi, dan lokasi terhadap keputusan masyarakat menabung di bank syariah.
- b. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pimpinan perusahaan terutama dalam hal yang berkaitan dengan promosi agar meningkatnya minat masyarakat terhadap bank syariah.
- c. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan bacaan untuk menambah ilmu pengetahuan dan memiliki wawasan yang luas terhadap ilmu perbankan syariah.

## **E. Definisi Operasional**

Untuk menghindari penafsiran yang keliru dalam memahami pengertian yang dimaksud dalam penelitian, maka penulis mengemukakan definisi operasional yang perlu didefinisikan dalam lingkungan pembahasan sebagai berikut:

1. Pengetahuan adalah hasil tahu dari manusia dan ini terjadi setelah orang melakukan pengindraan terhadap objek tertentu, terjadi melalui panca indra

manusia yakni penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba (Notoatmodjo, 2017). Pengetahuan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengetahuan yang berkaitan dengan agama Islam, pengetahuan tentang bagi hasil.

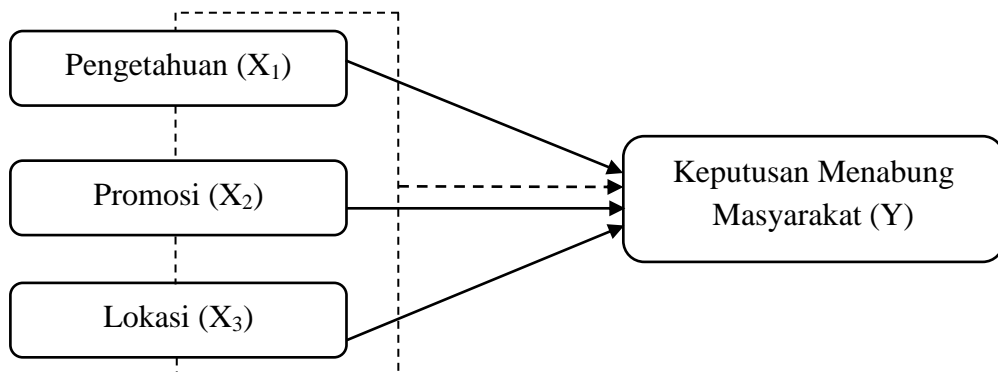
2. Promosi adalah merupakan bagian dari kegiatan *marketing mix*, dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimiliki baik langsung maupun tidak langsung (Kasmir, 2012, hlm. 246). Promosi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah periklanan melalui spanduk, promosi penjualan melalui pemberian hadiah, *personal selling* dalam memberikan informasi yang detail, *publisitas* merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank.
3. Lokasi adalah tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya (Kasmir, 2009, hlm. 129). Lokasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah berada di lokasi yang mudah dijangkau, berada di lokasi yang dekat dengan rumah, berada di lokasi yang dapat dilihat jelas dari tepi jalan.
4. Keputusan nasabah adalah suatu pengakhiran dari pada proses pemikiran tentang suatu masalah dengan menjatuhkan pilihan pada satu alternatif (Schiffman dan Kanuk, 2007, hlm. 625). Keputusan nasabah yang dalam penelitian ini adalah konsumen merasakan adanya kebutuhan dan keinginan yang belum terpenuhi dan terpuaskan, konsumen mencari informasi atau mendapatkan informasi yang relevan, konsumen mengevaluasi pilihan berkenaan dengan manfaat yang diharapkan, konsumen memilih alternatif



untuk memutuskan pembelian, konsumen mengevaluasi alternatif yang dipilih untuk memenuhi kebutuhan.

## F. Kerangka Pemikiran

Untuk menguji dan menganalisis masalah yang akan dibahas, diperlukan adanya pemikiran yang menjadi landasan dalam meneliti masalah yang bertujuan untuk menentukan, mengembangkan, dan menguji kebenaran atas penelitian tersebut dan kerangka berfikir untuk penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1.1 Kerangka teori

Keterangan:

—▶ : Pengaruh Parsial

- - -▶ : Pengaruh Simultan

Dari kerangka berfikir di atas dapat dilihat pengetahuan, promosi, dan lokasi sebagai variabel independen dan keputusan masyarakat menabung sebagai variabel dependen.

## G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban dari sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang telah diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum berdasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data, jadi Hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian. Belum jawaban yang empiris (Sugiyono, 2014, hlm. 64). Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

### 1. Secara simultan

$H_0$  : Pengetahuan ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ) dan lokasi ( $X_3$ ) secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan masyarakat di Desa Haliau Kabupaten Hulu Sungai Tengah (Y) untuk menggunakan bank syariah.

$H_1$  : Pengetahuan ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ) dan lokasi ( $X_3$ ) secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap keputusan masyarakat di Desa Haliau Kabupaten Hulu Sungai Tengah (Y) untuk menggunakan bank syariah.

### 2. Secara parsial

a. Pengaruh pengetahuan terhadap keputusan masyarakat di Desa Haliau Kabupaten Hulu Sungai Tengah untuk menggunakan bank syariah.

$H_0$  : Pengetahuan ( $X_1$ ) tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan masyarakat di Desa Haliau Kabupaten Hulu Sungai Tengah (Y) untuk menggunakan bank syariah.

$H_1$  : Pengetahuan ( $X_1$ ) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan masyarakat di Desa Haliau Kabupaten Hulu Sungai Tengah (Y) untuk menggunakan bank syariah.

- b. Pengaruh promosi terhadap keputusan masyarakat di Desa Haliau Kabupaten Hulu Sungai Tengah untuk menggunakan bank syariah.

$H_0$  : Promosi ( $X_1$ ) tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan masyarakat di Desa Haliau Kabupaten Hulu Sungai Tengah (Y) untuk menggunakan bank syariah..

$H_1$  : Promosi ( $X_1$ ) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan masyarakat di Desa Haliau Kabupaten Hulu Sungai Tengah (Y) untuk menggunakan bank syariah.

- c. Pengaruh lokasi terhadap keputusan masyarakat di Desa Haliau Kabupaten Hulu Sungai Tengah untuk menggunakan bank syariah.

$H_0$  : Lokasi ( $X_1$ ) tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan masyarakat di Desa Haliau Kabupaten Hulu Sungai Tengah (Y) untuk menggunakan bank syariah..

$H_1$  : Lokasi ( $X_1$ ) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan masyarakat di Desa Haliau Kabupaten Hulu Sungai Tengah (Y) untuk menggunakan bank syariah.

## **H. Penelitian Terdahulu**

Dalam penelitian ini kajian pustaka sangat diperlukan untuk menghindari penelitian yang sama dengan penelitian sebelumnya yang akan diteliti. Oleh

karena itu, penelaah melakukan penelitian terhadap penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan Pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Lokasi terhadap Keputusan Masyarakat Menabung di Bank Syariah . Namun demikian, ditemukan substansi yang berbeda dengan persoalan yang penulis angkat, penelitian yang dimaksud yaitu:

Pertama, skripsi yang ditulis oleh Hikmatul Masykuroh pada tahun 2019, Institut Agama Islam Negeri Salatiga yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Motivasi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai *Variabel Intervening*”

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik sampel *convenience sampling* yang merupakan salah satu teknik pengumpulan data dari *nonprobability sampling*. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan alat bantu IBM SPSS *Statistik 23*. Analisis ini meliputi uji reliabilitas, uji validitas, uji asumsi klasik, uji statistik dan uji menggunakan analisis. Berdasarkan analisis penelitian ini pengetahuan dan motivasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepercayaan. Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah, kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah. Serta kepercayaan tidak dapat memediasi antara pengetahuan, promosi dan motivasi terhadap keputusan nasabah.

Kedua, skripsi ini ditulis oleh Oriesta Dhea Budi Utamy pada tahun 2019, Universitas Negeri Semarang yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Bank Syariah, Promosi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah

Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening” penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengujian Instrumen dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan inferensial. Simpulan dari penelitian ini adalah pengetahuan bank syariah, promosi, fasilitas, dan minat menabung berpengaruh terhadap keputusan menabung di Bank Syariah. Variabel minat menabung memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan menabung di bank syariah, promosi, dan fasilitas terhadap keputusan menabung di Bank Syariah.

Ketiga, skripsi ini ditulis oleh Ratna Rizkya Amalia pada tahun 2018, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul “Analisis Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi, dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Petani Desa Ringinharjo Kecamatan Bantul Kabupaten Bantul)” penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini merupakan studi empiris untuk mengetahui minat masyarakat petani Desa Ringinharjo Kecamatan Bantul Kabupaten Bantul menjadi nasabah di bank Syariah. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh pengetahuan, religiusitas, promosi, dan tingkat pendapatan yang mempengaruhi minat masyarakat petani Desa Ringinharjo Kecamatan Bantul Kabupaten Bantul untuk menjadi nasabah di Bank Syariah. Dalam penelitian ini metode analisis yang digunakan yaitu Analisis Regresi Linear Berganda untuk memverifikasi pengaruh pengetahuan, religiusitas, promosi, dan tingkat pendapatan yang mempengaruhi minat masyarakat petani Desa Ringinharjo Kecamatan Bantul Kabupaten Bantul untuk menjadi nasabah di

Bank Syariah. Data yang digunakan merupakan data primer yang berasal dari penyebaran kuesioner dengan 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari empat faktor yang digunakan, keempat faktor tersebut mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah secara positif dan signifikan, yaitu pengetahuan, religiusitas, promosi, dan tingkat pendapatan.

## **I. Sistematika Penulisan**

Untuk lebih terarahnya pembahasan perlu adanya sistematika penulisan. Sistematika Penyusunan penelitian ini dibagi dalam 5 (lima) bab, yakni sebagai berikut:

Bab pertama ialah pendahuluan, dalam bab ini memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika penulisan.

Bab kedua yaitu landasan teori, pada bab ini menjelaskan tentang pengaruh pengetahuan, promosi, dan lokasi terhadap keputusan masyarakat menabung di bank syariah.

Bab ketiga yaitu metode penelitian, pada bab ini membahas tentang yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, selain desain pengukuran, instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

Bab keempat yaitu analisis data dan laporan penelitian, pada bab ini menjelaskan gambaran umum penelitian, pengujian dan hasil analisis data, pembahasan hasil analisis data.

Bab kelima yaitu kesimpulan seluruh isi penelitian dan saran yang merupakan bagian akhir dalam penelitian yang memuat tentang hal-hal yang dihasilkan dan diperoleh dalam penelitian secara singkat, padat dan jelas.





