

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat di Negara maju dan berkembang sangat membutuhkan bank sebagai tempat untuk melakukan transaksi keuangannya. Mereka menganggap bank merupakan lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan. Aktivitas keuangan yang sering dilakukan masyarakat antara lain aktivitas penyimpanan dan penyaluran dana (Ismail, 2014:29).

Pengertian bank menurut Undang-undang RI nomor 10 tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan adalah: Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Kasmir, 2002:12).

Bank islam di Indonesia disebut bank syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi memperlancar mekanisme ekonomi di sektor riil melalui aktivitas kegiatan usaha (investasi, jual beli, atau lainnya) berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau

kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan nilai-nilai syariah yang bersifat makro maupun mikro (Ascarya, 2006:30).

Perkembangan lembaga keuangan berkembang dengan pesat. Terbukti dengan banyak berdiri lembaga-lembaga keuangan dari berskala mikro maupun makro. Munculnya lembaga-lembaga keuangan tersebut berangkat dari semakin berkembangnya aktivitas perekonomian masyarakat dan membutuhkan institusi yang bertugas mengelola uang yang mereka miliki guna untuk memudahkan aktivitas perekonomian.

Menurut Kasmir dalam buku Andri Soemitro yang berjudul Bank dan Lembaga Keuangan Syariah mendefinisikan lembaga keuangan adalah setiap perusahaan yang bergerak dibidang keuangan, menghimpun dana, menyalurkan dana atau kedua-duanya.

Dilihat dari perspektif teoritis, bank syariah berbeda dengan bank konvensional karena bank syariah merupakan bank yang dalam sistem operasionalnya tidak menggunakan sistem bunga, akan tetapi menggunakan prinsip dasar sesuai dengan syariah Islam. Dalam menentukan imbalannya baik imbalan yang diberikan maupun diterima, bank syariah tidak menggunakan sistem bunga melainkan menggunakan konsep imbalan sesuai dengan akad yang diperjanjikan (Ismail, 34).

Keberadaan bank syariah di Indonesia telah mendapatkan

pijakan kokoh setelah lahirnya Undang-undang Perbankan Nomor 7 tahun 1992 yang direvisi melalui Undang-undang Nomor 10 tahun 1998, yang dengan tegas mengaku keberadaan dai berfungsinya Bank bagi hasil atau Bank Islam. Dengan demikian, bank ini adalah yang beroperasi dengan prinsip bagi hasil. Bagi hasil adalah prinsip muamalah berdasarkan syariah dalam melakukan kegiatan usaha bank (Muhammad, 2015:7).

Dengan adanya Undang-undang tersebut perbankan syariah di Indonesia mendapatkan kesempatan yang lebih luas untuk berkembang, menyelenggarakan kegiatan usaha, termasuk pemberian kesempatan kepada bank konvensional untuk membuka kantor cabang yang operasional perbankannyaimenggunakan prinsip syariah.

Pedoman bank syariah dalam beroperasi sebagaimana disebutkan dalam firman Allah dalam QS. An-Nisa 4: 29

يَأْيُهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu” .

Berdasarkan ayat diatas dapat dipahami bahwa islam melarang mengambil harta orang lain yang tidak ada kerelaan dari pemilik harta tersebut. Tentunya ayat diatas erat kaitannya dengan sistem perbankan saat ini yang menjadikan bunga sebagai tumpuan dalam menjalankan operasionalnya.

Masalah yang terjadi saat ini adalah dengan semakin pesatnya perkembangan bank syariah yang ada di Indonesia tidak di ringi dengan minat masyarakat muslim untuk memilih menggunakan produk dari bank syariah terkhusus masyarakat yang ada di pedesaan. Pada umumnya masyarakat muslim yang ada di pedesaan masih kurang mengetahui tentang bank syariah sehingga susah untuk menggugah minat masyarakatnya untuk memilih bank syariah. Masih banyak masyarakat yang belum begitu mengetahui atau paham mengenai produk jasa yang ditawarkan, mekanisme, sistem dan seluk beluk bank syariah.

Lokasi yang kurang strategis, tidak berada ditengah kota selain itu tidak adanya sarana umum atau angkutan umum menjadi tolak ukur nasabah untuk sering melakukan transaksi di bank syariah. Sama halnya dengan promosi karena banyak nasabah yang tidak pernah melihat adanya promosi dari pihak bank untuk mengenalkan produk mereka.

Bank syariah harus bisa menjalankan peran dan fungsi strategis

dengan mensosialisasikan bank syariah kepada masyarakat atau calon nasabah secara maksimal untuk bisa lebih menarik minat masyarakat dan membuat bank syariah akan semakin berkembang. Karena, upaya untuk mengembangkan bank syariah bukan hanya berlandaskan pada aspek-aspek legal atau peraturan perundang-undangan yang telah disempurnakan saja tetapi harus berorientasi kepada pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa (konsumen) pada lembaga perbankan tersebut. Untuk itu bank syariah harus bisa lebih memperhatikan konsumen atau pelanggan yang ada dan mencari tahu apa yang konsumen atau pelanggan butuhkan serta melihat hal-hal apa saja yang bisa dilakukan bank syariah untuk menarik minat calon konsumen menggunakan jasa bank syariah. Untuk memperkenalkan atau menunjukkan produk yang dimiliki, bank syariah harus melakukan promosi. Promosi yang dilakukan bank syariah harus memberikan informasi yang akurat di mana komunikasi berperan penting, dalam hal ini promosi merupakan salah satu yang berharga. Dengan diadakan promosi maka masyarakat mengetahui apa yang diberikan atau ditawarkan oleh bank syariah. Karena promosi memiliki peranan sebagai alat berkomunikasi dengan individu-individu, kelompok-kelompok atau organisasi-organisasi yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi salah satu di antara penerima informasi tersebut (atau lebih) untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan

perusahaan. Di sisi lain fasilitas (perwujudan) yang memadai, faktor sarana dan prasarana seperti kenyamanan ruang dan peralatan yang tersedia untuk membantu nasabah dalam melakukan transaksi di bank pun harus disiapkan, sehingga nasabah akan puas untuk menggunakan jasa dan layanan perusahaan tersebut, serta dengan adanya faktor-faktor tersebut diharapkan bisa menggugah minat calon nasabah untuk berhubungan dengan bank syariah. Selain itu faktor lokasi juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih bank syariah untuk menyimpan dananya di bank syariah dikarenakan banyak masyarakat yang lebih memilih untuk menggunakan bank yang lebih dekat dengan rumahnya dan lokasi bank yang mudah dijangkau oleh kendaraan. Pada umumnya calon nasabah akan memilih lembaga keuangan yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan. Setiap calon nasabah akan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk mencari kepuasan dalam menyimpan hartanya di suatu lembaga keuangan, karena bagaimanapun juga perilaku konsumen pasti akan mencari kepuasan maksimal dalam memenuhi kebutuhannya. Untuk itu bank syariah harus bisa membaca peluang ini serta segera mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen atau para calon pelanggan.

Berdasarkan latar belakang di atas yang telah dijelaskan, Saya tertarik dan ingin meneliti lebih lanjut terkait masyarakat desa kapuh

kecamatan simpur kabupaten hulu sungai selatan dalam menggunakan jasa bank syariah. Mengenai hal ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Masyarakat Desa Kapuh Kecamatan Simpur Kabupaten Hulu Sungai Selatan dalam Menggunakan produk Bank Syariah”** .

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah promosi dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Masyarakat Desa Kapuh Kecamatan Simpur kabupaten Hulu Sungai Selatan dalam menggunakan produk bank syariah ?
2. Apakah promosi dan lokasi berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Masyarakat Desa Kapuh Kecamatan Simpur kabupaten Hulu Sungai Selatan dalam menggunakan produk bank syariah ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah yang dipaparkan diatas, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi dan lokasi secara simultan terhadap Keputusan Masyarakat Desa Kapuh kecamatan Simpur Kabupaten Hulu Sungai Selatan dalam menggunakan produk bank syariah ?
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi dan lokasi secara parsial terhadap Keputusan Masyarakat Desa Kapuh kecamatan Simpur Kabupaten Hulu Sungai Selatan dalam menggunakan produk bank syariah ?

D. Manfaat Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis Diharapkan hasil penelitian ini dapat berguna sebagai bahan masukan bagi ilmu pengetahuan pada umumnya dan pengetahuan tentang pengaruh promosi dan lokasi terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa jurusan perbankan syariah untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta dapat digunakan sebagai pedoman pustaka untuk penelitian lebih lanjut.
2. Manfaat Praktisi
 - a. Bagi Lembaga Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan dalam meningkatkan dan mengembangkan mengenai

promosi serta lokasi terhadap masyarakat.

- b. Bagi Penulis Sebagai persyaratan guna menyelesaikan tugas akhir mahasiswa untuk memperoleh gelar strata (SI) program studi Perbankan Syariah di UIN Antasari Banjarmasin. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemikiran penulis mengenai pengaruh promosi dan lokasi terhadap keputusan Masyarakat desa kapuh kecamatan simpur kabupaten Hulu Sungai Selatan dalam menggunakan produk bank syariah.

E. Definisi operasional

Definisi operasional merupakan suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti, atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.

1. Promosi (X_1)

Menurut Yupiteri (2012) promosi merupakan usaha-usaha yang dilakukan oleh bank untuk lebih memperkenalkan bank tersebut kepada masyarakat luas baik melalui media elektronik maupun media cetak. Menurut Sutanto (2013) alat-alat promosi terdiri: advertising (periklanan), sales promotion (promosi penjualan), public relation and publicity (hubungan masyarakat dan publisitas), personal selling (penjualan perorangan),

direct marketing (pemasaran langsung). Promosi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah promosi yang dilakukan bank syariah.

2. Lokasi (X₂)

Menurut Kotler (1997) dalam penelitian Musnaini (2010) lokasi merupakan tempat penyampaian produk ke konsumen. Menurut Kasmir (2004) pertimbangan penentuan lokasi bank tidak dapat dilakukan secara sembarangan, tetapi harus mempertimbangkan berbagai faktor hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi suatu bank. Lokasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah lokasi bank syariah.

3. Keputusan (Y)

Keputusan pada dasarnya berarti hasil akhir dalam mempertimbangkan sesuatu yang akan dilaksanakan secara nyata. (Nawawi, 1993 : 152). Keputusan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keputusan masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah.

F. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian terdahulu yang peneliti kaji berkaitan dengan masalah yang akan peneliti angkat, peneliti menemukan beberapa tulisan yang berhubungan dengan penelitian sebagai berikut:

1) Penelitian ini dilakukan oleh Siti Maulifa (2017) yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Salatiga Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening” . Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa IAIN Salatiga dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Persamaan dari penelitian ini adalah variabel lokasi dan perbedaan penelitian ini adalah variabel fasilitas dan pengetahuan.

2) Dina Rahmawati (2016) dengan judul penelitian “Pengaruh Faktor Promosi, Lokasi, Religiusitas, Pelayanan, Dan Reputasi Terhadap Keputusan Anggota Menyimpan Dana Di BMT HIRA Cabang Tanon” penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dengan menggunakan sampel sejumlah 100 anggota dari anggota simpanan di BMT HIRA Tanon dan dalam penelitian yang dilakukan peneliti ini didapatkan hasil bahwa promosi, lokasi, pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Anggota menyimpan Dana di BMT HIRA Tanon sedangkan religiusitas dan reputasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Anggota Menyimpan Dana di BMT HIRA Tanon. Persamaan dari penelitian ini adalah variabel promosi dan lokasi sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan peneliti terdapat pada jumlah variabel yang diteliti dan fokus

penelitiannya.

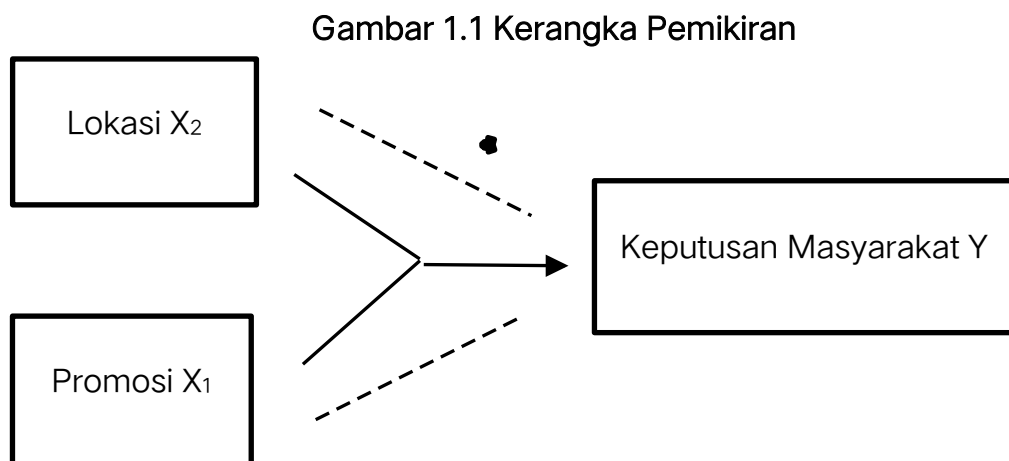
3) Budi Gautama Siregar (2016), dengan judul penelitian “Pengaruh Promosi dan Lokasi Usaha Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Giro Wadi’ ah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimuan” pada penelitian ini, peneliti menggunakan sampel kuantitatif dengan angket sebagai instrumen penelitiannya, dan mendapatkan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi bank merupakan variabel yang paling signifikan dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk Giro Wadi’ ah di PT. Bank Sumut Syariah cabang Padangsidipuan. Adapun persamaan dari penelitian ini adalah variabel promosi dan lokasi sedangkan perbedaan penelitian ini adalah peneliti meneliti tentang pengaruh promosi dan lokasi terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah sedangkan Budi Gutama Siregar meneliti tentang pengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah.

G. Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Jadi secara teoritis dapat dijelaskan hubungan antar variabel independen dan dependen (Sugiyono, 2014:60).

Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh promosi dan lokasi terhadap keputusan masyarakat desa kapuh kecamatan simpir kabupaten Hulu Sungai Selatan dalam menggunakan produk bank syariah..

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel terikat dan variabel bebas. Keputusan masyarakat sebagai variabel terikat (dependent variabel) yang dilambangkan dengan huruf (Y), sedangkan yang menjadi variabel bebas (independen variabel) yang dilambangkan dengan huruf (X) yaitu promosi (X₁) dan lokasi (X₂). Untuk mengetahui apakah elemen-elemen ini berpengaruh maka kerangka berpikir penulis gambarkan dalam penelitian ini sebagai berikut:



Keterangan :

-----: Menunjukkan pengaruh secara parsial antara promosi dan lokasi terhadap keputusan

menggunakan produk bank syariah.

—————→ : Menunjukkan pengaruh secara simultan antara promosi dan lokasi terhadap keputusan menggunakan produk bank syariah.

X_1 = Variabel independent (bebas) yaitu promosi

X_2 = Variabel independent (bebas) yaitu lokasi

Y = Variabel dependent (terikat) yaitu keputusan menggunakan produk bank syariah

H. Hipotesis

Hipotesis yang diduga dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H_0 : tidak terdapat pengaruh antara variabel promosi terhadap keputusan masyarakat desa kapuh kecamatan simpur kabupaten hulu sungai selatan dalam menggunakan produk bank syariah.
2. H_1 : terdapat pengaruh antara variabel promosi terhadap keputusan masyarakat desa kapuh kecamatan simpur kabupaten hulu sungai selatan dalam menggunakan produk bank syariah.
3. H_0 : tidak terdapat pengaruh antara variabel lokasi terhadap keputusan masyarakat desa kapuh kecamatan simpur kabupaten hulu sungai selatan dalam menggunakan produk bank syariah.
4. H_2 : terdapat pengaruh antara variabel lokasi terhadap keputusan

masyarakat desa kapuh kecamatan simpur kabupaten hulu sungai selatan dalam menggunakan produk bank syariah.

I. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini terdiri dari beberapa bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

Bab I merupakan pendahuluan yang penelitian disini terkait dengan pengaruh promosi dan lokasi terhadap keputusan masyarakat desa kapuh kecamatan simpur kabupaten hulu sungai selatan dalam menggunakan produk bank syariah. Kemudian dirumuskanlah permasalahan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika penulisan.

Bab II Pada bab ini menguraikan tentang landasan teori, penelitian yang relevan atau penelitian yang telah dilakukan sebelumnya berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, serta hipotesis.

Bab III merupakan metode penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, sumber data, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data , populusi dan sampel, teknik pengolahan data, dan analisis data yang digunakan dalam penelitian.

Bab IV merupakan hasil penelitian yang berisikan penyajian data dan analisis data yang berhubungan dengan pertanyaan yang ada dirumusan masalah

Bab V merupakan penutup, yang berisikan simpulan atau hasil dari penelitian dan juga saran.

