

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank adalah sebuah lembaga perantara keuangan atau bisa disebut *financial intermediary*, yang mana bisa disimpulkan bahwa lembaga bank merupakan lembaga yang aktivitasnya berhubungan dengan masalah uang. Contohnya, bisa menyimpan uang, memindahkan uang, memberi jaminan uang dan lain-lain.¹ Perbankan di Indonesia memiliki tujuan, fungsi dan asas dimana tujuan meningkatkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan serta stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat. Fungsi utamanya yaitu *financial intermediary* serta asas demokrasi ekonomi menggunakan prinsip *prudential banking* (menerapkan prinsip kehati-hatian).²

Adapaun Bank Syariah adalah bank yang mengikuti sistem ekonomi Islam. Fazlurrahman dalam Farida berpendapat bahwa ekonomi Islam para pembangun dan pendukungnya dibangun atas atau setidaknya diwarnai oleh prinsip-prinsip religious, yang berorientasi dunia dan akhirat. Hal mendasar yang membedakan antara Bank Syariah dan Bank Konvensional terletak pada pembagian keuntungan yang diberikan lembaga keuangan kepada nasabah. Serta perbedaan tujuan yang mana Bank Syariah didirikan untuk memberikan kesejahteraan material serta

¹ Setia Budhi Wilardjo, *Pengertian, Peranan, Dan Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia*, Vol. 2, No. 1, September 2004 – Maret 2005, 1

² Mutiara Hikmah, *Fungsi Bank Indonesia Sebagai Pengawas Perbankan Di Indonesia*, Vol. 3, No. 4 Oktober-Desember 2007, 515

spiritual sedangkan Bank Konvensional didirikan untuk mendapatkan keuntungan material sebesar-besarnya.³

Landasan hukum perbankan syariah terdapat pada Peraturan Pemerintah No. 72 tahun 1992 yang direvisi dengan Undang-Undang Tahun 1998 No. 10 tentang perbankan, bahwa mengakui eksistensi, peran serta fungsi bank syariah sebagai bank bagi hasil. Setelah itu diterbitkan Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 sebagai dasar hukum operasional bank syariah di Indonesia.⁴ Dengan Indonesia adalah negara yang mayoritas warganya muslim serta didukung oleh undang-undang yang dikeluarkan oleh pemerintah seharusnya membuat masyarakat tertarik menggunakan jasa perbankan syariah.

Pada saat ini bank syariah mengalami pertumbuhan yang positif. Berdasarkan data statistik perbankan syariah pada bulan September 2020 terdapat 14 BUS (Bank Umum Syariah), 20 UUS (Unit Usaha Syariah), dan 162 BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah) yang berkontribusi terhadap pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia. Selanjutnya pertumbuhan aset perbankan syariah mengalami peningkatan cukup signifikan, dapat dilihat dari total aset pada tahun 2019 sebesar Rp. 538, 32 Triliun dan pada tahun 2020 total aset perbankan syariah mencapai Rp.

³ Agus Marimin, Abdul Haris Romdhoni, Tira Nur Fitria, *Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia*, Vol. 01, No. 02, Juli 2015, 77-79

⁴ Trimulato Trimulato, *Eksistensi Perbankan Syariah Melalui Dominasi Pembiayaan Profit And Loss Sharing*, April 2021, Vol.2, No.1, 30-31

575, 85 Triliun.⁵ Hal ini menunjukkan minat masyarakat terhadap jasa perbankan syariah mengalami peningkatan.

Minat adalah aspek kejiwaan dan dapat mempengaruhi perilaku untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Dalam dunia perbankan maka sumber dana terbesar diperoleh dari nasabah yang melakukan transaksi salah satunya menabung.⁶

Statistik perbankan syariah yang dipublikasikan oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan) mencatat bahwa jumlah dana pihak ketiga perbankan syariah per September 2020 sebesar Rp. 460, 51 Triliun.⁷ Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat mulai percaya terhadap bank syariah menginvestasikan modalnya atau hanya sekedar menyimpan tabungannya di bank syariah.

Kepercayaan masyarakat terhadap jasa perbankan syariah tidak lepas dari promosi yang dilakukan oleh pihak bank melalui iklan di televisi, media sosial atau kegiatan-kegiatan yang dilakukan bank syariah untuk memperkenalkan diri kepada masyarakat. Menurut pendapat Laksana, promosi merupakan suatu komunikasi antara penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat bertujuan untuk merubah

⁵<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/laporan-perkembangan-keuangan-syariah-indonesia/Pages/Laporan-Perkembangan-Kuangan-Syariah-Indonesia-2020.aspx> diakses tanggal 8 November 2021, 06:03

⁶ Hutomo Rusdianto, Chanafi Ibrahim, *Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati*, Volume 4, No. 1, 2016, 49-50

⁷<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/laporan-perkembangan-keuangan-syariah-indonesia/Pages/Laporan-Perkembangan-Kuangan-Syariah-Indonesia-2020.aspx> diakses tanggal 17 November 2021, 17:54

sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal, sehingga menjadi pembeli serta tetap mengingat produk tersebut.⁸

Sehingga dengan adanya promosi, masyarakat mengetahui produk-produk yang terdapat di perbankan syariah menurut pendapat Sumarwan pengetahuan adalah informasi yang dimiliki seseorang mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang berkaitan dengan produk dan jasa tersebut dan informasinya yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.⁹ Hal ini menunjukkan semakin tinggi pengetahuan masyarakat akan bank syariah dan kelebihanannya akan mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabahnya.

Faktor lain yang mempengaruhi minat yaitu bagi hasil. Menurut Al-Qardhawi mengatakan kedua belah pihak akan berbagi keuntungan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati serta jika mengalami kerugian akan dirasakan bersama. Sistem bagi hasil pada bank syariah merupakan bentuk pembagian keuntungan yang didapat nasabah sebagai pemilik modal dengan bank sebagai pengelola modal. Terdapat prinsip-prinsip dalam system bagi hasil yaitu prinsip keadilan, prinsip kesederajatan, dan prinsip ketentraman.¹⁰

⁸ Mawardi, *Pengaruh Promosi Tabungan Bank SumselBabel Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Palembang*, Vol. 4, No. 1, 2018, 46

⁹ Sunardi, *Pengetahuan Konsumen Dan Keputusan Menjadi Nasabah (Kasus BSM Ka.Cab Pembantu BSD Tangerang Selatan)*, Vol. 06, NO. 2, 2015, 39

¹⁰ Novita Erliana Sari, Nik Amah, Yahya Eka Wirawan, *Penerapan Prinsip Bagi Hasil Daan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menabung Pada Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun*, Vol. 5, No. 2 2017, 61-62

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Taufik Saifudin (2018) mengatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Kota Salatiga menabung di bank syariah. Serta penelitian yang dilakukan oleh Naili Wahidah (2019) mengatakan bahwa Bagi Hasil memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah pada Bank BRI Syariah KCP Ungaran. Dan penelitian yang dilakukan oleh Indra Siswanti (2015) mengatakan bahwa factor pengetahuan memiliki pengaruh dan keterkaitan positif terhadap minat menabung.

Berdasarkan paparan diatas penulis tertarik meneliti salah satu bank yang berada di Kabupaten Sampang yaitu Bank Sampang. Dimana Bank Sampang adalah perusahaan milik pemerintah Kabupaten Sampang yang didirikan pada tanggal 4 Februari 2010 sebagai BPR konvensional. Pada tanggal 2 Januari 2013 merubah kegiatan usahanya menjadi BPR Syariah.¹¹ Salah satu produk yang terdapat di Bank Sampang adalah deposito mudharabah. Peneliti ingin menguji seberapa besar pengaruh promosi, bagi hasil dan pengetahuan nasabah terhadap minat menabung di Bank Sampang. Berdasarkan hal tersebut, maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **”Pengaruh Pengetahuan, Promosi Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Sampang” (Studi Kasus Nasabah Deposito Mudharabah).**

¹¹ <https://www.bprsbass.co.id/> diakses pada tanggal 4 November 2021, 09:40

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengaruh promosi, bagi hasil dan pengetahuan nasabah terhadap minat masyarakat menabung di Bank Sampang?
2. Apakah pengaruh promosi terhadap minat masyarakat menabung di Bank Sampang?
3. Apakah pengaruh bagi hasil terhadap minat masyarakat menabung di Bank Sampang?
4. Apakah pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Sampang?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sesuai dengan rumusan latar belakang yang telah diuraikan diatas, yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh promosi, bagi hasil dan pengetahuan nasabah terhadap minat masyarakat menabung di Bank Sampang.
- b. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat masyarakat menabung di Bank Sampang.
- c. Untuk mengetahui pengaruh bagi hasil terhadap minat masyarakat menabung di Bank Sampang.
- d. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat menabung di Bank Sampang.

2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi berbagai pihak, yaitu:

a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh promosi dan bagi hasil terhadap minat masyarakat menabung di Bank Sampang dengan pengetahuan masyarakat sebagai variabel mediasi.

b. Bagi Akademisi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat membantu para akademisi sebagai literasi kampus yang dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya, khususnya mahasiswa ekonomi syariah Fakultas Keislaman UTM.

c. Bagi Perbankan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan kepada bank syariah untuk menentukan langkah strategis agar dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di bank syariah.

d. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi ketika akan menabung di bank syariah. Sehingga masyarakat memiliki gambaran tentang kondisi perbankan syariah y

ang dapat memberikan keamanan penitipan dana serta menguntungkan bagi nasabah.

D. Sistematika Pembahasan

Sistematika dalam penelitian ini terbagi menjadi lima bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan..

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab landasan teori ini akan membahas teori-teori yang terkait dengan penelitian seperti: perilaku konsumen, promosi, bagi hasil, pengetahuan, minat dan Theory of Planned Behavior (TPB).

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab metode penelitian ini membahas metode yang akan digunakan dalam penelitian, seperti: jenis penelitian, populasi, sampel, pengumpulan data, teknik analisis data dan hipotesis.

BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan secara umum objek penelitian, jawaban dari rumusan masalah dan pembahasan mengenai hasil temuan dari penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan mengenai penelitian ini. Dapat diartikan bahwa bab lima ini merupakan jawaban yang sah dalam pokok permasalahan yang diterangkan dan telah dianalisis sebelumnya. Dalam bab ini juga menyertakan saran yang bermanfaat bagi penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Pada daftar pustaka ini berisi tentang rujukan berupa buku, jurnal dan website resmi sebagai penunjang keperluan penelitian.