

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini keberadaan dunia perbankan sangat dibutuhkan oleh pemerintah dan masyarakat untuk mendukung kegiatan maupun pertumbuhan perekonomian suatu Negara. Menurut Kasmir, semakin maju suatu Negara maka semakin besar peranan perbankan dalam mengendalikan Negara tersebut, di Negara-negara berkembang seperti Indonesia ini belum mengenal atau memahami bank dengan baik, sebagian masyarakat hanya memahami bank sebatas tempat meminjam dan menyimpan uang, bahkan terkadang masih banyak masyarakat yang tidak paham sama sekali tentang dunia perbankan. Apa lagi mengenai perbankan syariah yang masih banyak masyarakat yang belum paham betul mengenai system dan cara kerja dalam perbankan syariah (Agisnawati Hamzah, 2018).

Keberadaan perbankan syariah di Indonesia tidak terlepas dari sistem perbankan Indonesia secara umum. Perbankan syariah mulai dikenal pada tahun 1992 setelah diberlakukannya UU No. 7 Tahun 1992 yang memungkinkan bank syariah menjalankan kegiatan operasionalnya berdasarkan asas bagi hasil. Menurut Zain (2017) bank syariah mampu memenuhi kebutuhan masyarakat yang menginginkan sistem perbankan yang berlandaskan pada syariat Islam. Dewasa ini, umat Islam mulai memiliki kesadaran untuk menghindari praktik riba dalam kegiatan perbankan dan berpikir untuk memindahkan dananya. Layaknya badan usaha pada umumnya yang berorientasi pada pasar,

cara pandang tersebut dinilai sebagai mangsa pasar yang strategis sehingga banyak bank umum di Indonesia mulai membuka unit syariah hingga menjadi anak perusahaan syariah dengan sistem perbankan terpisah atau sesuai syariah yaitu bank syariah. Lambat laun ekspansi perbankan syariah mengalami peningkatan yang dapat dinilai dari meningkatnya jumlah kantor cabang syariah di Indonesia (Isnaeni Pamilih, Ratieh Widhiastuti, 2020).

Dalam hal ini Persaingandunia perbankan antara bank syariah dan bank konvensional dalam merangsang minat nasabah untuk menabung dilakukan dengan berbagai strategi untuk menghimpun dana dari masyarakat. Strategi ini dilakukan dengan variasi produk, penawaran tingkat bunga cukup tinggi, pembukaan kantor cabang, undian hadiah dan kampanye di media masa (Dwi Mantoro, 2019).

Menurut Ismail, (2011) BSI adalah bank yang secara operasional berbeda dengan bank konvensional. Salah satu ciri bank syariah Indonesia yaitu tidak menerima atau membebankan bunga kepada nasabah. Akan tetapi menerima dan membebankan bagi hasil serta imbalan lain yang sesuai dengan akad-akad yang diperjanjikan dan merupakan salah satu bank syariah yang eksistensinya juga tidak kalah dengan perbankan-perbankan lainnya termaksud dalam bagi hasil dan cara promosi serta hal-hal lain untuk menarik minat calon nasabah dalam hal penyimpanan dana maupun penyaluran dananya di bank. Pemahaman bagi hasil dan kegiatan promosi bank yang dinilai menjadi faktor mendasar dalam mendorong minat nasabah dalam menabung di

Bank Syariah Indonesia. (Sudarmansyah, Reni Ria Armayani Hasibuan, 2022).

Menurut Djoko Muljono, (2015) bagi hasil adalah kerja sama antara dua atau lebih dari pihak pemilik modal (shahibul maal) yang mempercayakan sejumlah modal dengan kontribusi seratus persen modal dari pemilik modal kepada pengelola (mudharib). Dengan perjanjian di awal antara penyedia modal dengan pengusaha, bahwa setiap keuntungan yang diraih akan dibagi menurut rasio tertentu yang disepakati. (Karina Halimah Asmar, 2019).

Menurut Widayani Wahab (2016), tingkat bagi hasil berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung nasabah. Hasil temuan ini terjadi karena tingkat bagi hasil adalah hal yang begitu dominan dalam mendorong seseorang nasabah dalam membuka rekening tabungan di bank syariah. Pihak manajemen bank harus melakukan persaingan tingkat bagi hasil dengan bank pesaing secara berkelanjutan, karena nasabah mempertimbangkan tingkat bagi hasil dalam menentukan apakah ia akan menabung atau tidak di suatu bank syariah. Atau manajemen bank syariah harus mengeluarkan biaya yang besar untuk mempromosikan kepada masyarakat bahwa bank yang dikelolanya memiliki sistem bagi hasil yang menggiurkan. (Dwi Mantoro, 2019)

Menurut Indriyo (2000) Promosi berarti aktivitas yang menyampaikan produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya. Dengan diadakan promosi maka masyarakat mengetahui apa saja yang diberikan oleh bank serta menambah minat masyarakat untuk menabung. Selain adanya promosi dari pihak bank, tentunya beberapa

masyarakat sudah mengetahui adanya bank syariah beserta sistem dan produk-produknya entah dari teman atau saudaranya, pelajaran di sekolah atau di kampus atau dari media-media yang lain. Dewasa ini perusahaan dalam mempromosikan dirinya sudah banyak berinovasi melalui berbagai media. Dengan kata lain, semakin unik dan menarik inovasi dalam promosi tentunya akan mempengaruhi pandangan masyarakat dalam mengambil tindakan. (Mochamad Yoga Arifianto, 2020)

Menurut A. Hardian (2015), promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa Perbankan Syariah tabungan mudharabah sedangkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fahrudin, dan Yulianti (2015). Di hasilkan kesimpulan bahwa variabel promosi, mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di bank mandiri Surabaya. Tanpa promosi yang baik sulit rasanya suatu bank mampu bersaing dengan bank lainnya dalam menarik perhatian calon nasabah, karena nasabah akan memilih bank yang mampu mewedahi setiap kebutuhannya dengan produk produk di bank tersebut. Promosi yang tepat akan meningkatkan keputusan nasabah untuk bermitra dengan sebuah bank. Efektifitas promosi sangat tergantung dari pemilihan bentuk promosi yang diperlukan terhadap produk yang dipasarkannya. Suatu jenis produk tertentu memerlukan bentuk promosi tertentu pula dan jenis promosi yang lain harus dipergunakan bentuk promosi yang lain pula. Dengan kata lain tidak semua bentuk promosi dapat cocok dan menjamin keberhasilan promosi tersebut apabila tidak sesuai

dengan kondisi yang dimiliki oleh suatu produk. (Afi Khairunnisa, 2020)

Bank syariah yang akan menjadi objek penelitian ini bertempat di Jalan Sukowati, Raha 1, Kecamatan Katobu, Kota Raha Kabupaten Muna. Bank BSI ini resmi didirikan pada 1 februari 2021 sebagai hasil penggabungan antar bank BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan Bank BNI Syariah. Namun ada beberapa masalah yang menjadi faktor kecenderungan nasabah atau calon nasabah yang ingin bermitra pada bank tersebut. Adanya minim persepsi mengenai system perbankan syariah yaitu salah satunya bagi hasil dan promosi yang ada pada bank BSI Kantor Cabang Pembantu Muna dikarenakan bank yang belum lama berdiri tepatnya dikota Raha ini belum terlalu luas jangkauannya pada masyarakat, hal ini dapat dilihat dri jumlah penduduk Kabupaten Muna yang berjumlah 227.941(2017) dan 98,07% yang beragama islam, tetapi jumlah nasabah pada Bank BSI Kantor Cabang Pembantu Muna hanya sebesar 2000 orang (2002). Sehingga jumlah tersebut dan persepsi masyarakat terhadap bank syariah merupakan hal urgent yang harus diperhatikan dalam rangka mengukur, merencanakan dan menerapkan strategi pengembangan Bank syariah dibidang apapun. Untuk memahami bank syariah tentunya akan berhadapan dengan suatu sudut pandang baru yaitu hubungan bank dengan nasabah adalah hubungan kemitraan atau akad antara investor pemilik dana dengan investor pengelola dana atau mudharib yang bekerjasama untuk melakukan usaha yang produktif dan berbagi secara adil sesuai dengan akad yang sudah ada sebelumnya.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dapat kita ketahui bahwa apakah variabel bagi hasil dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung. Oleh sebab itu, maka penting untuk dilakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Bagi Hasil Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah Indonesia (Bsi) Kantor Cabang Pembantu Muna (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Raha)**”

1.2. Batasan Masalah

Dalam melakukan sebuah penelitian, pembatasan masalah merupakan salah satu hal yang penting yang harus dilakukan oleh peneliti. Oleh sebab itu peneliti harus memberikan pembatasan masalah agar penelitian ini lebih terarah dan fokus pada permasalahan yang akan diteliti. Pembatasan masalah yang akan dilakukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Fokus penelitian ini adalah pada variabel *bagi hasil* dan *promosi* terhadap minat menabung masyarakat kota Raha di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP. Muna.
- 2) Penelitian ini membahas tentang variabel mana yang paling mempengaruhi minat menabung masyarakat kota Raha di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP. Muna.

1.3. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelittian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah bagi hasil berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di Bank BSI Kantor Cabang Pembantu Muna ?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di Bank BSI Kantor Cabang Pembantu Muna ?
3. Apakah bagi hasil dan promosi berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di Bank BSI Kantor Cabang Pembantu Muna ?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah bagi hasil berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di Bank BSI Kantor Cabang Pembantu Muna.
2. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di Bank BSI Kantor Cabang Pembantu Muna.
3. Untuk mengetahui apakah bagi hasil dan promosi berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di Bank BSI Kantor Cabang Pembantu Muna

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam berbagai aspek, antara lain:

1.5.1 Manfaat praktis

Diharapkan hasil dari penelitian terkait dengan Pengaruh Bagi Hasil Dan Promosi terhadap minat menabung nasabah di Bank BSI

Kantor Cabang Pembantu Muna ini dapat memberikan informasi dan referensi kepada pemilik dana atau investor dalam mengambil keputusan untuk menabung dibank BSI Kantor Cabang Pembantu Muna.

1.5.2 Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sumber pengetahuan dan referensi mahasiswa utamanya dalam hasil dari penelitian ini dapat juga menjadi referensi mahasiswa yang akan meneliti dimasa yang akan datang.

1.6. Definisi Operasional

1.6.1. Bagi Hasil

Menurut (Antonio, 2001:90), bagi hasil adalah suatu system pengolahan dana dalam perekonomian islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (shahibul maal) dan pengelola (mudharib). Persepsi tentang system bagi hasil adalah bahwa system bagi hasil ini lebih sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, lebih menguntungkan dan telah memenuhi rasa keadilan bagi semua pihak. Bank syariah adalah perbankan yang memberikan pelayanan kepadanasabah dengan bebas bunga (interst free banking) tetapi menerapkan system bagi hasil (profit and loss sharing).

1.6.2. Promosi

Menurut (Fajar Laksana, 2008:133), promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli,

yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.

1.6.3. Minat Menabung

1) *Minat*

Menurut Slameto (2007), minat merupakan suatu dorongan yang kuat dalam diri seseorang terhadap sesuatu. Minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.

2) *Menabung*

Menabung adalah menyisihkan sebagian besar uang yang anda miliki untuk disimpan. Menabung ialah salah satu cara dalam mengelola keuangan untuk mencapai keinginan anda. Menurut KBBI Menabung itu sendiri memiliki satu arti. Menabung tersebut berasal dari kata dasar yakni tabung. Menabung itu memiliki arti kedalam golongan atau kelas kata kerja (verba) sehingga menabung bisa menyatakan sebuah tindakan, keberadaan, pengalaman, atau pengertian dinamis lainnya.

1.7. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang menjadi langkah dalam penyusunan proposal penelitian ini selanjutnya yaitu:

BAB I. PENDAHULUAN

BAB ini berisi tentang latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional dan sistematika pembahasan

BAB II. KAJIAN PUSTAKA

BAB ini memuat uraian tentang penelitian terdahulu yang relevan, landasan teori, kerangka pikir dan hipotesis.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Memuat secara rinci jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada BAB ini memuat uraian mengenai hasil yang diperoleh dalam penelitian yang meliputi gambaran atau karakteristik analisis data, pembahasan atas hasil pengelolaan data.

BAB V. PENUTUP

BAB V yaitu bagian penutup, pada bagian ini diuraikan mengenai kesimpulan dari pembahasan yang telah dikaji dalam bab-bab sebelumnya serta berisi saran agar penerapan kajian kedepannya lebih efektif dari sebelum-sebelumnya.

