

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tujuan dari kegiatan pemasaran adalah mempengaruhi konsumen agar bersedia membeli produk pada saat mereka membutuhkannya. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus berusaha meningkatkan pelayanan (*services*) sebagai prasarana dan barang (*goods*) sebagai penyangga dalam menarik hati atau minat konsumen.

Sistem perbankan pada hakekatnya merupakan bagian dari sistem keuangan yang mempunyai cakupan luas yaitu lembaga keuangan sebagai lembaga intermediasi, instrumen keuangan seperti saham, surat berharga pasar uang, dan obligasi. Lembaga keuangan memberikan jasa intermediasi berupa jembatan antara surplus unit dengan defisit unit dalam ekonomi.

Masalah pokok yang paling sering dihadapi oleh perusahaan tidak terlepas dari kebutuhan akan dana (modal). Kebutuhan akan dana ini diperlukan untuk modal investasi ataupun modal kerja. Perusahaan yang bergerak dibidang keuanganlah yang memegang peranan penting dalam memenuhi kebutuhan dana. Hal ini disebabkan perusahaan keuangan memang bidang utama usahanya adalah menyediakan pembiayaan dana bagi perusahaan lainnya.

Secondary Financial Intermediation, adalah lembaga keuangan yang memanfaatkan dana pinjaman dari lembaga keuangan lain, yang termasuk ke dalam kategori ini adalah lembaga keuangan bukan bank. Jelaslah, bahwa

lembaga keuangan terdiri atas bank dan lembaga keuangan bukan bank, (diantaranya lembaga pembiayaan pembangunan, lembaga perantara penerbitan dan perdagangan surat-surat berharga).

Di dalam kiprahnya, bisnis perbankan merupakan salah satu jenis usaha jasa yang saat ini tidak lepas dari iklim yang ketat. Sejak pemerintah menggulirkan kebijakan deregulasi dibidang moneter 1 Juni 1987, yang disusul dengan deregulasi di bidang perbankan pada tanggal 27 Oktober 1988 yang dikenal dengan pakto 27, kebijakan tersebut diantaranya mencakup kemudahan pembukaan kantor cabang dan pendirian bank swasta baru, baik bank swasta nasional, bank asing, bank campuran, maupun bank perkreditan rakyat (BPR). Kemudahan yang ditawarkan mengakibatkan jumlah bank dan kantor cabang bertambah pesat. Akibatnya persaingan disektor perbankan pun menjadi semakin tajam.

Apabila dilihat dari segi atau cara menentukan laba (keuntungan), bank dapat dibagi menjadi dua yaitu Bank Konvensional dan Bank Syari'ah.

Bank Konvensional adalah bank yang menentukan laba (keuntungan) kepada nasabahnya berdasarkan pada bunga, untuk produk simpanan seperti giro, tabungan maupun deposito.

Bank Syari'ah adalah bank yang menentukan laba (keuntungan) kepada nasabahnya berdasarkan pada syariat Islam dalam sistem kerja sama dengan prinsip bagi hasil.

PT. Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah Berkah Dana Fadhlillah panam Pekanbaru merupakan salah satu perbankan yang operasionalnya berlandaskan syari'ah yang siap bersaing dengan bank-bank lainnya terutama dengan bank

konvensional. Untuk menarik simpati masyarakat, BPRS memiliki produk yang ditawarkan kepada nasabah yaitu : (1). Tabungan (2). Tabungan Berkah (3). Tabungan Tarbiyah (Pendidikan) (4). Tabungan Arafah (Haji) (5). Tabungan Qurban (6). Tabunganku (7). Deposito Berkah.

Dari produk usaha yang dijalankan, perbankan syariah merasa mampu menciptakan bentuk sistem pendanaan yang berbeda dengan yang ada di bank konvensional. Dengan adanya sistem perbankan syariah masyarakat dapat memilih apakah mereka menggunakan sistem bunga pada bank konvensional yang dilarang dalam agama Islam atau sistem bagi hasil yang terdapat pada bank syariah.

Tabel I.1
Jumlah Nasabah yang menabung pada PT.BPRS Berkah
Dana Fadhlillah panam Pekanbaru Tahun 2008-2012

Tahun	Jumlah Nasabah	Persentase kenaikan/penurunan jumlah nasabah
2008	700	-
2009	956	26,7%
2010	1150	16,8%
2011	1214	5,3%
2012	1263	3,9%
Total	5283	52,7%

Sumber : PT.BPRS Berkah Dana Fadhlillah

Dari tabel diatas dapat terlihat jumlah nasabah pada PT BPRS Berkah Dana Fadhlillah panam Pekanbaru mengalami kenaikan dari tahun ketahun.

Pada tahun 2009 dimana jumlah nasabah mengalami peningkatan sebesar 26.7% dengan penambahan jumlah nasabah sebanyak 256 orang

sedangkan pada tahun 2010 peningkatan nasabah sebesar 16.8% dari tahun 2009 dimana jumlah nasabah bertambah sebanyak 194 orang sedangkan pada tahun 2011 diketahui jumlah nasabah terjadi kenaikan sebesar 5.3% dari tahun 2010 dimana jumlah nasabah bertambah sebanyak 64 orang sedangkan pada akhir tahun 2012 diketahui jumlah nasabah meningkat sebanyak 3.9 % dengan penambahan jumlah nasabah sebanyak 49 orang.

Konsumen akan membeli dari perusahaan yang mereka yakini memberi nilai bagi pelanggan (*Customer Delivered Value*) yang tinggi. Namun salah satu yang masih dikeluhkan nasabahnya adalah pada hari-hari kerja, saat padat nasabah menabung menimbulkan antrian panjang dan kurang cepat kinerja para pegawainya. Pelayanan ini dapat mempengaruhi citra bank dimata nasabah.

Seringkali terjadi ketidaksesuaian nasabah setelah menabung disuatu bank tertentu, karena tidak sesuai dengan keinginan atau gambaran sebelumnya. Karena itu dalam melakukan promosi ada beberapa faktor yang harus diperhatikan untuk mendukung kegiatan tersebut. Agar kegiatan promosi dapat berjalan dengan lancar, perlu adanya tujuan yang jelas dari kegiatan promosi yang akan dilakukan oleh bank tersebut. Promosi berkenaan pula dengan mempengaruhi tingkah laku pembeli, maka kegiatan promosi sangatlah penting dalam meningkatkan nasabah. Karena dengan promosi, nasabah dapat mengetahui tentang sifat dan karakteristik produk yang ditawarkan oleh bank.

Faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menabung adalah Kualitas pelayanan, Promosi, Reputasi dan Lokasi. Lokasi suatu bank akan mempengaruhi kelancaran dari usaha tersebut. Sejalan dengan semakin menjamurnya bank-bank yang menawarkan usaha di bidang yang sama. Lokasi BPRS Berkah Dana Fadhlillah Panam Pekanbaru sangat strategis, mudah dijangkau dengan transportasi umum, dekat dengan pusat keramaian dan merupakan lokasi yang aman, merupakan faktor yang menarik masyarakat untuk menjadi nasabah. Atas dasar pertimbangan sebagaimana diuraikan diatas maka perlu diadakan penelitian yang berjudul: **“Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syari’ah (BPRS) Berkah Dana Fadhlillah Panam Pekanbaru”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah :

- a. Faktor-Faktor apakah yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di PT. Bank Perkreditan Rakyat Syari’ah (BPRS) Berkah Dana Fadhlillah Panam Pekanbaru?
- b. Faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di PT. Bank Perkreditan Rakyat Syari’ah (BPRS) Berkah Dana Fadhlillah Panam Pekanbaru?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di PT. Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah (BPRS) Berkah Dana Fadhlillah Panam Pekanbaru.
- b. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di PT. Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah (BPRS) Berkah Dana Fadhlillah Panam Pekanbaru.

1.3.2 Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis

Kegunaan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan dan memperkaya cakrawala pandang dalam bidang manajemen, khususnya manajemen pemasaran.

- b. Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti Sebagai suatu pengalaman belajar dalam kegiatan penelitian, sehingga dapat melakukan komparasi antara teori dan kenyataan.
2. Bagi Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar perkembangan dalam menentukan setrategi pemasaran khususnya yang berkaitan dengan Kualitas

Pelayanan, Promosi Reputasi serta Lokasi terhadap keputusan menabung di Bank.

3. Bagi pembaca (peneliti lainnya) Memberikan informasi yang berguna bagi penelitian yang akan datang sehingga bermanfaat bagi masyarakat luas.

1.4 Sistematika Penulisan

Adanya sistematika penulisan ini dimaksudkan untuk mempermudah dalam bab-bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, pembatasan dan perumusan masalah, tujuan, kegunaan penelitian, sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Dalam bab ini dibahas tentang pengertian keputusan, pengertian Ekonomi Islam, pengertian bank, perbedaan bank, sistem syariah, pengertian kredit dan landasan teori, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menabung di bank yang terdiri dari kualitas pelayanan, promosi, reputasi dan lokasi, hipotesis, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan tentang beberapa variabel penelitian yang sudah ditentukan, jumlah sampel yang diteliti,

jenis dan metode analisis yang diteliti, jenis dan metode analisis yang diteliti untuk menguji kebenaran.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisikan tentang sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan kegiatan perusahaan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini penulis akan mengemukakan hasil penelitian tentang keputusan nasabah menabung pada BPRS Berkah Dana Fadhlillah Panam Pekanbaru.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan tentang analisis data dan saran. Dalam bab ini akan diuraikan kesimpulan dan saran hasil pemecahan untuk masalah peneliti.