BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, baik bisnis yang bergerak di bidang manufaktur maupun jasa. Perkembangan perekonomian secara menyeluruh yang diiringi dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan menciptakan sebuah persaingan yang semakin ketat dan tajam, baik di pasar domestik maupun di pasar internasional. Oleh karena itu dalam persaingan yang demikian, perusahaan dituntut untuk dapat memuaskan pelanggannya dengan menciptakan produk-produk berkualitas sesuai dengan keinginan konsumen.

Sektor jasa dewasa ini telah mengalami peningkatan yang dramatis, dinamika yang terjadi pada sektor ini terlihat dari perkembangan berbagai industri jasa seperti perbankan, asuransi, penerbangan, telekomunikasi, pariwisata dan perusahaan-perusahaan jasa profesional seperti kantor akuntan, konsultan, dan pengacara. Seiring dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, maka konsumsi akan barang-barang pokok selain makanan, pakaian, dan perumahan, juga semakin meningkat.

Dunia perbankan saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, sehingga keadaan ini menimbulkan bisnis perbankan yang kompetitif dan ketat. Kenyataan seperti ini tidak dapat dipungkiri lagi sehingga setiap bank dituntut

untuk menggunakan berbagai cara dalam menarik minat masyarakat. Bank sebagai lembaga keuangan yang usaha utamanya memberikan jasa penyimpanan dan menyalurkannya kembali dalam berbagai alternatif pinjaman kepada masyarakat juga perlu memfokuskan pada kinerja pelayanan untuk memuaskan pelanggannya.

Seiring dengan perkembangan yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia di era globalisasi ini, kondisi sosio ekonomi masyarakat juga mengalami perubahan terutama nilai-nilai dan cara pandang yang dianut masyarakat. Semakin banyaknya perusahaan penyedia barang dan jasa akan menuntut masyarakat untuk lebih teliti dan kritis dalam memilih segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat pemenuhan kebutuhan perubahan kondisi masyarakat tersebut merupakan salah satu penyebab semakin ketatnya persaingan di segala bidang.

Dunia perbankan sangat penting bagi perekonomian Indonesia, sehingga ada anggapan bahwa bank merupakan nyawa untuk menggerakan roda perekonomian suatu negara (Kasmir, 2004), tetapi ”roda” perbankan tidak dapat berjalan dengan baik apabila tidak didukung dengan adanya nasabah. Namun perekonomian Indonesia, sejak tahun 1997/1998 dilanda krisis. Sejak krisis ekonomi ini, pemerintah melikuidasi 16 bank pada tanggal 1 November 1997, sebagian nasabah mengalami kesulitan mengambil uang tabungan di bank-bank tersebut. Semenjak itu kepercayaan masyarakat terhadap perbankan nasional menurun drastis. Kejadian ini mengakibatkan perubahan perilaku nasabah, seperti

memindah rekening ke bank lain, khususnya pada bank pemerintah. Alasannya, bank pemerintah dianggap dapat memberikan jaminan keamanan yang lebih baik.

Adanya permasalahan di atas, banyak masyarakat menjadi enggan menginvestasikan dananya, karena bank bukan tempat yang aman lagi untuk berinvestasi. Bank tidak lagi memberikan keuntungan bagi masyarakat dan sebaliknya, bank menambah beban masyarakat dengan segala permasalahannya.

Sejak krisis ekonomi 1998 menimpa industri perbankan Indonesia, sepanjang 2005 laba perbankan per Desember 2005 mengalami penurunan 23,5%. Menurut Biro Riset Info Bank (Anonim, 2005), laba perbankan turun menjadi Rp. 22,65 triliun selama 2005 dari Rp. 29,64 triliun selama 2004.

Pada saat krisis ekonomi dan moneter 1997-1998 perbankan nasional mengalami kesulitan (seperti uraian di atas). Tingkat suku bunga yang tinggi menyebabkan biaya modal sektor usaha tinggi pula sehingga berujung pada kemerosotan kemampuan usaha sektor produksi. Kualitas aset perbankan pun anjlok. Di sisi lain, sistem perbankan diwajibkan terus memberi imbalan kepada depositor sesuai dengan tingkat suku bunga yang berlaku di pasar. Daya saing sektor produksi yang rendah berdampak pula pada pengurangan peran sistem perbankan dalam menjalankan fungsinya sebagai intermediator kegiatan investasi. Selama priode krisis tersebut bank syariah yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip bagi hasil dan bukan suku bunga mampu menunjukkan kinerja yang lebih baik dibandingkan dengan bank-bank konvensional.

Keadaan itu tercermin pada non performing finance (NPF) atau pembiayaan bermasalah yang rendah serta tak terjadi negative spread dalam operasionalnya. Kenyataan tersebut dapat dipahami karena tingkat pengembalian pada bank syariah tidak mengacu pada tingkat suku bunga dan akhirnya bisa menyediakan dana investasi dengan biaya modal lebih rendah kepada masyarakat.Tidak mengherankan apabila bank syariah pada saat itu dapat menyalurkan dana ke sektor produksi dengan financing to deposit ratio (FDR) atau rasio pembiayaan dan simpanan berkisar 113%-117%.(Subeno, 2004)

Peristiwa bersejarah itu menjadi bukti bank syariah yang tidak mendasarkan diri pada sistem suku bunga sebagaimana bank konvensional tetap survive dalam situasi krisis sehingga bisa dijadikan andalan dalam perekonomian. Bandingkan dengan perbankan konvensional yang pada saat krisis tersebut kolaps. Banyak bank berguguran dan tak sedikit pula yang harus disuntik oleh pemerintah dengan dana ratusan triliun rupiah agar perbankan nasional tidak ambruk. Bahkan setelah krisis yang memporak-porandakan perekonomian nasional berangsur-angsur pulih, puluhan bank terpaksa dilikuidasi dan beberapa yang lain masih harus disuntik modal agar sehat, keadaan itu berbeda dari bank syariah yang tetap saja bisa tumbuh dan berkembang walaupun di masa krisis.

Bukti di atas telah menunjukkan bagaimana kualitas dari Bank Syariah, tetapi perkembangan suatu Bank tidak akan lepas dari perkembangan jumlah nasabahnya pula. Jadi dalam usaha meningkatkan kemajuan suatu Bank tetap terletak pada pemasaran dan tidak cukup hanya menawarkan keunggulannya saja

agar minat masyarakat khususnya nasabah yang menabung di Bank Syariah semakin meningkat. Hal yang harus dilakukan oleh Bank Syariah yaitu penyediaan produk yang harus disesuaikan dengan keinginan masyarakat dan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang berdampak pada minat menabung kembali oleh pelanggan tersebut.

Strategi bank pada umumnya untuk meningkatkan pemasaran produknya yaitu dengan mengeluarkan variasi produk, penawaran tingkat bunga yang cukup tinggi, pembukaan kantor cabang, undian berhadiah, dan kampanye di media massa. Strategi tersebut diharapkan dapat menarik minat masyarakat untuk menabung di bank. Penerapan strategi yang mengedepankan dari keunggulan bank tersebut bisa berhasil apabila masyarakat mengetahui tentang keunggulan bank tersebut secara nyata atau bisa dirasakan. Pengetahuan masyarakat sebagai pengguna jasa bank tentang keunggulan bank akan mempunyai dampak terhadap keberhasilan penerapan strategi bank dan juga pertumbuhan serta perkembangan bank itu sendiri.

Kebanyakan masyarakat mendapatkan pengetahuan diperoleh melalui informasi dan juga pengalaman baik pribadi maupun dari orang lain. Pengalaman dan informasi ini terbentuk akibat adanya kualitas pelayanan bank. Menurut Philip Kotler, (1999) teridentifikasi ada lima karakteristik yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan jasa, yaitu : 1) Responsivness (daya tanggap) 2) Reliability (kehandalan), 3) Assurance (jaminan), 4) Emphaty (perhatian) dan

Tangibles (kemampuan fisik). Kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 unsur tersebut dan dapat dilakukan dengan baik dipastikan akan terekam di dalam memory pengguna jasa selanjutnya dipastikan untuk diceritakan kepada orang lain sehingga segala informasi yang diberikan oleh pihak bank juga ikut diceritakan oleh pengguna jasa yang merasa puas terhadap kualitas pelayanan. Harapan dari kepuasan pelanggan yang bercerita kepada orang lain adalah menjadikan orang lain juga meningkat pengetahuannya (walaupun orang lain tersebut kemungkinan sudah mengetahui dari informasi yang disediakan oleh bank melalui media massa atau lainnya) terhadap bank tersebut dan akhirnya orang tersebut semakin berminat untuk menggunakan jasa bank itu, baik melakukan kredit, menambung, dan transaksi bank lainnya.

Menabung merupakan suatu aktivitas guna memenuhi suatu kebutuhan yaitu jaminan akan materi. Menabung merupakan kegiatan atau aktivitas yang memerlukan adanya keinginan dalam diri seseorang untuk menyisihkan dan menyimpan uangnya di bank. Menabung memerlukan minat agar perilakunya terarah pada aktivitas tersebut (menabung).

Sesuai uraian di atas maka peneliti tertarik untuk mengambil judul **”Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengetahuan Mahasiswa Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta pada Perbankan Syariah di Surakarta.”**

B. Perumusan Masalah

Bertitik tolak pada latar belakang masalah tersebut di muka, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap minat menabung mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta pada perbankan Syariah di Surakarta?
2. Apakah ada pengaruh yang signifikan variabel pengetahuan mahasiswa terhadap minat menabung mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta pada perbankan Syariah di Surakarta?
3. Apakah ada pengaruh yang signifikan variabel kualitas pelayanan dan pengetahuan mahasiswa terhadap minat menabung mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta pada perbankan Syariah di Surakarta?
4. Variabel manakah paling besar pengaruhnya dari kualitas pelayanan dan pengetahuan mahasiswa terhadap minat menabung mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta pada perbankan Syariah di Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan perbankan Syariah terhadap minat menabung mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta pada perbankan Syariah di Surakarta.

2. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan mahasiswa Surakarta tentang perbankan syariah terhadap minat menabung mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta pada perbankan Syariah surakarta.
3. Untuk menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan perbankan dan pengetahuan mahasiswa terhadap minat menabung mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta pada perbankan Syariah surakarta.
4. Untuk menganalisis manakah variabel paling besar pengaruhnya diantara kualitas pelayanan dan pengetahuan mahasiswa terhadap minat menabung mahasiswa Universitas Muhammadiyah pada perbankan Syariah di Surakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

   Untuk meningkatkan pengetahuan, tentang manajemen perbankan Syariah khususnya di kualitas pelayanan perbankan Syariah dan juga meningkatkan minat nasabah perbankan Syariah.

2. Manfaat praktis

   a) Bagi penulis

      Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai bagian dari perilaku konsumen, kaitannya dengan minat menabung di perbankan Syariah.

b) Bagi Perbankan Syariah

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan salah satu data acuan dalam mengembangkan dalam peningkatan pelayanan nasabah. Disamping diharapkan hasil penelitian ini juga dapat bermanfaat bagi perusahaan lain yang bergerak pada bidang yang sama dengan obyek penelitian.

c) Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi pembaca kajian ilmu terutama yang berkaitan dengan bidang pemasaran.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini akan disusun sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan menguraikan tentang tinjauan pustaka yang berkaitan dengan teori dalam penelitian ini, yaitu pengertian perilaku konsumen, faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, pengertian minat, faktor yang mempengaruhi minat, pengetahuan, Bank Syariah, sistem oprasioanal perbankan Syariah, ruang lingkupnya dan penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang kerangka pemikiran, hipotesis, definisi operasional variabel, lokasi penelitian, populasi, sampel, jenis dan teknik pengumpulan data, analisis statistik deskriptif, uji instrumen penelitian serta teknik analisis data yang direncanakan akan dipakai dalam penelitian ini.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum Universitas Muhammadiyah Surakarta dan hasil penelitian yang meliputi uji instrumen (validitas dan reliabilitas), analisis deskriptif (karakteristik responden), analisis regresi berganda, uji hipotesis, uji R^2 (koefisien determinasi), uji asumsi klasik serta pembahasan.

BAB V PENUTUP

Merupakan bab terakhir dalam penulisan ini yang berisi simpulan dan saran peneliti melihat dari hasil penelitian yang didapat demi kemajuan perbankan Syariah yang diharapkan ada manfaatnya bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca.

LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA