

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sektor perbankan masih berperan sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi di Indonesia, artinya perbankan tetap menjadi pemain utama di sistem keuangan nasional. Bank sebagai agen pembangunan (*agent of development*) terutama bagi bank-bank milik pemerintah diharapkan mampu memelihara kestabilan moneter. Memelihara kestabilan moneter salah satunya bisa dilakukan dengan mengatur perputaran uang di masyarakat melalui peranan bank sebagai perantara keuangan (*financial intermediary*). Fakta menunjukkan bahwa dewasa ini hampir semua sektor yang berkaitan dengan kegiatan keuangan membutuhkan jasa bank sehingga peran sebagai perantara keuangan yang dimiliki oleh bank dengan melakukan penghimpunan dan penyaluran dana juga akan menunjang kelancaran aktivitas perekonomian.

Menurut Undang-undang RI No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan menyebutkan bahwa “Bank 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”.

Akan tetapi tahun 1998 Indonesia dilanda krisis ekonomi yang membawa dampak sangat besar bagi dunia perbankan di Indonesia. Dampak-dampak tersebut menyebabkan perubahan yang mempunyai pengaruh terhadap

kondisi perbankan. Sehubungan dengan terjadinya krisis ekonomi dan perubahan-perubahan yang ditimbulkan menyebabkan banyak bank yang dilikuidasi dan juga banyak yang terpuruk, sehingga kegiatan operasionalnya harus didampingi oleh bank lain.

Saat ini perbankan di Indonesia mulai berkembang dengan pesat lagi semenjak adanya campur tangan dari pemerintah. Untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat dan merangsang minat masyarakat untuk menabung, pihak bank melakukan berbagai strategi *marketing mix* untuk menghimpun dana dari masyarakat. Adapun strategi *marketing mix* menurut Swastha dan Irawan (2001:78) yaitu: a) produk, bank mengeluarkan mengeluarkan berbagai macam tabungan yang berbeda; b) harga, bank menawarkan tingkat bunga yang beraneka ragam; c) tempat, bank berusaha membuka cabang di berbagai kota untuk memperluas jaringannya; d) promosi, bank menawarkan tabungan disertai undian berhadiah dan melakukan iklan di media massa.

Strategi-strategi yang telah diuraikan di atas diharapkan dapat menarik minat menabung pada masyarakat. Minat menabung nasabah pada bank umumnya dipengaruhi oleh banyak faktor. Menurut Syah (2004:151), “Minat adalah kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu”. Minat menabung nasabah ini sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup pada dunia perbankan. Tanpa adanya minat menabung nasabah, maka perekonomian di Indonesia akan terpuruk karena tidak terjadi perputaran uang yang menjalankan roda perekonomian bangsa.

Banyaknya bank menyebabkan persaingan dalam industri perbankan semakin ketat. Masing-masing bank berlomba menarik dana dari masyarakat, baik dengan tawaran hadiah maupun bunga yang tinggi. Bank yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan jasa berkualitas dengan biaya yang lebih murah, pelayanan yang lebih baik dan dapat memuaskan kebutuhan nasabah sehingga timbul loyalitas. Dalam industri jasa kualitas pelayanan adalah faktor yang sangat penting karena merupakan suatu *profit strategy* untuk memikat lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, menghindari berpindahnya pelanggan dan menciptakan keunggulan khusus. Selain itu, banyaknya bank-bank syariah juga menjadi persaingan bagi bank konvensional dalam dunia perbankan di Indonesia.

Dunia perbankan sekarang ini sangat bertumpu kepada kualitas teknologi informasi yang digunakan oleh setiap bank yang mempunyai kemampuan teknologi hampir setara. Persamaan produk, fitur, atau kemudahan pelayanan menjadikan perbankan menjadi industri yang homogen. Untuk memenangkan persaingan dalam industri yang homogen, salah satu cara adalah menyediakan jenis dan kualitas pelayanan yang bisa membedakan suatu bank dengan bank yang lain. Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasar pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas layanan menjadi faktor yang sangat menentukan keberhasilan bisnis ini. Menurut Ibrahim (2008:22), "Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan dimana

penilaian kualitas ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan publik tersebut”.

Selain kualitas pelayanan, minat menabung nasabah juga dipengaruhi oleh tingkat suku bunga yang diberikan oleh bank, baik suku bunga kredit maupun suku bunga tabungan. Menurut Kasmir (2004:121), “Bunga bank merupakan balas jasa yang diberikan oleh bank berdasarkan prinsip konvensional kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya”. Tingkat suku bunga merupakan *opportunity cost of holding money* sehingga tingkat suku bunga yang semakin tinggi cenderung meningkatkan tabungan.

Perkembangan Bank BTN sebagai salah satu institusi finansial yang terbesar di Indonesia dan didukung oleh lebih dari 50 tahun pengalaman, Bank BTN terus berupaya menjadi bank yang dapat mewujudkan keinginan nasabah sesuai dengan *brand promise-nya*. Pada tahun 2013, Bank BTN merupakan bank ke delapan terbesar dalam jumlah kapitalisasi pasar serta memiliki jaringan cabang kedua terbesar, yaitu 3 kantor wilayah, 65 kantor cabang, 223 kantor cabang pembantu yang tersebar di seluruh Indonesia. Namun pada kenyataannya dalam hal aset, Bank BTN menduduki peringkat kesepuluh dikalahkan oleh Bank Internasional Indonesia (BII) menyalip posisi BTN dengan pertumbuhan aset 19,10% lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan aset BTN yang sebesar 14,36%. (www.kompas.com)

Bank selalu mempunyai semboyan kepuasan nasabah menjadi prioritasnya, namun pada kenyataannya masih ada nasabah yang kecewa dengan pelayanan PT. BTN (Persero) Tbk Cabang Surakarta. Nasabah kecewa

karena pelayanannya yang terlalu lama sehingga nasabah merasa jenuh untuk menunggu hanya demi menabung di bank. Hal tersebut dikarenakan bank hanya membuka *counter teller* sedikit tidak sebanding dengan banyaknya jumlah nasabah yang datang ke BTN, sehingga para nasabah merasa jenuh karena antrian yang lama. Banyak masyarakat beranggapan bahwa menabung di bank suku bunga yang diberikan tidak sesuai dengan jumlah saldo tabungan yang mereka simpan di bank. Bunga bank yang di berikan justru lebih rendah dari pada pajak yang di bebankan kepada nasabah. Jadi, muncul anggapan masyarakat bahwa kualitas pelayanan dan tingkat suku bunga saling berkaitan terhadap minat menabung nasabah.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI TINGKAT SUKU BUNGA TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) TBK CABANG SURAKARTA TAHUN 2014**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, dapat diidentifikasi permasalahan yang menyebabkan belum optimalnya minat menabung nasabah adalah sebagai berikut:

1. Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank masih rendah karena banyaknya bank bermasalah yang dilikuidasi oleh pemerintah.

2. Kualitas pelayanan yang kurang memuaskan karena pelayanan yang terlalu lama.
3. Tingkat suku bunga tabungan yang tidak sebanding dengan jumlah saldo tabungan atau bunga yang diberikan rendah.

C. Pembatasan Masalah

Permasalahan yang dikaitkan dengan judul penelitian di atas sangat luas, sehingga tak mungkin di lapangan permasalahan yang ada itu dapat terjangkau dan terselesaikan semua. Oleh karena itu, perlu adanya pembatasan masalah, sehingga persoalan yang diteliti menjadi jelas dan kesalah pahaman dapat dihindari. Adapun pembatasan dalam masalah ini adalah :

1. Penelitian dilakukan pada nasabah Bank Tabungan Negara Cabang Surakarta yang membuka rekening tabungan baru di bulan Desember tahun 2014.
2. Kualitas pelayanan dibatasi pada petugas pelayanan seperti: *Customer Service*, *Teller*, dan *Security* pada Bank Tabungan Negara Cabang Surakarta tahun 2014.
3. Tingkat suku bunga dibatasi dengan suku bunga tabungan.
4. Minat menabung nasabah dilihat dari kualitas pelayanan dan tingkat suku bunga.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah diatas, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Surakarta tahun 2014?
2. Adakah pengaruh persepsi tingkat suku bunga terhadap minat menabung nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Surakarta tahun 2014?
3. Adakah pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi tingkat suku bunga terhadap minat menabung nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Surakarta tahun 2014?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Surakarta tahun 2014.
2. Pengaruh persepsi tingkat suku bunga terhadap minat menabung nasabah Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Surakarta tahun 2014.

3. Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi tingkat suku bunga terhadap minat menabung nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Surakarta tahun 2014.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan teori dan analisis tentang seluk beluk perbankan untuk kepentingan penelitian di masa mendatang.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Masyarakat

- 1) Sebagai alternatif jika melakukan hubungan dengan perbankan dan masalah keuangan (penyimpanan dan pembiayaan).
- 2) Memperoleh layanan perbankan sesuai dengan minat dan harapan.

- b. Bagi Pihak Bank

Dapat memberikan sumbangan pemikiran, bahan informasi, dan referensi tambahan dalam rangka meningkatkan minat menabung nasabah.