

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Fenomena perbankan syariah dalam industri jasa keuangan telah menjadi lembaga intermediasi untuk masyarakat yang berorientasi pada prinsip Islam dengan ketentuan agar terhindar dari unsur *riba*, *maysir*, *bathil*, dan *gharar* (Khotimah, 2018, p. 37). Adapun pengelolaan uang dalam bank syariah yaitu dengan cara menghimpun dana debitur serta menyalurkan dana kepada kreditur melalui skema pembiayaan.

Kegiatan usaha pada bank syariah mengacu pada prinsip dan ketentuan syariat Islam. Jenis bank syariah umumnya terklasifikasi menjadi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dan Bank Umum Syariah (BUS). Untuk keberadaan perbankan syariah sendiri di Indonesia sudah diperkuat dengan adanya dasar hukum mengenai perbankan syariah yang termuat dalam Undang-Undang No.21 tahun 2008 tentang Bank Syariah. Maka dari itu Bank Syariah menjadi sebuah alternatif dari sebagian masyarakat yang berpendapat bahwa bunga bank itu diharamkan karena termasuk riba (Lestari, 2015, p. 46).

Sejak berdirinya bank syariah pertama yaitu Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992, perkembangan bank syariah di Indonesia semakin berkembang pesat. Bank tersebut didirikan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan pemerintah serta dukungan dari ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (CMI) dan pengusaha-pengusaha muslim. Berdasarkan hasil penelitian Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sejak maret 2015, jumlah bank umum syariah di Indonesia sudah sebanyak 12 bank umum syariah. Dengan peningkatan jumlah bank syariah di Indonesia maka jumlah nasabah pun semakin bertambah (Agus Marimin dan Abdul Haris Romdhoni dan Tira Nur Fitria, 2015, p. 81).

Pada tahun 2020 Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat adanya peningkatan pada pembiayaan dana pihak ketiga dan jumlah rekening jika dibandingkan dengan tahun 2018 dan 2019. Peningkatan tersebut terjadi dengan seiring masifnya kampanye penggunaan bank syariah, dimana pada tahun 2018 jumlah nasabah

**Renita Maharani, 2021**

*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung (Studi Kasus Pada BSI Ex BSM Jakarta Timur)*  
UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ekonomi Syariah  
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

sebesar 24,693 juta, pada tahun 2019 sebesar 27,015 juta nasabah, dan pada tahun 2020 sebesar 26,268 juta nasabah (OJK, 2020, p. 60).

Salah satu lembaga perbankan syariah yang cukup banyak diminati oleh nasabah yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM). Bank Syariah Mandiri (BSM) sendiri merupakan lembaga keuangan perbankan syariah yang baru melakukan *merger* dengan 2 bank syariah lainnya, yaitu Bank BNI Syariah dan Bank BRI Syariah, yang sekarang dinamakan dengan Bank Syariah Indonesia (BSI) sejak awal bulan Februari tahun 2021. Produk BSI sendiri sudah sangat beragam, yaitu dari produk penghimpunan dana dan produk penyaluran dana, serta pelayanan terhadap jasa untuk memudahkan nasabah dalam melakukan sebuah transaksi. Nasabah yang melakukan transaksi di BSI akan memperhatikan faktor penyebab minat menabung.

Dana nasabah yang dititipkan pada Bank Syariah Indonesia masuk kedalam jenis dana pihak ketiga dengan jumlah capaian 112.585 miliar rupiah pada tahun 2020 dari sebelumnya 99.810 miliar rupiah pada tahun 2019, kenaikan tersebut mencapai 11,34%, didalam terdapat jenis produk tabungan yang sebelumnya masuk dalam Bank Syariah Mandiri ([www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)). Serta terjadi kenaikan *user* yang sebelumnya masih Bank Syariah Mandiri hingga Mei 2020 mencapai 1,2 juta dengan jumlah transaksi sebanyak 15,87 juta transaksi senilai 16,40 triliun dalam penggunaan media Bank Syariah Mandiri Mobile, serta kenaikan 1000 nasabah atau sekitar 34% total nasabah baru yang membuka rekening baru secara daring selama periode Juni 2020, rata-rata perhari (<https://money.kompas.com>) dalam (Primus, 2020). Tanpa harus menuju ke kantor cabang, nasabah bisa melakukan transaksi dari transfer, pembukaan rekening, dan melakukan transaksi lain yang terdapat di *mobile banking*, tetapi akan ada biaya administrasi pada saat melakukan transaksi tertentu.

Terjadi kenaikan dana jumlah pihak ketiga juga terdapat penurunan di beberapa jenis penghimpunan dana yang bisa dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Penghimpunan Dana BSM Periode 2018-2020

(Dalam Jutaan Rupiah)

Produk Penghimpunan Dana	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020
Tabungan <i>wadiah</i>	3.571.591	16.637.027	28.796.677
Giro <i>wadiah</i>	8.704.173	11.510.301	20.875.425
Deposito <i>mudharabah</i>	156.298	45.632.385	43.749.616

Renita Maharani, 2021

*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung (Studi Kasus Pada BSI Ex BSM Jakarta Timur)*

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ekonomi Syariah

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id)-[www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id)-[www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

<i>Giro mudharabah</i>	7.319	6.207	2.439
<i>Tabungan mudharabah</i>	277.312	343.098	338.060

Sumber : [www.bankbsi.co.id](http://www.bankbsi.co.id) tahun 2019

Produk deposito *mudharabah* banyak diminati nasabah dikarenakan produk tersebut memberikan keuntungan yang cukup tinggi yang diberikan oleh bank syariah. Dari data penghimpunan dana yang telah dilakukan oleh tabungan *wadiah*. Tabungan *wadiah* mengalami kenaikan, begitu juga dengan tabungan *mudharabah* mengalami kenaikan pada tahun 2018 menuju ke tahun 2019 walaupun kembali mengalami penurunan yang tidak terlalu tinggi di tahun 2020. Tetapi pada produk penghimpunan dana giro *mudharabah* terus mengalami penurunan yang tidak selaras dengan produk giro *wadiah* ([www.bankbsi.co.id](http://www.bankbsi.co.id)).

Dibandingkan dengan penghimpunan data pada Bank Mandiri dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Penghimpunan Dana Bank Mandiri Periode 2018-2020  
(Dalam Jutaan Rupiah)

Produk Penghimpun Dana	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020
Tabungan	307.282.353	324.488.072	351.362.191
Giro	199.823.756	247.444.267	304.450.291
Deposito	258.902.784	278.176.006	307.781.280

Sumber: <https://bankmandiri.co.id> tahun 2019

Dari tabel di atas menjelaskan bahwa Bank Mandiri selalu mengalami kenaikan pada produk penghimpunan dana. Untuk produk penghimpunan dana di BSM pada tahun 2020 mendapat 0,67% dibandingkan dengan Bank Mandiri tahun 2020 mendapatkan 2,13%. Pada tahun 2019 BSM mendapatkan 0,38% pada produk penghimpunan dana di bandingkan dengan Bank Mandiri tahun 2019 mendapatkan 2,06%. Dan pada tahun 2018 pada produk penghimpunan dana di BSM mendapatkan 24,6% karena cukup mendapatkan kenaikan yang dratis pada produk deposito, sedangkan pada Bank Mandiri mendapatkan 1,96% pada tahun 2018. Bisa dilihat dari persentase perbandingan antara BSM dengan Bank Mandiri salah satunya pada produk penghimpunan dana mengalami perbandingan yang cukup jauh disetiap tahunnya, yang berfokus terhadap minat nasabah menyimpan dananya dari salah satu produk penghimpunan dana tersebut yaitu produk tabungan. Walaupun BSM dan Bank Mandiri setiap tahunnya naik, dari kenaikan tersebut

Renita Maharani, 2021

*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung (Studi Kasus Pada BSI Ex BSM Jakarta Timur)*

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ekonomi Syariah

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id)-[www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id)-[www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

terdapat pengaruh yang melatarbelakangi nasabah terhadap minat menabung. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menabung di bank umum syariah yaitu religiusitas, pengetahuan produk, kualitas pelayanan, lokasi, dan biaya administrasi.

Menurut (Lestari, 2015, p. 8) religiusitas merupakan suatu bentuk kepercayaan yang telah diyakini oleh setiap individu dalam hati. Keyakinan dalam agama oleh nasabah dapat diwujudkan pada kehidupan, contohnya dalam bentuk ibadah maupun aktivitas yang mendorong spiritual.

Selanjutnya yaitu faktor pengetahuan nasabah tentang produk-produk yang terdapat pada bank syariah yang mampu dipengaruhi terhadap minat menabung. Pengetahuan produk merupakan gabungan berbagai jenis dan model dari sebuah informasi mengenai sebuah produk (Ani Nur Faidah, 2018, p. 1528). Secara umum, semakin kita mengetahui produk yang ada pada bank umum syariah, maka nasabah akan semakin tertarik untuk memilih produk-produk tersebut.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting lainnya untuk seorang nasabah dalam menentukan minat menabung pada bank syariah. Seorang pegawai bank harus memberikan pelayanan yang optimal seperti harus melayani nasabah dengan sopan, ramah tamah, adil, cepat, tepat dan beretika untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah. Dengan kualitas pelayanan yang baik, maka akan meningkatkan penjualan produk pada bank syariah tersebut. (Suryani, 2014, p. 240).

Faktor lokasi bisa menjadi salah satu faktor selanjutnya terhadap minat menabung, lokasi strategis bisa dikatakan sebagai penentu usaha yang sedang dijalankan. Suatu lokasi yang disebut srategis apabila terdapat di pusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya, dan besarnya lahan parkir. Sarana dan prasarana pada lokasi suatu perkantoran merupakan salah satu hal penting, hal ini disebabkan agar nasabah mudah menjangkau di setiap lokasi yang ada. Rasa aman dan nyaman harus diberikan kepada nasabah dalam menggunakan sarana dan prasana lokasi dalam kantor (Kasmir, 2012b, pp. 238–239).

Faktor lainnya yang kemungkinan bisa penentu nasabah terhadap minatnya menabung di bank syariah adalah faktor biaya. Dikatakan faktor biaya yang merupakan hal penting dari faktor-faktor lainnya untuk mengetahui minat nasabah

**Renita Maharani, 2021**

*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung (Studi Kasus Pada BSI Ex BSM Jakarta Timur)*

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ekonomi Syariah

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id)-[www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id)-[www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

menabung. Kaitan tersebut merupakan suatu penentu apakah bank tersebut mengalami kerugian atau mengalami keuntungan. Salah satu yang termasuk dalam jenis biaya pada bank merupakan biaya administrasi (Philip Kotler, 2007).

Tinggi rendahnya biaya administrasi menjadi salah satu parameter yang dapat menentukan minat nasabah dalam menabung, maka biaya administrasi tersebut merupakan salah satu acuan bank sebagai pengaruh dari berjalannya proses penjualan produk tersebut, adapun contoh produk yang bebas administrasi di BSI adalah produk Tabungan *Easy Wadiah*, dengan tidak adanya biaya administrasi maka nasabah tidak akan merasa dirugikan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada serta penelitian-penelitian sebelumnya masih menunjukkan ada perbedaan hasil, maka peneliti hendak kembali meneliti fakta mengenai seberapa besar pengaruh dari religiusitas, pengetahuan produk, kualitas pelayanan, lokasi, dan biaya administrasi terhadap minat menabung di BSI Ex BSM. Sehingga diharapkan dapat memberikan hasil penelitian yang berbeda nantinya. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini ditambah dengan penambahan satu variabel yaitu variabel biaya administrasi.

## **I.2 Rumusan Masalah**

Merujuk pada latar belakang yang telah dikemukakan pada penelitian ini dapat dirumuskan beberapa permasalahan diantaranya:

1. Apakah aspek religiusitas memiliki pengaruh pada minat menabung pada BSI ?
2. Apakah aspek pengetahuan produk pengaruh pada minat menabung pada BSI ?
3. Apakah aspek kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung pada BSI ?
4. Apakah aspek lokasi berpengaruh terhadap minat menabung pada BSI ?
5. Apakah aspek biaya administrasi berpengaruh terhadap minat menabung pada BSI ?

### **I.3 Tujuan Penelitian**

Merujuk pada beberapa permasalahan yang telah teridentifikasi dalam latar belakang penelitian ini dapat diindikasikan memiliki tujuan diantaranya :

1. Untuk mengetahui pengaruh aspek religiusitas terhadap minat menabung pada BSI.
2. Untuk mengetahui pengaruh aspek pengetahuan produk terhadap minat menabung pada BSI.
3. Untuk mengetahui pengaruh aspek kualitas pelayanan terhadap minat menabung pada BSI.
4. Untuk mengetahui pengaruh aspek lokasi terhadap minat menabung pada BSI.
5. Untuk mengetahui pengaruh aspek biaya administrasi terhadap minat menabung pada BSI.

### **I.4 Manfaat Penelitian**

Terdapat manfaat yang diberikan oleh penelitian ini kepada berbagai pihak, antara lain:

1. Aspek Teoritis

Secara teoritis, manfaat yang ingin diperoleh dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi atau literatur bagi penelitian selanjutnya dalam memilih bank untuk produk tabungan.
- b. Harapan yang diinginkan oleh penelitian ini yaitu dapat memberikan pengetahuan mengenai pengaruh minat nasabah menabung pada bank umum syariah.

2. Aspek Praktis

Secara praktis, manfaat yang ingin diperoleh dalam penelitian ini, yaitu :

- a. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada bank syariah untuk memutuskan tindakan yang strategi agar dapat meningkatkan minat nasabah dalam menabung di bank umum syariah terutama pada Bank Syariah Indonesia (Ex BSM) di wilayah Jakarta Timur.

**Renita Maharani, 2021**

*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung (Studi Kasus Pada BSI Ex BSM Jakarta Timur)*

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ekonomi Syariah

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id)-[www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id)-[www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

- b. Bagi masyarakat mendapatkan sebuah wawasan dan informasi dalam memilih dan menggunakan sebuah produk tabungan pada bank umum syariah terutama di Bank Syariah Indonesia (Ex BSM) di wilayah Jakarta Timur yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat menjadi nasabah setia.