

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Peran sebuah perbankan sangatlah berpengaruh terhadap perkembangan suatu negara, terutama dalam dunia yang sudah modern saat ini. Saat ini hampir semua sektor yang berhubungan dengan kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa perbankan. Sehingga tidak dapat dipungkiri saat ini hingga masa mendatang kita tidak akan bisa lepas dengan dunia perbankan dalam hal menjalankan kegiatan keuangan, baik perorangan maupun sebuah perusahaan. Menurut UU Perbankan Nomor 10 Tahun 1998, bahwa Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Di Indonesia sendiri perbankan terbagi menjadi dua yaitu bank syariah dan bank konvensional. Dalam Pasal 1 ayat (7) UU No 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah disebutkan bahwa Bank Syariah adalah sebuah bank yang menjalankan kegiatan usaha bank tersebut berdasarkan dengan prinsip syariah dan menurut jenisnya yang terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.¹ Sedangkan menurut Undang-Undang No.10 Tahun 1998, bahwa Bank Konvensional adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang dalam kegiatannya

¹<http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Contents/Default.aspx> diakses pada 21 Oktober 2016

memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Perkembangan perbankan syariah di tengah gempuran dari perbankan konvensional memang mengalami pertumbuhan. Indonesia dengan mayoritas penduduk beragama muslim sudah seharusnya dapat menjadi pangsa pasar yang sangat besar bagi bank syariah. Tetapi perkembangan perbankan syariah khususnya di Indonesia hingga saat ini masih belum bisa maksimal dibandingkan dengan perbankan konvensional. Namun dengan telah diberlakukannya undang-undang No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang terbit pada tanggal 16 Juli 2008, maka pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi.²

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengungkapkan, bahwa *market share* bank syariah terhadap total pasar perbankan nasional per Agustus 2017 adalah sebesar 5,44%.³ Hal tersebut sudah melewati atau melebihi target yaitu 5% sesuai dengan target *market share* bank syariah.

Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) hingga Agustus 2017 menyebutkan bahwa aset yang dimiliki perbankan syariah tahun 2013 sebesar Rp. 248,11 triliun, aset perbankan syariah tahun 2014 sebesar Rp. 278,92 triliun, aset perbankan syariah tahun 2015 sebesar Rp. 304,00 triliun, sedangkan aset perbankan syariah tahun 2016 sebesar Rp. 365,03 triliun. Pada

²<http://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Bank-Syariah.aspx> diakses pada 21 Oktober 2016

³www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Siaran-Pers-Market-Share-Keuangan-Syariah-Capai-8Persen.aspx diakses pada 25 Oktober 2017

Agustus 2017 aset perbankan syariah sebesar Rp. 389,74 triliun.⁴

Banyak faktor yang mempengaruhi *market share* perbankan syariah masih rendah dibandingkan dengan perbankan konvensional. Baik itu faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal seperti dari pihak perbankan syariah itu sendiri dan faktor eksternal bisa disebabkan dari pemerintah ataupun lembaga yang berkaitan dengan perbankan syariah maupun faktor yang dikarenakan pola pikir masyarakat. Dalam penelitian ini peneliti hanya fokus pada faktor eksternal yang dikarenakan pola pikir masyarakat di mana masyarakat masih banyak beranggapan bahwa bank konvensional dan bank syariah tidak ada perbedaan terutama dalam hal menabung.

Timbul pertanyaan besar, mengapa di negara Indonesia dengan mayoritas penduduk beragama Islam ini justru masyarakat yang menjadi nasabah bank konvensional lebih banyak dibandingkan dengan masyarakat yang menjadi nasabah bank syariah. Keadaan tersebut tentu dapat terjadi dikarenakan ada faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam menentukan pilihan untuk menggunakan jasa bank syariah atau bank konvensional, yang dalam penelitian ini lebih dikhususkan untuk pedagang pasar.

Pasar Prawirotaman Yogyakarta dianggap dapat mewakili keadaan di atas yang sudah dijelaskan sebelumnya karena adanya fakta hasil dari observasi awal. Hasil dari observasi menunjukkan bahwa bank konvensional secara strategis lebih banyak berdiri di sekitar Pasar Prawirotaman Yogyakarta, yang mayoritas pedagang pasar adalah beragama Islam. Pasar tersebut juga

⁴www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Siaran-Pers-Market-Share-Keuangan-Syariah-Capai-8Persen.aspx diakses pada 25 Oktober 2017

merupakan pasar induk yang secara otomatis memiliki jumlah pedagang yang banyak dibandingkan dengan pasar yang bukan merupakan pasar induk. Pasar Prawirotaman Yogyakarta juga memiliki karakteristik pedagang yang bervariasi dan lengkap dibandingkan dengan pasar-pasar lain yang berada pada lingkungan sekitar. Jumlah pedagang yang berada di Pasar Prawirotaman sejumlah 507 pedagang. Terdapat 6 pedagang yang menempati dalam kios yang berada di depan pasar, ada pula pedagang yang menempati dalam los / lapak sejumlah 420 pedagang dan ada beberapa pedagang yang menempati di luar los sejumlah 81 pedagang.

Seperti yang kita ketahui bahwa pedagang pasar setiap harinya tidak dapat lepas dengan transaksi jual beli antara penjual dan pembeli, yang tentunya hal tersebut berhubungan dengan alat tukar yaitu berupa uang. Dengan hal tersebut tentunya pedagang pasar sangat berkaitan dan berkeinginan untuk menyisihkan sebagian keuntungan untuk ditabung ditempat yang aman yaitu sebuah bank. Fakta tersebut yang dapat menjadikan permasalahan bagi bank syariah, apakah dengan lebih banyak berdiri bank konvensional di sekitar pasar menjadikan pedagang memilih untuk menabung pada bank konvensional, dan apakah bank syariah dapat mempengaruhi pedagang pasar untuk menabung dan menjadi nasabah bank syariah.

Hasil dari observasi awal yang telah dilakukan oleh peneliti, bahwa ada beberapa faktor yang diutarakan oleh pedagang yang dapat mempengaruhi penentuan dalam memilih menabung di bank syariah atau bank konvensional. Maka dari itu penulis menjadikan faktor-faktor yang diutarakan para

pedagang pasar tersebut sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi minat pedagang pasar tradisional khususnya pedagang Pasar Tradisional Prawirotaman Yogyakarta. Adapun faktor-faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah faktor promosi, lokasi, produk dan pelayanan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis berinisiatif untuk melakukan penelitian dengan judul **"PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI BANK SYARIAH DAN KONVENSIONAL"** (Studi Kasus Pedagang Pasar Prawirotaman Yogyakarta).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah faktor promosi, lokasi, produk dan pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah?
2. Apakah faktor promosi, lokasi, produk dan pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Konvensional?
3. Apakah faktor promosi, lokasi, produk dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan keputusan nasabah menabung di Bank Syariah?
4. Apakah faktor promosi, lokasi, produk dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Konvensional?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat disusun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui secara parsial pengaruh faktor promosi, lokasi, produk dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah.
2. Untuk mengetahui secara parsial pengaruh faktor promosi, lokasi, produk dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Konvensional.
3. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh faktor promosi, lokasi, produk dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah.
4. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh faktor promosi, lokasi, produk dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Konvensional.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritik
 - a. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan informasi bagi pembaca untuk menambah ilmu dan wawasan mengenai promosi, lokasi, produk dan pelayanan sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi secara parsial dan simultan terhadap keputusan nasabah memilih menabung di Bank Syariah dan Konvensional.

b. Penelitian lebih lanjut

Bagi peneliti lebih lanjut, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi bagi peneliti lain yang akan meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung di Bank Syariah dan Konvensional dengan menggunakan variabel-variabel lain.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa memberi masukan dan pertimbangan kepada pihak lembaga perbankan, sehingga dapat digunakan untuk mengembangkan bank tersebut dan meningkatkan *market share* bank syariah.