

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keputusan merupakan sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen. Keputusan konsumen sangat erat hubungannya dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen menurut Kotler dan Keller adalah studi bagaimana individu, kelompok, organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.¹ Keputusan untuk memilih menjadi nasabah pada lembaga keuangan tertentu sama dengan keputusan untuk membeli pada konsumen terhadap produk tertentu pula. Hal ini disebabkan keputusan untuk memilih menjadi nasabah prosesnya tidak berbeda dengan keputusan membeli.²

Untuk menarik konsumen, bank harus bisa membuat strategi guna merebut hati nasabah. Adapun strategi yang digunakan guna menarik para nasabah yaitu seperti strategi produk, bank harus bisa memodifikasi produk yang sudah ada agar menjadi lebih menarik ataupun bank menciptakan produk baru. Produk baru biasanya dimulai dari penciptaan logo dan moto

¹ Budi Gutama Siregar, “Pengaruh Produk dan Promosi terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padang Sidempuan”, Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman”, Vol. 04, No. 1, 2018, hlm.6.

²Saodin,” Pengaruh Kesadaran Halal, Religiutas, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Menabung di BMT Al-Hafidz Kalianda”, Jurnal Ekonomi Manajemen, Vol.09. No. 02, 2019, hlm . 48.

yang dibuat semenarik mungkin kemudian menciptakan merek terhadap produk yang ditawarkan.³ Hal itu dilakukan melalui konsep perbankan syariah dan sistem promosi bank syariah yang mencantumkan label “syariah” atau label ”halal” pada nama banknya. Dengan demikian maka Bank Syariah harus dapat mempopulerkan *brand* mereka supaya dapat bersaing dengan konvensional guna menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabahnya. Hal tersebut juga dapat menjadi pembeda antara Bank Konvensional dengan Bank yang menjalankan prinsip Syariah.⁴

Label atau *brand* adalah suatu nama, simbol tanda, desain atau kombinasi yang mampu mengidentifikasi serta mendiferensasikan barang atau jasa yang ditawarkan oleh penjual produk atau jasa pesaingnya.⁵ menurut Aaker, *brand* adalah sesuatu yang pada gilirannya memberi tanda pada konsumen mengenai sumber produk tersebut, dimana mereka melindungi, baik konsumen maupun produsen dari para *competitor* yang berusaha memberikan produk-produk yang tampak identik.⁶ Label syariah (*Islamic Branding*) dapat dimaknai sebagai *brand* yang menggunakan ataupun mencantumkan unsur-unsur ke Islaman atau menunjukkan identitas halal untuk sebuah produk.⁷

³ Elok Fitriya, “ *Analisis Pengaruh Islamic Brading Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Produk*”, Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia, Vol. 2, No. 1, 2019, Hlm. 32.

⁴ Mega Yuliana, “ *Pengaruh Label Syariah terhadap Minat Nasabah pada BNI Syariah Banda Aceh*”, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN AR-RANIRY : Banda Aceh, 2019, hlm. 2.

⁵ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* , (Bandung:Alfabeta, 2010), hlm. 155.

⁶ David A. Aaker, *Managing Brand Equity : Capitalizing On The Value Of Brand Name*, (New York: The Free Press, 1991), hlm.7 .

⁷ Elok Fitria, *Loc. Cit*, hlm. 33.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung adalah lokasi.⁸ Bank Mandiri Syariah saat ini memiliki 17 kantor cabang yang berada di Kota Palembang, salah satunya yang berada di KM 06. Lokasi yang strategis merupakan faktor utama dari berkembangnya suatu bank syariah. Lokasi merupakan hal yang penting untuk dipertimbangkan dalam menarik nasabah untuk menggunakan produk dan jasa yang dimiliki oleh Bank.

Tabel 1.1

Kecamatan Sukarame

| Kelurahan | Presentase Penduduk | Kepadatan Penduduk |
|------------------|----------------------------|---------------------------|
| Sukabangun | 10,20 | 5,982 |
| Sukajaya | 27,20 | 10,631 |
| Sukarami | 11,34 | 4,431 |
| Kebun Bunga | 18,73 | 5,268 |
| Talang Betutu | 10,23 | 1,616 |
| Sukodadi | 10,46 | 2,435 |
| Talang Jambe | 11,84 | 1,690 |
| Sukarame | 100,00 | 3,570 |

Sumber: www.palembangkota.bps.go.id

⁸ Chindy Audina Putribasutami, “ *Pengaruh Pelayanan, Lokasi, Pengetahuan dan Sosial terhadap Keputusan Menabung di Ponorogo* “, Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 6, No.3, 2018, hlm. 126.

Menurut Kotler, perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor pribadi salah satunya yaitu faktor pendapatan.⁹ Pendapatan mempunyai pengaruh terhadap perilaku seseorang untuk menjadi nasabah di suatu lembaga perbankan syariah. Ketika pendapatan seseorang tinggi akan mempengaruhi tingginya minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah begitupun sebaliknya, jika seseorang berpendapatan rendah minat masyarakat untuk menabung pun akan rendah. Pendapatan setiap individu tidaklah sama karena profesi yang berbeda-beda. Pendapatan yang diperoleh tidak semua dibelanjakan untuk barang dan jasa ketika kebutuhan sudah terpenuhi, sebagian dari pendapatan akan ditabungkan untuk keperluan dimasa yang akan datang.¹⁰

Pendapatan merupakan salah satu alat ukur untuk mengukur kesejahteraan seseorang atau masyarakat, sehingga pendapatan masyarakat ini mencerminkan kemajuan ekonomi suatu masyarakat. Pendapatan seseorang pada dasarnya dari pekerjaan di bidang jasa atau produksi, waktu jam kerja serta tingkat pendapatan perjam yang diterima.¹¹ Menurut Kadariyah, pendapatan seseorang terdiri dari penghasilan berupa upah/gajih, bunga sewa, Deviden, keuntungan dan merupakan suatu uang

⁹Maisur Dkk, "Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiutas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Banda Aceh", Jurnal Magister Akuntansi, Vol. 4, No. 2, 2015, hlm. 04.

¹⁰Faridatul Fitriyah, "Pengaruh Pendapatan, Dana Talangan Haji Dan Religiutas Terhadap Keputusan Nasabah Menabung", Jurnal NUSAMBA, Vol. 01, No. 1, 2016, hlm 58.

¹¹Fitri Baiq Fitri, "Pengaruh Pendapatan dan Perilaku Keuangan Terhadap Literasi Keuangan Melalui Keputusan Berinvestasi Sebagai Variabel Intervening", Jurnal Akuntansi, Vol. 10, No. 1, hlm. 17.

yang di ukur dalam suatu jangka waktu, umpamannya seminggu, sebulan, ataupun setahun. Selain itu pendapatan dari seseorang adalah hasil dari faktor-faktor produksi yang dimilikinya kepada sektor produksi. Pendapatan juga dapat di artikan sebagai jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu.¹²

Agar perkeekonomian berjalan dengan baik tentunya dibutuhkan sarana dan prasarana yang memadai, untuk memperlancar pendistribusian barang dan jasa, sehingga konsumen dapat memperolehnya dengan mudah, aman dan harga relatif stabil. Di Kecamatan Sukarami terdapat 4 pasar permanen, 84 swalayan, 70 restoran / rumah makan, 1.230 toko / warung kelontong.

Tabel 1.2
Daftar sektor perdagangan dan jasa Kec. Sukarami

| Kelurahan | Minimarket/ Swalayan | Toko/Warung | Restoran/Rumah Makan |
|-----------------|-------------------------|-------------|-------------------------|
| Sukabangun | 11 | 74 | 10 |
| Sukajaya | 28 | 340 | 16 |
| Sukarami | 4 | 103 | 2 |
| Kebun Bunga | 15 | 260 | 15 |
| Talang Betutu | 4 | 68 | 1 |
| Sukodadi | 11 | 60 | 6 |
| Talang Jambi | 11 | 325 | 20 |
| Sukarami | 84 | 1.23 | 70 |

Sumber: www.palembangkota.bps.go.id

¹²Kadariyah, *Analisis Pendapatan Nasional*, Jakarta : Bina Aksara, 1981

Penelitian terdahulu menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara label syariah, lokasi, dan pendapatan masyarakat terhadap keputusan nasabah namun beberapa hasil penelitian lainnya menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara label syariah, lokasi, dan pendapatan masyarakat terhadap keputusan nasabah.

Table 1.3

Research Gap

Pengaruh Label Syariah terhadap Keputusan Nasabah

| Variabel | Hasil Penelitian | Peneliti |
|---|--|--|
| Pengaruh Label Syariah Terhadap Keputusan Nasabah | <i>Islamic Branding</i> Berpengaruh positif Terhadap Keputusan Nasabah | Agus Wijarnako, Lucky Rahmawati (2020) |
| | Label Syariah tidak berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah | Cholidah Nur Khasanah (2020) |

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2021

Pada tabel 1.3 tersebut, hasil penelitian Agus wijarnako dan Lucky rahmawati (2020)¹³ menyatakan bahwa *Islamic branding* berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa. Populasi pada penelitian ini adalah semua mahasiswa aktif yang berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan dengan rentang umur antara 18-25 tahun dilingkup Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *accidental*

¹³Agus Wijarnako, Lucky Rahmawati, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Islamic Branding*, dan *Religiutas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Layanan Keuangan Syariah*", Jurnal Ekonometrik dan Bisnis, Vol. 3. No. 1.

sampling. Sedangkan pada penelitian Cholidah Nur Khasanah (2020)¹⁴ menyatakan bahwa Brand syariah tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Poppulasi pada penelitian ini adalah nasabah Bank BRI Syariah KCP Sleman Prambanan, sedangkan pengambilan sampel dengan menggunakan *simple random sampling*.

Tabel 1.4

Research Gap

Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen

| Variabel | Hasil Penelitian | Peneliti |
|--|---|--|
| Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah | Lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah | Afrian Rachmawati, Gusti Eka Widana (2019) |
| | Lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah | Muhammad Fajar Fahrudin, Emma Yulianti (2015) |

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber: 2021

Pada tabel 1.4 tersebut, hasil penelitian dari Afrian Rachmawati dan Gusti Eka Widana (2019)¹⁵ menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat Banten, pengambilam sampel dilakukan dengan menggunakan analisis SEM. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fajar Fahrudin

¹⁴Cholidah Nur Khasanah, “ *Pengaruh Brand Syariah, Islamic Service Quality Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di BNI Syariah KCP Sleman PrambananYogyakarta*” Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2020, hlm. 127.

¹⁵ Afrian Rachmawati, Gusti Eka Widana, “ *Pengaruh Customer Knowledge, Brand Image, Religiutas, dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah*”, Jurnal Liquidity, Vol. 8, No. 2. 2019, hlm. 130.

dan Emma Yulianti (2015)¹⁶ menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank Mandiri Surabaya, pengambilan sampel menggunakan teknik *judgment sampling*.

Tabel 1.5
Research Gap
Pengaruh Pendapatan Masyarakat Terhadap Keputusan Nasabah

| Variable | Hasil Penelitian | Peneliti |
|---|--|---------------------|
| pengaruh Pendapatan Masyarakat terhadap Keputusan Nasabah | Pendapatan Masyarakat tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah | Desiana, Dkk (2018) |
| | Pendapatan Masyarakat berpengaruh terhadap keputusan nasabah | Maisur, Dkk (2015) |

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2021

Pada tabel 1.5 tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Desiana dkk (2018)¹⁷ menyatakan bahwa pendapatan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Populasi pada penelitian ini yaitu masyarakat yang memiliki rekening tabungan maupun deposito di bank syariah di Tasikmalaya. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan

¹⁶ Muhammad Fajar Fahrudin, Emma Yulianti, “ *Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya*”, Jurnal Business and Banking, Vo. 5. No. 1. 2015, hlm. 89.

¹⁷Desiana dkk, “ *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Di Kota Tasikmalaya* “, Jurnal Ilmu Akuntansi, Vol. 11. No. 1, 2018, hlm. 122.

teknik probability sampling berupa disproportionate stratified random sampling. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Maisur dkk (2015)¹⁸ menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah di kota Banda Aceh. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode pengambilan sampel secara convenience sampling.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pada penelitian Agus Wijarnako dan Lucky Rachmawati (2020) terdapat perbedaan pada variabel dimana pada penelitian terdahulu variabelnya yaitu Literasi keuangan, Islamic Branding dan Religiutas sedangkan pada penelitian ini variabelnya yaitu Lokasi, Label Syariah dan Pendapatan Masyarakat. Selain itu terdapat perbedaan pada objek penelitian, dimana objek penelitian pada penelitian terdahulu yaitu pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya, sedangkan pada penelitian ini objeknya yaitu pada Bank Mandiri Syariah KCP KM 06 Palembang.

*Berdasarkan pemaparan diatas penulis termotivasi untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Label Syariah, Lokasi, dan Pendapatan Masyarakat Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Mandiri Syariah KCP KM 06 Palembang** ”.*

¹⁸Maisur dkk, “ *Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiutas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Syariah Banda Aceh* “, Jurnal Magister Akuntansi, Vol. 4. No. 2, 2015, hlm. 142.

B. Rumusan Masalah

berdasarkan latar belakang diatas, rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Pengaruh Label Syariah terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Mandiri Syariah KCP KM 06 Palembang?
2. Bagaimana Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Mandiri Syariah KCP KM 06 Palembang?
3. Bagaimana Pengaruh Pendapatan Masyarakat terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Mandiri Syariah KM 06 Palembang?

C. Batasan Masalah

Batasan masalah sangat diperlukan dalam suatu penelitian dengan maksud agar masalah yang akan dipecahkan menjadi ruang lingkupnya, dalam arti tidak terlalu luas atau terlalu sempit sehingga dapat mengenai sasarannya dan tidak menyimpang. Dalam penelitian ini, masalah dibatasi pada Label Syariah, Lokasi, dan Pendapatan Masyarakat terhadap Keputusan Nasabah.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari dilaksanakannya peneltian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh Label Syariah terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Mandiri Syariah KCP KM 06 Palembang.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Mandiri Syariah KCP KM 06 Palembang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh Pendapatan Masyarakat terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada Bank Mandiri Syariah KCP KM 06 Palembang.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi pihak Bank Syariah Mandiri.

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi Bank Syariah Mandiri. Dalam meningkatkan strategi guna meningkatkan minat masyarakat untuk menabung pada Bank Syariah Mandiri.

2. Bagi Peneliti

Dapat meningkatkan pengetahuan, pengalaman dalam melakukan penelitian serta dapat menjadi media dalam mengaplikasikan dan mensosialisasikan semua pengetahuan yang didapatkan selama menjalani proses perkuliahan. Dan juga diharapkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini dapat menjadi bahan tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Sebagai media bacaan yang dapat menambah wawasan serta ilmu pengetahuan.

- b. Dapat memberikan masukan bagi pihak yang membutuhkan informasi untuk mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan tema penelitian yang sama.

F. Sistematika Penulisan

Agar mudah dipahami lebih jelas lagi peneliti memberikan sistematika yang terdiri dari bab I sampai BAB V, yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan serta manfaat dari penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pada bab ini terdapat penjelasan dari landasan teori yang digunakan dalam penelitian untuk mengembangkan hipotesis yang dimana bersumber dari buku jurnal, tesis, artikel ilmiah dan sebagainya.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini peneliti menjelaskan tentang jenis penelitian, populasi, serta sampel penelitian, sumber data, variable yang diteliti, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan hiptesis penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini terdapat penjelasan mengenai deskripsi onjek penelitian, hasil pengujian dari analisis datadan pembahasan dari hasil penelitian yang dimana merupakan jawaban dari rumusan masalah.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian, kesimpulan juga menunjukkan hipotesis yang didukung dan yang tidak didukung oleh data, kelebihan dan kekurangan, saran-saran yang bermanfaat dan membangun bagi pihak Bank Mandiri Syariah.

