

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya.<sup>1</sup> Pilihan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Agar pihak manajemen dapat mengenal nasabah dan mengerti akan keinginan nasabah pada saat ini dan masa akan datang. Oleh karena itu keunggulan pesaing pada bisnis ini terutama berasal dari kemampuan suatu bank untuk memenuhi kebutuhan pelanggan atau nasabahnya. Agar produk yang ditawarkan oleh bank dapat diterima oleh nasabah, maka bank harus memberikan nilai yang lebih kepada nasabah dengan memberikan produk yang berkualitas sesuai dengan harapan konsumen.<sup>2</sup>

Pengambilan keputusan juga digunakan sebagai penyelesaian masalah. Pengambilan keputusan sebagai penyelesaian masalah berfokus pada tujuan konsumen (konsekuensi atau nilai yang diharapkan dalam rantai alat-tujuan) yang ingin diraih atau dipenuhi oleh mereka. Seorang konsumen memersepsikan suatu

---

<sup>1</sup> J. Paul Peter dan Jerry C. 1999. Olson. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga, 1999). hlm. 162

<sup>2</sup> Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. (Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya, 2002). hlm.158

Masalah karena konsekuensi yang diharapkan belum tercapai. Konsumen mengambil keputusan mengenai perilaku yang akan ditunjukkan demi meraih berbagai tujuan mereka, dengan demikian mereka menyelesaikan masalah. Dalam pengertian tersebut, pengambilan keputusan konsumen merupakan proses penyelesaian, maka dari itu untuk dituntut untuk lebih memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menabung pada konsumen, yaitu faktor – faktor.

Religiusitas merupakan seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa besar pelaksanaan ibadah dan kaidah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi seorang muslim, religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama, Agama adalah simbol, sistem keyakinan, sistem nilai dan sistem perilaku yang terlambangkan, yang semuanya itu berpusat pada persoalan-persoalan yang dihayati sebagai yang paling maknawi. Religiusitas seseorang yang diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan, baik segi ibadah, maupun seseorang itu melakukan aktifitas lain.<sup>3</sup>

Masyarakat muslim Indonesia merupakan masyarakat muslim terbesar di dunia, kehadiran bank yang berdasarkan syariah masih relatif baru, yaitu baru pada awal tahun 1990-an. Namun diskusi tentang bank syariah sebagai basis ekonomi Islam sudah mulai dilakukan pada awal tahun 1980. Oleh karena itu, sebagian masyarakat islam banyak memilih produk tabungan bank bertahap syariah. Dari fenomena tersebut akhirnya muncul kesadaran, keinginan dan gerakan ke arah

---

<sup>3</sup> Djamaludin Ancok, Fuat Nasshori Sueoso, *Psikologi Islami* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2008). hlm. 76

berkarakteristik nilai Islami dari munculnya inisiatif perbankan syariah dan lembaga keuangan yang berbasis syariah.

Berdasarkan gambaran keadaan tersebut, dapat diasumsikan bahwa masyarakat memiliki standar religiusitas sehingga dengan demikian keputusan masyarakat menabung di Bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir juga semakin tinggi, karena masyarakat beragama Islam tentunya sudah mengetahui tentang prinsip-prinsip islam salah satunya larangan riba, adapun surat yang menjelaskan larangan riba yaitu .

(Qs.Surat Ali Imron Ayat 130).<sup>4</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ .

Tentang sebab turunnya ayat di atas, Mujahid mengatakan, “Orang-orang Arab sering mengadakan transaksi jual beli tidak tunai. Jika jatuh tempo sudah tiba dan pihak yang berhutang belum mampu melunasi maka nanti ada penundaan waktu pembayaran dengan kompensasi jumlah uang yang harus dibayarkan juga menjadi bertambah maka alloh menurunkan firman-Ny (ayat di atas). Syaikh Abu Bakar Jabir al Jazairi mengatakan,<sup>5</sup> “Ketahuilah wahai orang yang beriman bahwa riba yang dipraktekkan oleh bank konvensional pada saat ini itu lebih zalim.

---

<sup>4</sup> “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan”

<sup>5</sup> Syaikh Abu Bakar Jabir al Jazairi, *Tafsir Al-Qur'an Al-AISAR*, jakarta. Gaya Media Pratama , 2007, h 4

Promosi merupakan produk yang memberikan informasi kepada masyarakat dengan sesuai syariat Islam. mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung Adapun empat sarana promosi yang dapat digunakan seperti periklanan, promosi, penjualan, publisitas, pribadi Informasi yang didapat maka tindakan masyarakat selanjutnya untuk menjadi nasabah pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif bagi setiap nasabah maupun calon nasabah yang menabung di bank Syariah Mandiri KC 16 Iilir, sehingga dapat menarik nasabah menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan.<sup>6</sup>

Menjadi salah satu yang banyak digunakan dan diminati oleh para nasabah perbankan syariah, tabungan menjadi salah satu fokus pemasarannya. banyak perbankan syariah yang memberikan penawaran dan fasilitas untuk menarik nasabah agar menggunakan produk tabungan dari Bank Mandiri syariah KC 16 Iilir tersebut. Penawaran mulai dari biaya administrasi yang rendah, besar bagi hasil yang didapat, jangkauan fasilitas ATM, dan penawaran yang lainnya. Bank Syariah Mandri KC 16 ilir , juga melakukan banyak promosi produk tabungan tersebut, mulai dari mengiklankan di media cetak atau media elektronik, hingga promosi dengan menjadi sponsor untuk berbagai kegiatan atau dengan ikut serta dalam event-event tertentu agar produk dan bank syariah tersebut dikenal masyarakat luas.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Philip Kolter, *manajemen pemasaran* ( Jakarta : Erlangga,2012),hal 25

<sup>7</sup> Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. (Bandung: Alfabeta, 2010). hlm. 48

Berikut tabel jumlah nasabah yang ada di bank syariah mandiri Kantor Cabang 16 ilir Palembang.

**Tabel I.1**  
**Jumlah Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang Tahun 2012-2017**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>
2012	546
2013	598
2014	572
2015	638
2016	718
2017	786

*Sumber: Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang, 2018.*

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah nasabah Bank Syariah Mandiri mengalami fluktuatif. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa terjadi penurunan jumlah nasabah dari tahun 2012 hingga tahun 2013 yaitu sebesar 367 orang, selanjutnya pada tahun 2014 hal yang sama juga terjadi yaitu jumlah nasabah pada tahun tersebut masih mengalami penurunan sebesar 239 orang. Kemudian pada tahun 2015 ternyata jumlah nasabah mengalami peningkatan yang cukup baik sebesar 168 orang, sedangkan pada tahun 2016 jumlah nasabah juga mengalami peningkatan namun dapat terlihat bahwa peningkatan ditahun 2016 tidak lebih baik

dibanding tahun sebelumnya yang hanya berjumlah 66 orang, dan juga pada tahun 2017 mengalami peningkatan juga berjumlah 211 lebih baik dari tahun sebelumnya.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berbeda ( *research gap* ) dari variabel independen yang mempengaruhi religiusitas, sebagai berikut :

**Tabel I.2**  
***Research gap* Religiusitas terhadap Keputusan Menabung**

Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Menabung	Hasil Penelitian	Peneliti
	Terdapat pengaruh positif antara Religiusitas terhadap Keputusan Menabung.	1. Wahyu Utami ( 2013) 2. Marijati Sagen ( 2012)
	Tidak terdapat pengaruh antara Religiusitas terhadap Keputusan Menabung	1. M.Yudy Rachmad (2008) 2. Muhammad Karim (2007)

*Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber*

Produk terhadap Religiusitas keputusan masyarakat yang diteliti oleh Wahyu Utami dan Marijati Sagen<sup>8</sup> menunjukkan bahwa produk berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan M.Yudy Rachamd dan Muhammad Karim menunjukkan bahwa produk tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menabung .

---

<sup>8</sup> Wahyu utami dan mirijati sagen, *Referensi dan Motivasi*. ( banjarmasin : penerbit yudy, 2015 ), hlm 6

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berbeda dari yang sebelumnya (*research gap*) dari variabel yang mempengaruhi promosi, sebagai berikut :

**Tabel I.3**  
***Research gap* Promosi terhadap Keputusan Menabung**

	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Peneliti</b>
Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Menabung	Terdapat pengaruh positif antara Promosi terhadap Keputusan Menabung	1. Nour Almahira(2014) 2.Said Freihat (2014)
	Tidak terdapat pengaruh antara Promosi terhadap Keputusan Menabung	1. Imam Ghozali ( 2015) 2. Fahri Ahmad (2012)

*Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber*

Promosi terhadap keputusan nasabah yang diteliti oleh Nour Almahira, dan Said Freihat. menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Imam Ghozali dan Fahri Ahmad menunjukkan bahwa Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

Pemaparan di atas banyak sekali faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah, sehingga penelitian ini akan mengarah pada usaha menemukan fakta mengenai seberapa besar pengaruh dari dimensi religiusitas, dan media promosi terhadap keputusan menabung diperbankan syariah. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Palembang yang mayoritas beragama islam yang dianggap dapat mempengaruhi konsumen untuk menabung di bank syariah sehingga peneliti mengambil judul penelitian.” Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Masyarakat Di bank Syariah Mandiri KC 16 Ilir Palembang “

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar Belakang Masalah yang diuraikan di atas maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah Mandiri?
2. Bagaimana Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah Mandiri?
3. Bagaimana Pengaruh Religiusitas dan Promosi secara bersama-sama terhadap Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah Mandiri?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Nilai Religiusitas Terhadap Keputusan Masyarakat Untuk Menabung di Bank Syariah Mandiri Palembang ?
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Mandiri Palembang ?
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Religiusitas dan Promosi secara Bersama-sama terhadap Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah Mandiri?

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Kegunaan penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak yang terlibat didalamnya. Diantaranya adalah:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan ilmu pengetahuan bagi masyarakat yang ada di desa mengenai perbankan syariah dan juga sebagai sumbangan pemikiran mengenai pengembangan penelitian yang sudah ada.

2. Manfaat Praktisi

- a. Bagi Perbankan Syariah Sebagai dasar pertimbangan dan masukan mengenai faktor-faktor apa saja yang perlu diperhatikan masyarakat guna menggunakan jasa perbankan syariah.
- b. Bagi Mahasiswa Menambah masukan agar penelitiannya bisa lebih di fokuskan, mendalam, dan luas.

- c. Bagi Peneliti Sebagai pengembangan teori yang sudah di dapat selama di bangku kuliah dan sebagai latihan untuk penelitian-penelitian penelitian seanjutnya.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika pembahasan ini bertujuan untuk menggambarkan alur pemikiran penulis dari awal hingga kesimpulan akhir. Adapun rencana sistematika pembahasan dari awal hingga akhir kesimpulan adalah sebagai berikut:

## **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, yang menampilkan landasan pemikiran secara garis besar baik dalam teori maupun fakta yang ada, yang menjadi alasan dibuatnya penelitian ini. Perumusan masalah berisi mengenai pernyataan tentang keadaan, fenomena dan atau konsep yang memerlukan jawaban melalui penelitian. Tujuan dan kegunaan penelitian yang merupakan hal yang diharapkan dapat dicapai mengacu pada latar belakang masalah, perumusan masalah dan hipotesis yang diajukan. Pada bagian terakhir dari bab ini yaitu sistem penulisan, diuraikan mengenai ringkasan materi yang akan dibahas pada setiap bab yang ada dalam skripsi.

## **BAB II: LANDASAN TEORI**

Bab ini menguraikan tinjauan teori, yang berisi jabaran teori-teori dan menjadi dasar dalam perumusan hipotesis serta membantu dalam analisis hasil penelitian. Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian ini. Hipotesis adalah pernyataan yang disimpulkan dari tinjauan pustaka, serta merupakan jawaban sementara atas masalah penelitian.

### **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini akan menguraikan variabel penelitian dan efisiensi operasional dimana skripsi terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian akan dibahas sekaligus melakukan pendefinisian secara operasional. Penentuan sampel berisi mengenai masalah yang berkaitan dengan jumlah populis, jumlah sampel yang diambil dan metode pengambilan sampel. Jenis dan sumber data gambaran tentang jenis data yang digunakan untuk variabel penelitian. Metode analisis data mengungkapkan bagaimana gambaran model analisis yang digunakan dalam penelitian.

### **BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Dalam bagian ini menjelaskan tentang diskripsi objek penelitian yang berisi penjelasan singkat objek yang digunakan dalam penelitian. Analisis data dan pembahasan hasil penelitian merupakan bentuk yang sederhana yang mudah dibaca dan yang mudah diintrepretasikan meliputi diskripsi objek penelitian, analisis penelitian, serta analisis data dan pembahasan. Hasil penelitian mengungkapkan intrepretasi untuk memaknai implikasi penelitian.

#### **BAB V: PENUTUP**

Merupakan bab yang penting dalam skripsi ini, berisi tentang simpulan dan saran yang berkenaan dengan hasil pembahasan skripsi