

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank merupakan lembaga keuangan yang berperan penting bagi kelangsungan perekonomian di masyarakat. Perkembangan perbankan saat ini sudah mengalami kemajuan yang pesat dibandingkan dengan 10 tahun yang lalu. Setelah Indonesia mengalami krisis perbankan yang terjadi pada tahun 2008, kondisi perbankan saat ini terus membaik dan sudah jauh dari dampak krisis yang pernah melanda Indonesia.

Bank menjadi sarana penggerak perekonomian suatu negara dengan menjadi lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat dan dapat menyalurkannya dalam bentuk kredit atau dalam bentuk lainnya. Saat ini tingkat menabung masyarakat Indonesia masih tergolong rendah. Padahal jika tingkat kesadaran menabung di masyarakat tinggi dapat menggerakkan roda perekonomian suatu negara, seperti yang dikatakan oleh Joko Widodo, Presiden Republik Indonesia sebagai berikut:

MERDEKA.COM, JAKARTA - Presiden mengungkapkan tabungan dan dana investasi masyarakat dibutuhkan agar pihak perbankan dan perusahaan dapat menyalurkannya kepada kegiatan produktif. "Semakin tinggi tingkat tabungan masyarakat di suatu negara tentunya akan menggerakkan roda perekonomian melalui tersedianya dana yang dapat disalurkan guna investasi di sektor riil maupun di sektor keuangan. (Hana Adi Perdana, 2016, <https://www.merdeka.com/uang/jokowi-sebut-minat-menabung-masyarakat-indonesia-sangat-rendah.html>, 30 Januari 2018).

Kemajuan perkembangan perbankan di Indonesia tidak berbanding lurus dengan keinginan masyarakat untuk menabung di bank. Presiden Joko Widodo menyatakan saat ini rasio porsi tabungan terhadap pendapatan PDB per kapita sangat rendah hanya sekitar 20 persen saja. Rasio normalnya porsi tabungan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) adalah sebesar 32 persen. Dilihat dari tingkat kepemilikan rekening, Indonesia juga masih rendah yakni sebesar 19 persen dari total penduduk Indonesia yang berusia diatas 15 tahun (Hana Adi Perdana, 2016, <https://www.merdeka.com/uang/jokowi-sebut-minat-menabung-masyarakat-indonesia-sangat-rendah.html>, 30 Januari 2018).

Kurangnya keinginan masyarakat untuk menabung disebabkan karena rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank. Rendahnya kualitas pelayanan masih sering dikeluhkan nasabah pada penerapan sistem antrian menyebabkan masyarakat enggan untuk menabung di bank. Salah satu kasus yang berkaitan dengan kualitas pelayanan bank terjadi di Bantaeng :

TRIBUNBANTAENG.COM, BANTAENG – Penerapan sistem antrean di Bank BRI Cabang Bantaeng mendapat kritikan dari nasabah. Antre dengan cara berdiri sambil menunggu giliran saat ingin bertransaksi dianggap tidak tepat. Pantauan TribunBantaeng.com, terlihat beberapa nasabah di bank tersebut berjejer sambil berdiri pada area yang disediakan. Pihaknya berharap agar sistemnya diubah seperti dulu yang menerapkan nomor antri, biar tidak siksa berdiri. Padahal kursi yang berada di dalam ruang tunggu itu pun terlihat lowong (Edi Hermawan, 2017, <http://makassar.tribunnews.com/2017/06/05/sistem-antrean-di-bri-bantaeng-dikeluhkan-nasabah>, 30 Januari 2018)

Sistem pelayanan yang kurang baik merupakan hal penghambat dalam usaha pemerintah dalam menghimpun dana dari masyarakat. Padahal jika

sistem pelayanan sudah tertata bisa membuat masyarakat untuk kembali menggunakan jasa perbankan tersebut.

Penyebab selanjutnya yaitu bunga tabungan yang rendah. Bunga bank merupakan imbalan yang diberikan oleh bank atas dana yang disimpan oleh nasabah dan dihitung dari persentase simpanan pokok. Pada dasarnya orang menabung adalah untuk mendapatkan bunga. Namun, saat ini jumlah bunga yang diberikan bank tidak sesuai dengan inflasi yang terjadi sekarang. Bahkan biaya pajak dan biaya administrasi lebih besar dari bunga yang diberikan oleh bank. Akibatnya banyak nasabah yang tidak tertarik pada sistem bunga di bank.

KOMPAS.COM, YOGYAKARTA – Saat ini baru 35 persen masyarakat Indonesia yang memiliki tabungan. Padahal, yang namanya bank sudah berdiri lama di Indonesia.

Bunga tabungan mahal. Rata-rata orang menabung ke bank adalah untuk mendapatkan bunga. Sayangnya, saat ini bunga bank tidak sesuai dengan inflasi yang ada. Bahkan, butuh setidaknya Rp 17 juta untuk mendapatkan bunga Rp 17.000 per bulan (Aprillia Ika, 2016, <http://ekonomi.kompas.com/read/2016/11/24/145811426/kenapa.masyarakat.indonesia.susah.menabung.di.bank>. diakses pada 30 Januari 2018)

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi adalah rendahnya pemahaman mengenai literasi keuangan. Pada tahun 2016 hasil survei nasional literasi dan inklusi keuangan menunjukkan bahwa terdapat 67,8 persen masyarakat yang telah menggunakan produk dan layanan keuangan. Tetapi hanya 29,7 persen masyarakat yang telah mampu atau paham literasi keuangan. Seperti yang disampaikan Tirta Segara, Anggota Dewan Komisioner Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen OJK dalam seminar nasional literasi keuangan (5/10/2017) peningkatan pemahaman literasi keuangan dapat meningkatkan

kebiasaan masyarakat untuk menabung dan berinvestasi, yang nantinya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Kurnia Sari Aziza, 2017, <http://ekonomi.kompas.com/read/2017/10/04/144105526/ojk-hanya-297-persen-masyarakat-yang-paham-literasi-keuangan>, 30 Januari 2018).

Penyebab berikutnya adalah kurangnya penawaran atau promosi yang dilakukan oleh bank – bank atau lembaga finansial lain yang ada di Indonesia. Promosi dilakukan untuk memberikan informasi sekaligus membujuk. Berbagai cara kreatif yang seharusnya dilakukan oleh bank untuk menghimpun dana dari masyarakat, Target promosi dari produk tabungan untuk dibuat untuk menjangkau semua kalangan. Bentuk – bentuk promosi dibuat dengan menawarkan imbalan yang fantastis agar masyarakat tegur dengan promosi tersebut. Namun, tidak semua promosi yang dilakukan selalu memberikan dampak positif dan sesuai dengan kenyataannya. Banyak terjadi kasus – kasus penawaran produk tabungan yang bermotif penipuan. Masyarakat yang tidak cermat dan tidak teliti bisa langsung tertipu dengan promosi yang ditawarkan.

Sebanyak 16.171 orang telah tertipu oleh lembaga kredit finansial ilegal yang menawarkan bunga tabungan hingga 10 persen seperti kasus berikut :

M.DETIK.COM, JAKARTA - Salah satu produk yang ditawarkan adalah tabungan simpan pinjam masa depan (Simapan) dengan bunga sebesar 10 persen per bulan. Tawaran yang menggiurkan itu membuat masyarakat terpicu. Dalam kurun waktu 5 tahun, Mitra Tiara berhasil menghimpun tabungan sebesar Rp 411 miliar dari 16.171 nasabah. Untuk meyakinkan masyarakat, Mitra Tiara membuat brosur yang seakan-akan bekerjasama dengan lembaga keuangan empat negara lain yaitu Prancis, Amerika Serikat, Siprus dan Swiss. Untuk meyakinkan nasabah, mereka mendapatkan 10 persen bunga pada bulan-bulan pertama, di mana bunga itu diambil dari uang nasabah lain (Andi Saputra, 2017, <https://m.detik.com/news/berita/d-3545644/akhir-jejak-penipu-16-ribu-orang-yang-raup-rp-411-miliar>, 4 Februari 2018)

Tingkat konsumsi dimasyarakat juga menjadi salah satu penyebab tingkat menabung rendah. Banyak masyarakat yang tertarik untuk membeli berbagai macam barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan. Berdasarkan survei yang dilakukan Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Musamus Merauke Tarsius mengatakan masyarakat belum tahu arti menabung (Dyah Ratna Meta Novia, 2017, <http://nasional.republika.co.id/berita/nasional/umum/17/07/24/otl8hn313-rendah-minat-menabung-masyarakat-di-indonesia-timur>, 30 Januari 2018). Semua uang yang sudah didapat dihabiskan untuk berbelanja, mereka lebih suka belanja dari pada menabung. Kondisi seperti ini membuat pertumbuhan sektor perbankan menjadi melambat.

Hasil penelitian H. Ade Sarwita menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah (Sarwita, Jurnal MAKSI, No. 1, Januari 2017: 39-40). Kemudian hasil penelitian yang dilaksanakan oleh Tri Astuti dan Rr. Indah Mustikawati menyatakan bahwa persepsi nasabah tentang promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah (Astuti, Jurnal Nominal, No. 1, Januari 2013: 186). Hasil penelitian berikutnya yang dilaksanakan oleh Yusuffia Nur Azizah Istiqomah menyatakan bahwa terdapat pengaruh variabel promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan Bank Syariah Mandiri. Pada jurnal ini juga menunjukkan bahwa pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan

produk tabungan Bank Syariah Mandiri (Istiqomah, *Global Review of Islamic Economics and Business*, No. 2, April 2015: 77).

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian guna mengetahui pengaruh menabung dengan melakukan penelitian yang berjudul, **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Menabung”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini yaitu

1. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung?
2. Adakah pengaruh promosi terhadap keputusan menabung?
3. Adakah pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan menabung?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan berdasarkan data yang sebenar – benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan menabung. Keputusan menabung dapat diukur dengan indikator adanya keinginan untuk belajar mengelola keuangan, adanya keinginan untuk berinvestasi, adanya motif berjaga – jaga dalam keadaan darurat, adanya kebutuhan yang ingin dipenuhi dimasa yang akan datang, serta adanya keinginan untuk menyiapkan dana pendidikan.

D. Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dijabarkan peneliti, penelitian ini memiliki kegunaan yang bersifat teoritis dan praktis sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi informasi dalam bidang ekonomi dan perbankan dan sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya. Penelitian ini juga diharapkan sebagai sumbangan pemikiran tentang pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan menabung mahasiswa.

2. Kegunaan Praktis

Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk :

- a. Bagi Peneliti, hasil penelitian ini digunakan untuk meningkatkan pemahaman seberapa berpengaruhnya kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan menabung mahasiswa.
- b. Bagi Perguruan Tinggi, penelitian ini dapat berguna untuk menambah karya ilmiah untuk dijadikan sebagai referensi pada penelitian selanjutnya.
- c. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan mengenai keputusan menabung pada bank.