BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perubahan dunia yang begitu cepat telah memaksa produsen dan para penjual berpikir keras agar tetap eksis di dunianya. Perubahan ini diakibatkan oleh berbagai sebab seperti pesatnya pertumbuhan dan perkembangan teknologi mesin dan alat alat berat, terlebih lagi teknologi telekomunikasi. Cepatnya informasi yang masuk akibat majunya teknologi sektor informasi seperti televisi, radio, koran atau majalah telah menjadikan masyarakat semakin cerdas dan masyarakat sudah semakin sulit untuk dibohongi. Dampak lain bagi produsen adalah ketatnya persaingan antar produsen untuk memanfaatkan kemajuan teknologi ini. Produsen berusaha dengan sekuat tenaga untuk merebut konsumen pesaingnya.

Dalam memasarkan produknya, seorang pemasar harus pandai membaca situasi pasar sekarang dan di masa yang akan datang. Artinya, pemasar harus cepat tanggap apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, kemudian kapan dan dimana dibutuhkannya. Dalam hal ini produsen harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen secara tepat waktu. Di samping itu, seorang pemasar harus mampu mengomunikasikan keberadaan dan kelebihan produk dibandingkan dengan produk lainnya dari pesaing. Produsen juga harus pandai memotivasi konsumen untuk terus membeli dan mengonsumsikan produk yang ditawarkan melalui berbagai strategi.

Pemasaran jasa telah meningkat dalam kepentingannya seiring dengan meningkatnya persaingan bisnis di bidang jasa. Salah satu faktor yang paling berpengaruh adalah gaya hidup masyarakat yang menjadi lebih dinamis dan bergerak serba cepat serta lebih menghargai waktu. Produk-produk perbankan memiliki ciri-ciri jasa pada umumnya, yang tidak berwujud (*intangiable*).[1] Bank sebagai lembaga keuangan yang menghasilkan jasa keuangan juga membutuhkan strategi pemasaran sehingga produk yang ditawarkan kepada nasabah menjadi lebih cepat dan efisien.

Dalam melakukan pemasaran, bank memiliki beberapa sasaran yang hendak dicapai. Artinya, nilai penting pemasaran bank terletak dari tujuan yang ingin dicapai tersebut seperti dalam hal menyediakan ragam produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah. Sebagaimana kamsir mengatakan bahwa untuk mencapai sasaran yang hendak dicapai, maka bank perlu:

1. Menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabahnya.
2. Memberikan nilai lebih terhadap produk yang ditawarkan dibandingkan dengan produk pesaing.
3. Menciptakan produk yang memberikan keuntungan dan keamanan terhadap produknya.
4. Memberikan informasi yang benar-benar dibutuhkan nasabah dalam hal keuangannya pada saat dibutuhkan.
5. Memberikan pelayanan yang maksimal mulai dari calon nasabah menjadi nasabah bank yang bersangkutan.
6. Berusaha menarik minat dan memotivasi konsumen untuk menjadi nasabah bank.
7. Berusaha untuk mempertahankan nasabah yang lama dan berusaha mencari nasabah baru baik dari segi jumlah maupun kualitas nasabah.
8. Berusaha terus menerus meningkatkan kualitas produk dan kepuasan pelanggan/nasabah.[2]

---

[1]Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2010), h. 178

[2]Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), h. 3

Seiring semakin berkembangnya perekonomian dunia yang mengalami kemajuan yang pesat disemua sektor, menuntut masyarakat Indonesia untuk berpartisipasi agar tidak ketinggalan. Upaya maksimal perlu dilakukan guna perbaikan disegala bidang, tidak terkecuali sektor perbankan, yang merupakan pusat dari sirkulasi keuangan masyarakat. Untuk itu perbankan diharapkan memberikan pelayanan yang memadai bagi kebutuhan masyarakat akan layanan keuangan yang semakin komplek. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut di Indonesia sudah ada alternatif lain selain bank konvensional, yaitu hadirnya bank syariah.

Berkembangnya bank-bank syariah di negara-negara Islam berpengaruh ke Indonesia. Pada awal periode 1980-an, diskusi mengenai bank syariah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan.[3] Industri perbankan yang menggunakan sistem syariah adalah PT Bank Muamalat Indonesia Tbk yang didirikan pada tahun 1991 dan memulai kegiatan operasionalnya pada bulan Mei 1992. Sebagaimana Zainudin Ali mengatakan bahwa

> Pendirian bank Muamalat Indonesia diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Pemerintah Indonesia, serta mendapat dukungan nyata dari Eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha muslim. Selain itu, pendirian Bank Muamalat juga mendapat dukungan dari warga masyarakat yang dibuktikan dengan komitmen pembelian saham Perseroan senilai Rp 84 miliar pada saat penandatanganan akta Perseroan. Selajutnya, pada acara silaturahim peringatan pendirian bank tersebut di Istana Bogor, diperoleh tambahan komitmen dari warga masyarakat Jawa Barat yang turut menanam modal senilai Rp106 miliar.[4]

---

[3]Muhammad Syafi'i Antonio, Bank Syariah : dari Teori ke Praktik, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 25

[4]Zainudin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Cet. Ke-1, Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h.10-11

Indonesia adalah suatu negara yang mempunyai jumlah Umat Islam terbesar di dunia. Dengan demikian maka peluang untuk mengembangkan bank Islam di Indonesia sangat baik, hal ini terlihat dari luasnya segmen pasar yang ada. Sebagaimana Zainudin Ali mengatakan bahwa

> Perbankan Syariah bila dilihat dari aset dapat dikatakan bahwa telah mengalami pertumbuuhan yang cukup pesat, yaitu sebesar 74% per tahun selama kurun waktu 1998 sampai 2001 (nominal dari Rp479 miliar pada tahun 1998 menjadi Rp2.718 miliar pada tahun 2001). Selain itu, dana pihak ketiga telah meningkat dari Rp392 miliar menjadi Rp1.806 miliar. Oleh karena itu, sistem perbankan syraiah telah mengalami pertumbuhan dalam hal kelembagaan, yaitu jumlah bank umum syariah telah meningkat dari 1 (satu) bank umum syariah, 78 BPRS pada tahun 1998 menjadi 2 (dua) bank umum syariah, 3 (tiga) unit usaha syariah (UUS) dan 81 BPRS pada akhir tahun 2001. Jumlah kantor cabang dari bank umum syariah dan UUS dari 26 telah meningkat menjadi 51 kantor.[5]

Meskipun pertumbuhan jaringan kantor relatif lebih cepat, namun kontribusi sistem perbankan syariah terhadap sistem perbankan nasional masih kecil. Sebagaimana WN. Effendi menagatakan bahwa "total aset perbankan syariah sekitar 0,26% dari total aset perbankan nasional".[6] Hal tersebut menjadi bukti bahwa meskipun segmen pasar perbankan syariah cukup luas dilihat dari banyaknya penduduk Indonesia yang beragama Islam namun pertumbuhan perbankan syariah masih kurang maksimal.

Kota Kendari merupakan salah satu kota dengan jumlah penduduk mayoritas beragama Islam. Dengan gambaran keadaan tersebut, dapat diasumsikan bahwa masyarakat Kota Kendari masyarakat memiliki peluang untuk

---

[5]Zainudin Ali, *Hukum Perbankan Syariah,* (Cet. Ke-1, Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h.17

[6]WN. Effendi, *Peluang dan Tantangan Bank Syariah di Indonesia,* (Cet. ke-1, Jakarta: Al-Kautsar-Prima, 2006), h. 57

menabung di bank syariah karena bank Muamalat merupakan bagian dari bank syariah yang berbasis keislaman. Sehingga dengan demikian ketika masyarakat memiliki pengetahuan tentang PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari maka mereka akan tertarik dan termotivasi untuk menabung menggunakan jasanya. Dalam Al-Qur'an terdapat ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik dengan cara menabung. Sebagaimana Firman Allah swt; dalam QS An-Nisaa'/4 : 9 sebagai berikut dibawah ini:

وَلْيَخْشَ ٱلَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا۟ مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَـٰفًا خَافُوا۟ عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا۟ ٱللَّهَ وَلْيَقُولُوا۟ قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

Terjemahnya:

Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.[7]

Firman Allah dalam QS Al-Baqarah / 2 : 266 yang menyatakan:

أَيَوَدُّ أَحَدُكُمْ أَن تَكُونَ لَهُۥ جَنَّةٌ مِّن نَّخِيلٍ وَأَعْنَابٍ تَجْرِى مِن تَحْتِهَا ٱلْأَنْهَـٰرُ لَهُۥ فِيهَا مِن كُلِّ ٱلثَّمَرَٰتِ وَأَصَابَهُ ٱلْكِبَرُ وَلَهُۥ ذُرِّيَّةٌ ضُعَفَآءُ فَأَصَابَهَآ إِعْصَارٌ فِيهِ نَارٌ فَٱحْتَرَقَتْ ۗ كَذَٰلِكَ يُبَيِّنُ ٱللَّهُ لَكُمُ ٱلْـَٔايَـٰتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ ﴿٢٦٦﴾

Terjemahnya:

Apakah ada salah seorang di antaramu yang ingin mempunyai kebun kurma dan anggur yang mengalir di bawahnya sungai-sungai; dia mempunyai dalam kebun itu segala macam buah-buahan, Kemudian datanglah masa tua pada

[7]Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Semarang: Asy-Syifa', 2000), h. 62

orang itu sedang dia mempunyai keturunan yang masih kecil-kecil. Maka kebun itu ditiup angin keras yang mengandung api, lalu terbakarlah. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepada kamu supaya kamu memikirkannya.[8]

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah memerintahkan untuk bersiap-siap dan mengantisipasi masa depan keturunan, baik secara rohani (iman/taqwa) maupun secara ekonomi harus dipikirkan langkah-langkah perencanaannya. Salah satu langkah perencanaan adalah dengan menabung.

Ketika masyarakat telah memiliki informasi yang telah didapat tentang PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari, maka tindakan masyarakat selanjutnya ialah untuk menjadi nasabah dengan melakukan kegiatan sebagai nasabah di PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari. Informasi dan promosi yang baik akan memberikan dampak positif bagi masyarakat sebagai nasabah maupun calon nasabah sehingga dapat memotivasi masyarakat sebagai nasabah atau calon nasabah untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari.

Informasi yang tepat dan baik kepada calon nasabah merupakan faktor penting dalam sebuah industri perbankan, karena perbankan merupakan usaha yang menjual jasa yang mengutamakan *service* dan keramahan dalam melayani calon nasabah. Informasi yang tepat dan baik kepada calon nasabah merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Dimana perilaku tersebut

---

[8]*Ibid.*, h. 129

dapat terjadi pada saat sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pengetahuan nasabah dapat meningkatkan motivasi untuk menabung.

Perusahaan Bank Muamalat yang gagal memuaskan pelanggan melalui pemberian informasi yang baik akan menghadapi masalah yang kompleks, masalah tersebut diantaranya adalah jika pelanggan merasa tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan pelanggan. Oleh karena itu, setiap Bank Muamalat wajib memuaskan para pelanggannya dengan cara memberikan informasi yang baik.

Motivasi masyarakat menggunakan jasa PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari tentunya bukan hanya dari faktor pengetahuan saja yang harus dipertimbangkan, Namun masih banyak lagi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan jasa PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari. Sebagaimana Schiffman Leon dan Kanuk yang dikutip Sultan Remy Sjahdeini mengatakan bahwa:

> Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan jasa pebankan syariah yaitu faktor gografis (daerah, ukuran kota, kepadatan daerah, iklim) demografis (umur, jenis kelamin, status perkawinan, pendapatan, pendidikan, pekerjaan) psikologis (motifasi kebutuhan, keribadian, presepsa, keterlibatan dalam belajar, sikap) psikofgrafis (gaya hidup) sosial budaya (budaya, agama, ras/etnis, kelas sosial, siklus hidup keluarga) terkait pemakaian (tingkat pemakaian, keadaan kessadaran, kesetiaan pada merk) situasi pemakaian (waktu, tujuan, lokasi, orang) manfaat, gabungan (demografis/psikografis, geodemografis).[9]

---

[9]Sultan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah: Produk-Produk Dan Aspek-Aspek Hukumnya*. (Jakarta: Agung Offset, 2010), h. 40.

Berdasarkan latar belakang di atas, hal yang menarik perhatian bagi peneliti untuk melakukan penelitian ini karena banyak sekali faktor-faktor yang berhubungan dengan motivasi nasabah untuk menabung pada PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari, sehingga penelitian ini akan mengarah pada usaha menemukan fakta mengenai hubungan dari dimensi pengetahuan nasabah dengan motivasi menabung pada PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari. Alasan lain yang menarik perhatian bagi peneliti yaitu karena masyarakat Kota Kendari yang mayoritas penduduknya beragama Islam dianggap dapat meningkatkan motivasi nasabah untuk menabung di PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari. Untuk itu peneliti bermaksud mengadakan sebuah penelitian ilmiah dengan judul "hubungan pengetahuan nasabah dengan motivasi menabung pada PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Seberapa tinggi tingkat pengetahuan nasabah di PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari?
2. Seberapa tinggi tingkat motivasi menabung nasabah pada PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari?
3. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara pengetahuan nasabah dengan motivasi menabung pada PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah "pernyataan mengenai apa yang hendak kita capai".[10] Penelitian ini dilakukan untuk menjawab masalah sebagaimana telah dirumuskan di atas. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat pengetahuan nasabah di PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari.
2. Untuk mengetahui tingkat motivasi menabung nasabah pada PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari.
3. Untuk mengetahui hubungan yang positif dan signifikan antara pengetahuan nasabah dengan motivasi menabung pada PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan proses penelitian yang dilakukan, maka diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
   a. Menambah khasanah keilmuan dalam hal hubungan pengetahuan nasabah dengan motivasi menabung pada PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari agar dapat memotivasi masyarakat sebagai nasabah atau calon nasabah untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan oleh PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari.

---

[10]Husaini Usman Dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Cet. 6, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), h. 29

b. Dapat menjadi bahan masukan bagi peneliti lain yang penelitiannya memiliki hubungan atau memiliki keterkaitan dengan hasil penelitian ini.

c. Dapat menjadi bahan masukan bagi PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari untuk memperhatikan motivasi menabung nasabah agar dapat mengoreksi diri sehingga bisa berkembang menuju perubahan yang lebih baik.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti, sebagai sarana untuk melatih diri dan menguji serta meningkatkan kemampuan berfikir melalui penulisan karya ilmiah.

b. Sebagai tambahan khasanah ilmu pengetahuan di Institut Agama IslamNegeri (IAIN) Kendari.

c. Sebagai bahan informasi bagi PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari dan masyarakat, khususnya di kota kendari dalam hal hubungan pengetahuan nasabah dengan motivasi menabung.

E. Definisi Operasional

Adapun yang menjadi definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan nasabah yang peneliti maksudkan dalam penelitian ini adalah. segala sesuatu yang diketahui dan dipahami atau semua informasi yang dimiliki nasabah serta pengetahuan lainnya mengenai berbagai macam produk dan jasa yang ada di PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari, yang mana indikatornya yaitu pengetahuan atribut produk, pengetahuan manfaat produk

dan pengetahuan nilai kepuasan produk.

2. Motivasi menabung yang peneliti maksudkan dalam penelitian ini adalah semangat dan kecenderungan hati yang tinggi yang timbul dalam diri seseorang nasabah untuk menabung di PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari yang ditandai dengan adanya rasa senang atau tetarik, yang mana indikatornya yaitu kebutuhan akan bank, imbalan tabungan, manfaat tabungan, kemauan sendiri dan ikut andil dalam pembangunan perekonomian.