

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Peranan perbankan dalam memajukan suatu negara sangatlah besar, hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa perbankan. Pada saat ini bank syariah sudah tersebar ke berbagai provinsi di Indonesia walaupun jumlahnya masih minim. Persaingan usaha yang semakin ketat dan penuh tantangan dengan perusahaan perbankan lainnya menyebabkan manajemen perbankan harus mampu merancang dan menyusun strategi pemasaran yang mampu menarik minat nasabah. Sehingga setiap perbankan dituntut untuk menerapkan strategi agar nasabah termotivasi atau mempunyai minat khususnya masyarakat pedesaan untuk menabung di Bank Syariah yang beroperasi dengan tidak mengandalkan bunga (Muhamad, 2015).

Minat didefinisikan sebagai suatu ketertarikan untuk melakukan sesuatu dalam diri seseorang yang mengakibatkan seseorang untuk melakukan suatu perilaku secara spontan. Secara umum, minat merupakan suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian seseorang pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda, dan orang (Jahja, 2011).

Adanya ketertarikan atau minat nasabah untuk menabung pada suatu bank di pengaruhi oleh beberapa faktor, akan tetapi dalam penelitian ini peneliti hanya memfokuskan pada variabel lokasi dan brand image.

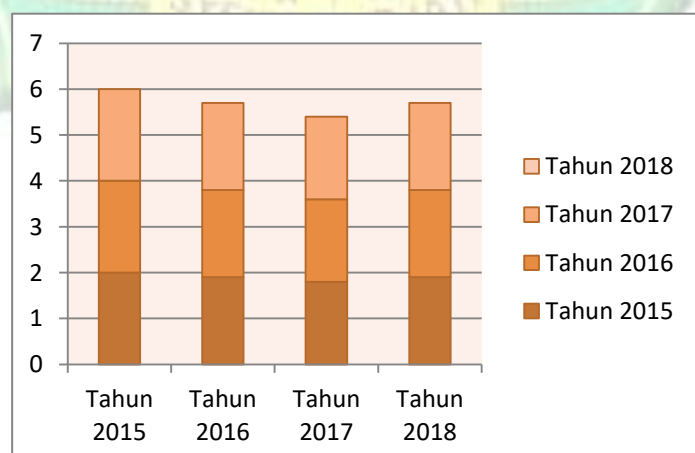
Lokasi sangat mempengaruhi minat seseorang untuk menabung di Bank, karena lokasi merupakan salah satu faktor yang sangat penting. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh (Tjiptono 2015) bahwa lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang atau jasa yang mementingkan strategi dalam segi ekonominya. Lokasi adalah tempat mengoperasikan produk-

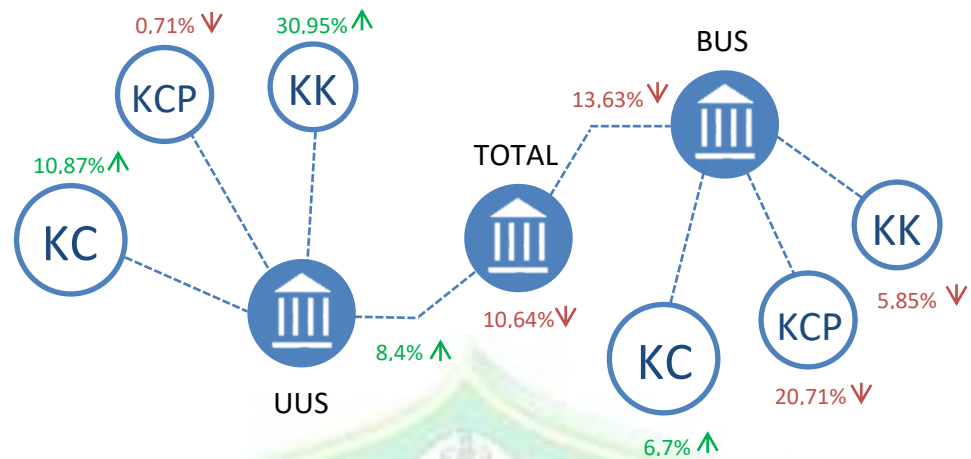
produk perbankan dan untuk mengatur serta mengendalikan perbankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. (Sutanto dan Umam 2019)

Lokasi yang strategis, dipinggir jalan dapat di jangkau dengan mudah serta dekat dengan pusat kegiatan masyarakat dapat menarik minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. (Tyas dan Setiawan 2012) Semakin dekat lokasi sebuah bank dengan masyarakat serta kantor cabang pembantu yang sudah banyak tersebar, maka akan dapat menarik minat masyarakat untuk melakukan transaksi maupun menabung di bank tersebut. Sebab dengan lokasi yang tepat maka target pencapaian bank akan diraih. (Viranti dan Ginanjar,2015).

Perkembangan ekonomi syariah dan meningkatkan literasi keuangan syariah membuat umat muslim mulai memiliki kesadaran dari praktik riba dalam perbankan. hal tersebut dinilai sebagai pangsa pasar yang strategis sehingga banyak bank umum di Indonesia mulai membuka unit syariah hingga menjadi anak perusahaan syariah dengan sistem perbankan terpisah atau sesuai syariah yaitu bank syariah. Lambat laun perbankan syariah mengalami peningkatan yang dapat di nilai dari meningkatnya jumlah kantor cabang bank syariah di Indonesia (Indratama dan Artanti, 2014)

Tabel 1.1
Jumlah Kantor Perbankan Syariah di Indonesia
Periode 2015-2018





Sumber: Otoritas Jasa keuangan diolah 2018

Keterangan:

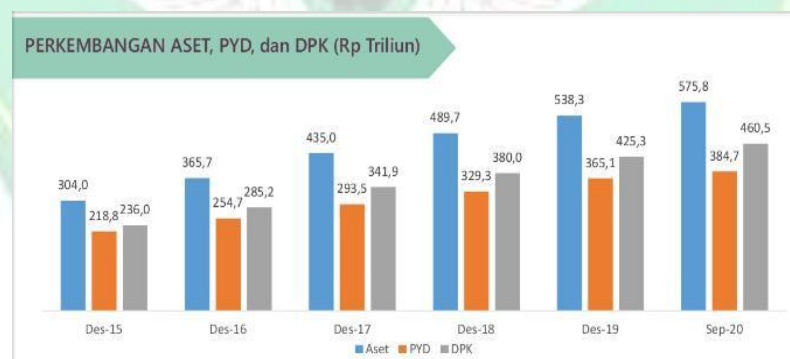
- 2015 = Jumlah kantor bank umum syariah selama periode tahun 2015 sebanyak 1.990 unit.
- 2016 = Jumlah kantor bank umum syariah selama periode tahun 2016 sebanyak 1.869 unit.
- 2017 = Jumlah kantor bank umum syariah selama periode tahun 2017 sebanyak 1.825 unit.
- 2018 = Jumlah kantor bank umum syariah selama periode tahun 2018 sebanyak 1.875 unit.

Nilai rata-rata dari jumlah kantor bank umum syariah adalah negatif. Jumlah kantor bank umum syariah dari Januari 2015 sebanyak 2.157 unit kantor yang dimiliki 12 bank umum syariah, sampai dengan Desember 2018 jumlahnya turun mencapai 1.875 unit kantor yang dimiliki 14 bank umum syariah. Padahal masyarakat sangat membutuhkan akses yang mudah dan terdekat untuk melakukan transaksi dengan bank syariah. Masih kurangnya bank syariah dalam mensosialkan keberadaan dan pemahaman tentang bank syariah kepada masyarakat yang berada di plosok-plosok daerah khususnya masyarakat Kecamatan Sedong, ada pun kemungkinan hal ini disebabkan karena adanya penurunan jumlah kantor bank umum syariah yang dapat menyebabkan minat masyarakat menabung kurang meningkat secara signifikan.

Tabel 1.2
Pertumbuhan jumlah industri perbankan Syariah 2021

| Industri Perbankan | 2020 | | 2021 | |
|--------------------------------|------------------|---------------|------------------|---------------|
| | Jumlah Institusi | Jumlah kantor | Jumlah Institusi | Jumlah kantor |
| Bank Umum Syariah | 14 | 1.942 | 12 | 2.028 |
| Unit Usaha Syariah | 20 | 390 | 21 | 409 |
| Bank Pembiayaan Rakyat Syariah | 162 | 626 | 165 | 670 |
| Total | 196 | 2.958 | 198 | 3.107 |

Pertumbuhan jumlah industri bank syariah di tahun 2021 secara umum naik dibandingkan dengan tahun sebelumnya dan menunjukkan perkembangan yang positif dan pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia diperkirakan masih akan tumbuh dan mengalami peningkatan.

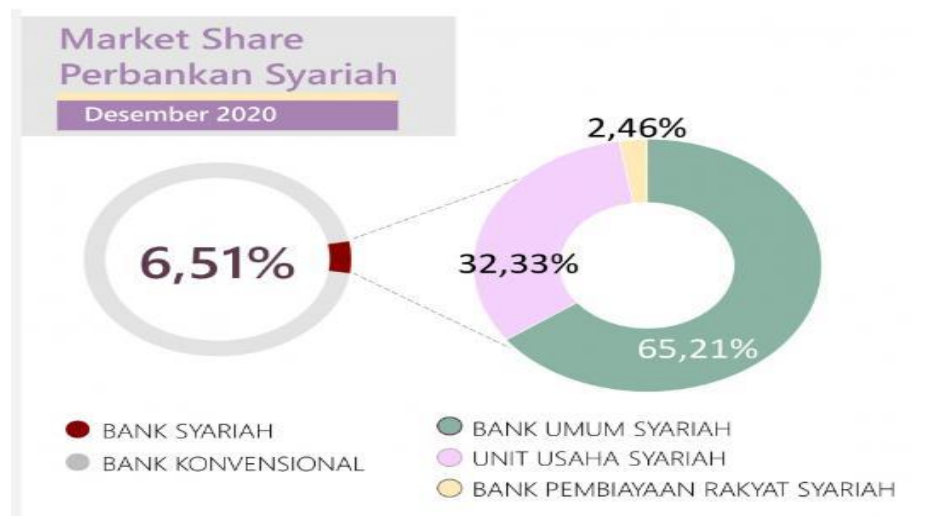


Gambar 1

Aset, PYD dan DPK 2017-2021

Berdasarkan gambar di atas terlihat tren yang positif dari perkembangan peningkatan aset, PYD dan DPK dari tahun 2017-2021. Hal

ini menunjukkan tren yang cukup baik berkembangnya kinerja keuangan perbankan syariah di Indonesia yang terus mengalami peningkatan.



Sumber: Snapshot Perbankan Syariah Indonesia, 2020

Gambar 2 Market Perbankan Syariah

Menurut data yang dikeluarkan (OJK, 2020), Market share perbankan syariah di Indonesia pada September 2021 mencapai 6,51% dengan market share sebesar 6,51 artinya minat masyarakat Indonesia masih rendah dalam menggunakan bank syariah, padahal masyarakat Indonesia merupakan penduduk muslim terbesar di dunia berdasarkan data *world population review* pada tahun 2020 jumlah penduduk muslim di tanah air mencapai 229 juta jiwa, atau 87,2% dari total penduduk 273,5 juta jiwa, hal ini menunjukkan peluang yang besar dalam mengembangkan perbankan syariah di Indonesia.

Banyak faktor menjadi penentu nasabah dalam memutuskan suatu keputusan, salah satu diantaranya berupa lokasi, dan *brand image*. Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang atau jasa yang mementingkan strategi dalam segi ekonominya. (Tjiptono, 2015) Dalam menumbuhkan minat masyarakat untuk menabung dan bertransaksi di bank syariah salah satu faktor yang mempengaruhi adalah jarak lokasi perbankan sebab suatu jarak

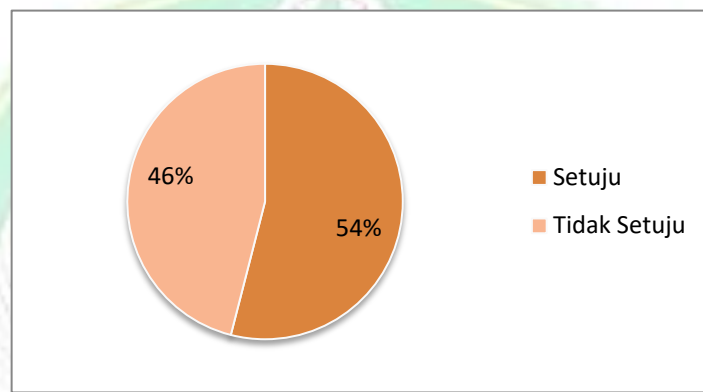
memiliki pengaruh cukup signifikan dalam aktifitas menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dalam bentuk pembiayaan. Dengan penentuan lokasi yang tepat dan mudah di akses oleh masyarakat maka dapat menarik minat masyarakat.

Brand image juga mempengaruhi minat nasabah untuk menabung, sebagaimana dikemukakan oleh (A. Aaker 2013) bahwasannya merek memungkinkan bagi suatu perusahaan untuk berkompetisi dalam pasar produk dan jasa serta menunjukkan strategi bisnisnya. Penelitian (M Syafi Asmarulla,2017) mengemukakan bahwa citra merek merupakan variabel yang sangat dominan dalam mempengaruhi minat seorang nasabah untuk menabung. Oleh sebab itu citra merek sangat penting bagi suatu perusahaan dalam hal ini adalah pihak bank, sebagaimana bank memiliki visi mengembangkan, memperkuat, mempertahankan dan mengelola suatu perusahaan. Sehingga bagi suatu industri perbankan dapat menentukan suatu prioritas yang dapat diperhatikan lebih mendalam dalam membuat program-program pemasarannya, agar mampu memiliki daya saing dalam persaingan industri perbankan. *Brand Image* merupakan salah satu faktor terpenting bagi perusahaan, melalui *brand image* perusahaan dapat menarik dan mempertahankan konsumennya. (Widiawati, 2020)

Penelitian ini dilakukan kepada masyarakat Desa Sedong Kidul yang merupakan Desa plosok, jauh dari pusat kota. Hal ini di maksudkan untuk menarik minat masyarakat Desa Sedong Kidul untuk menabung di Bank Syariah bebas dari riba atau bunga. Karena permasalahan yang terjadi selama ini minat masyarakat Desa Sedong Kidul untuk menabung di bank syariah masih kurang. Hal ini di sebabkan karena lokasi bank syariah yang sulit di jangkau oleh masyarakat Desa Sedong Kidul, unit kantor bank syariah belum ada yang dekat dengan masyarakat plosok, dan Brand Image atau citra merek pada bank baik pada produk maupun pada bank itu sendiri. Oleh karena itu, dengan adanya permasalahan yang dialami. Maka peneliti ingin mengetahui apa yang menyebabkan hal tersebut.

Dari hasil pengamatan dengan masyarakat setempat, penulis melakukan observasi kepada masyarakat Desa Sedong Kidul, Kecamatan Sedong Kabupaten Cirebon mengenai minat masyarakat menabung di bank syariah, oleh sebab itu dapat dilihat indikator terkait minat masyarakat menabung di bank syariah

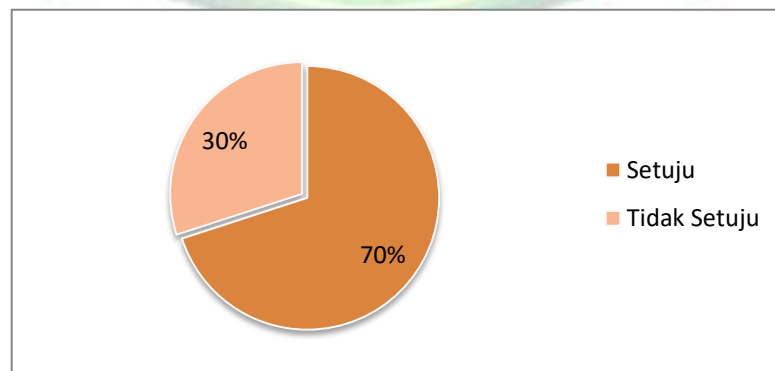
Diagram 1
Survey Masyarakat Desa Sedong Kidul
Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah



(Sumber: *Data Primer, diolah 2022*)

Diagram diatas berdasarkan survey bersama masyarakat Desa Sedong Kidul, di peroleh hasil 54% masyarakat tidak berminat menabung di bank syariah dan 46% masyarakat berminat menabung di bank syariah.

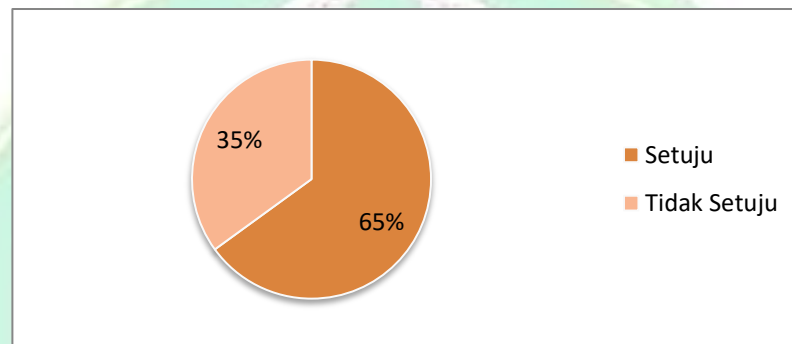
Diagram 2
Survey Masyarakat Desa Sedong Kidul
Terhadap Lokasi Bank Syariah



(Sumber: *Data Primer, diolah 2022*)

Diagram diatas berdasarkan survey bersama masyarakat Desa Sedong Kidul, diperoleh 70% lokasi sangat berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Sedong Kidul menabung di bank syariah. Hal ini disebabkan karena lokasi bank syariah yang sulit dijangkau oleh masyarakat Desa Sedong Kidul, unit kantor bank syariah belum ada yang dekat dengan masyarakat plosok.

Diagram 3
Survey Masyarakat Desa Sedong Kidul
Terhadap *Brand Image* Bank Syariah



(Sumber: *Data Primer, diolah 2022*)

Berdasarkan diagram, diatas menunjukkan 65% menunjukkan setuju terkait *brand image*, bahwasannya *brand image* mempunyai pengaruh besar bagi masyarakat. Hal ini disebabkan bank syariah mempunyai *brand* yang baik dimata masyarakat, salah satunya bank syariah bebas dari riba/bunga.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian bagaimana pengaruh lokasi dan *brand image* terhadap minat masyarakat Desa Sedong Kidul menabung, dengan harapan agar masyarakat berminat menabung di Bank Syariah sesuai syariat islam dan bebas dari riba atau bunga. Oleh karena itu penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH LOKASI DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT MASYARAKAT PEDESAAN MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Pada Masyarakat Desa Sedong Kidul Kecamatan Sedong Kabupaten Cirebon).”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah yang akan diidentifikasi adalah sebagai berikut:

- a. Terdapat indikasi bahwa unit kantor bank syariah belum cukup luas dan sulit di jangkau oleh masyarakat Desa Sedong Kidul
- b. Terdapat indikasi bahwa citra merek yang melekat pada bank syariah baik pada produk nya maupun pada bank itu sendiri berpengaruh.
- c. Seberapa besar pengaruh lokasi dan *brand image* terhadap minat masyarakat pedesaan menabung di bank syariah

C. Batasan Masalah

Banyak Faktor yang mempengaruhi kurangnya minat masyarakat untuk menabung di bank syariah, berdasarkan identifikasi masalah penulis memberikan pembatas masalah dalam melakukan penelitiannya. Agar lebih fokus pada topik dan pokok permasalahan agar masalah yang penulis angkat tidak keluar dari permasalahan yang penulis bahas. Dengan demikian cakupan permasalahan lebih fokus dan tidak meluas ke berbagai aspek. Adapun masalah yang akan diteliti yaitu “Pengaruh Lokasi, dan *Brand Image* Terhadap Minat Masyarakat Pedesaan Menabung”. Pada penelitian ini peneliti membatasi sampel yang digunakan hanya pada masyarakat Desa Sedong Kidul .

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan masalah yang telah dijelaskan diatas , maka dapat dirumuskan masalah yang akan diangkat adalah sebagai berikut:

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Sedong Kidul menabung di Bank Syariah?
2. Apakah *brand image* berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Sedong Kidul menabung di Bank Syariah?

3. Apakah lokasi dan *brand image* berpengaruh secara simlutan terhadap minat masyarakat Desa Sedong Kidul menabung di Bank Syariah?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

- a. Pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat Desa Sedong Kidul menabung di bank syariah.
- b. Pengaruh *brand image* terhadap minat masyarakat Desa Sedong Kidul menabung di bank syariah.
- c. Pengaruh lokasi dan *brand image* terhadap minat masyarakat Desa Sedong Kidul menabung di bank syariah.

2. Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat yang dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan atau pengetahuan khususnya mengenai pengaruh lokasi dan *brand image* terhadap minat masyarakat pedesaan menabung.

- b. Bagi praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan informasi kepada masyarakat khususnya para praktisi terutama untuk mengetahui pengaruh lokasi dan *brand image* terhadap minat masyarakat pedesaan menabung dibank syariah. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan evaluasi yang bermanfaat sehingga kedepannya dapat berjalan dengan lebih baik.

c. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah sumber referensi bagi penelitian dan dapat dijadikan sebagai perbandingan. Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan ide atau pemikiran baru tentang lokasi dan *brand image* terhadap minat masyarakat pedesaan menabung. penelitian ini juga di harapkan dapat memberikan sumbangsih data dalam kaitannya dengan perkembangan lokasi dan brand image hal ini adalah perbankan syariah sebagai lembaga pemberdayaan umat.

F. Sistematika Penulisan

Untuk lebih mempermudah dan memberikan gambaran yang lebih jelas dan sistematis mengenai isi penelitian dengan susunan yang sistematis, antara lain:

BAB I PENDAHULUAN, Bab ini didalamnya memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI, Bab ini didalamnya memuat Teori-teori yang mendukung penelitian. penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian penulis, kerangka pemikiran, dan hipotesesis.

BAB III METODE PENELITIAN, Bab ini didalamnya memuat pendekatan dan jenis penelitian, operasional variabel penulisan, jenis data, sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, teknik sampel penelitian, dan teknik analisa data.

BAB IV HASIL PENELITIAN, Bab ini didalamnya memuat: hasil analisis yang berisi gambaran umum, karakteristik responden, uji instrumen penelitian, hasil uji analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP, Bab ini didalamnya memuat kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian. Adapun bagian akhir dalam skripsi ini

akan memuat tentang lampiran-lampiran yang diperlukan untuk meningkatkan validitas isi skripsi ini.

