

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Produk penggalangan dana berupa tabungan yang sistem penyebarannya menggunakan sistem ball collection telah diterapkan dan dioperasikan di sejumlah lembaga keuangan. Dana abadi atau tabungan sudah sangat digemari oleh masyarakat umum, yang pada awalnya menyimpan uang dengan cara sederhana seperti menaruh uang di bawah bantal atau celengan dan menyimpannya dirumah, sekarang telah pindah dari rumah ke lembaga keuangan. Menghadapi jumlah nasabah yang terus bertambah, mempertahankan nasabah dengan memberikan layanan terbaik dapat menjadi tantangan bagi lembaga keuangan. Kepuasan konsumen jasa dipengaruhi oleh interaksinya dengan karyawan pemberi jasa tersebut. (Blora, 2022)

Peranan bank dalam menunjang kegiatan perekonomian cukup penting karena memberikan jasa dalam peredaran uang. Industri perbankan berperan dalam memfasilitasi perpindahan modal dari pihak yang mempunyai keunggulan modal dibandingkan pihak yang memerlukan keunggulan modal. Peran tersebut menjadikan bank dikenal sebagai perantara keuangan (financial intermediaries). Perantara keuangan ini merupakan fungsi utama lembaga keuangan dalam suatu perekonomian. (Erlind, 2021)

Yang mendatangkan kepuasan bagi pelanggan adalah sistem pemasaran suatu lembaga keuangan. Lembaga keuangan mempunyai sistem penjualan dan penawaran yang teratur yang dapat digunakan dalam suatu badan keuangan. Perihal ini, salah satu strategi penjualan yang diterapkan guna meningkatkan kepuasan nasabah dan menaikkan total nasabah yaitu dengan methods pengantaran kerumah (door to door) atau dengan menggunakan sistem pemasaran produk secara langsung. Salah satu bacaan memaparkan bahwa langkah sourcing ialah langkah untuk melakukan kegiatan pemasaran secara aktif sebagai penyedia jasa atau penjual produk

dengan menghubungi semua calon konsumen. Sistem pengumpulan bola tetap menjadi andalan layanan pelanggan. Sistem ini dinilai sangat memberikan kemudahan bagi nasabah dan nasabah cenderung ingin terus menggunakan layanan perbankan dengan kemudahan tersebut. (Blora, 2022)

Menurut Sugihartono, kesan merujuk pada keunggulan alat perasa dalam mengartikan rangsangan atau metode penyampaian rangsangan yang sampai ke alat perasa manusia. Kesan seseorang mempunyai beberapa pemahaman yang berbeda, dimana persepsi dapat dianggap baik, baik atau buruk yang dapat mempengaruhi tindakan seseorang yang sebenarnya. (Fuady et al., 2017)

Menurut Kotler, periklanan atau promosi adalah suatu proses Dan bagian dari rencana penjualan, sebagai bentuk berinteraksi dengan pasar melalui gabungan periklanan atau promosi. (Garaika dan Feriyan, 2019). Menurut Wikipedia Indonesia, periklanan atau promosi merupakan upaya untuk menyampaikan atau memasarkan suatu produk maupun pelayanan guna memikat dan membujuk calon pelanggan agar membeli atau mengkonsumsinya. Dengan melakukan periklanan ini produsen dan pengecer berharap dapat meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, periklanan atau promosi merupakan bagian dari strategi pemasaran yang bertujuan untuk menawarkan suatu barang dan jasa yang dijual oleh perusahaan guna menarik dan membujuk calon konsumen agar membeli dan mengkonsumsinya.

Minat ialah suatu keinginan yang muncul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Pandji (1995:9) dalam (Astuti & Mustikawati, 2013), minat ialah rasa suka (senang) dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh dan biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa/produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan atas pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan

tersebut diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki.

Dari hasil observasi yang telah dilakukan bahwa sistem jemput bola hanya dapat dilakukan oleh pedagang yang memiliki kendala waktu dan pendapatan yang kurang maksimal sehingga tidak bisa ke bank secara langsung akhirnya mereka memilih menabung menggunakan sistem jemput bola agar mudah dan praktis.

Berdasarkan uraian diatas, penulis ingin mendalami permasalahan tersebut dengan membahas bagaimana penggunaan sistem jemput bola pada tabungan untuk meningkatkan minat masyarakat dan mempertahankan kepercayaan nasabah yang dijelaskan dalam skripsi yang berjudul “Pelaksanaan Sistem Jemput Bola Pada Tabungan Di Perumda BPR Kabupaten Cirebon (Bank BKC) KC Susukan”

B. Identifikasi Masalah

1. Sebagian nasabah berprofesi sebagai pedagang sehingga dapat mengganggu aktivitas mereka untuk menabung langsung di bank.
2. Pelaksanaan menabung dengan menggunakan sistem jemput bola.
3. Apakah efisien jika menabung dengan menggunakan sistem jemput bola.
4. Minat nasabah menabung dengan sistem jemput bola.

C. Batasan Masalah

Untuk membatasi ruang lingkup pembahasan penelitian ini, maka penulis membatasi penelitian ini pada Pelaksanaan Sistem Jemput Bola Pada Tabungan Di Perumda BPR Kabupaten Cirebon (Bank BKC) KC Susukan.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan sistem jemput bola?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan sistem jemput bola?
3. Apakah persepsi dan promosi berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan sistem jemput bola?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui persepsi berpengaruh atau tidak terhadap minat nasabah menabung menggunakan sistem jemput bola.
2. Untuk mengetahui promosi berpengaruh atau tidak terhadap minat nasabah menabung menggunakan sistem jemput bola.
3. Untuk mengetahui persepsi dan promosi berpengaruh atau tidak dalam pelaksanaan sistem jemput bola.

F. Manfaat Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan peneliti pengetahuan dan pemahaman yang lebih luas mengenai produk tabungan dan sistem jemput bola di Perumda BPR Kabupaten Cirebon (Bank BKC) KC Susukan.

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat membantu pihak perbankan pada umumnya dan khususnya bagi Perumda BPR Kabupaten Cirebon (Bank BKC) KC Susukan untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah setelah menggunakan sistem jemput bola dan tabungan.

b. Bagi Pihak Akademik

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberi kontribusi terhadap khazanah keilmuan yang telah ada, khususnya jurusan Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

G. Sistematika Penulisan

Bab I : Pendahuluan

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang, identifikasi masalah, Batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan penelitian terdahulu.

Bab II : Landasan Teori

Dalam bab ini akan diuraikan landasan teori yang terdiri dari pengertian tabungan, sistem jemput bola dan pemasaran.

Bab III : Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini akan diuraikan mengenai kerangka pemikiran, jenis penelitian, instrument penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel dan teknik analisis data.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini akan diuraikan hasil dari penelitian tentang tabungan dan sistem jemput bola di Perumda BPR Kabupaten Cirebon (Bank BKC) KC Susukan.

Bab V : Kesimpulan dan Saran

Dalam bab ini akan dikemukakan kesimpulan dari pembahasan bab-bab sebelumnya yang telah diteliti sehingga dapat ditarik kesimpulan dan saran.

