

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syariah.<sup>1</sup>

Menurut undang-undang no. 21 pasal 1 ayat 1 tahun 2008 tentang perbankan syariah adalah sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melakukan kegiatan usahanya.<sup>2</sup> Bank syariah merupakan produk perbankan syariah yang berlandaskan sistem peekonomian islam yang sekarang ini banyak diperbincangkan di Indonesia.<sup>3</sup>

Bank Sumut Syariah merupakan perbankan yang menjalankan segenap kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam, dimana prinsip ini mengedapankan keadilan, amanah, kemitraan, transparansi dan saling menguntungkan baik bagi bank maupun bagi nasabah merupakan tiang pokok dalam melakukan aktivitas *muamalah*.

Bank Sumut Syariah sebagai lembaga intermediasi memiliki tugas pokok menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dana dalam bentuk pembiayaan.<sup>4</sup>

Kegiatan penghimpunan dana Bank Sumut Syariah menawarkan produk penghimpunan Dana Pihak Ketiga dalam Perbankan Syariah, dimana jenis simpanan terdiri dari tiga bentuk yakni, Tabungan, Giro dan Deposito. Konsep penghimpunan dana di Bank Syariah sangat berbeda dengan Bank Konvensional perbedaan ini terjadi karena Bank Syariah tidak mengenal suku bunga tertentu yang dijanjikan. Yang ada adalah nisbah atau persentase bagi hasil. Adapun

---

<sup>1</sup>Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: rajawali Pers, cet. 2, 2015), h.2.

<sup>2</sup>Undang-Undang Republik Indonesia No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

<sup>3</sup>Tuti Anggraini, *Lembaga Keuangan Syariah dan Dinamika Sosial*, (Medan: FEBI UIN-SU Press 2015), h. 1

<sup>4</sup>Frianto Pandia, *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), h.

jumlah nasabah DPK pada di Bank Sumut Syariah KCPSy Panyabungan pada tahun sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah Dana Pihak Ketiga Tahun 2021**  
**PT. Bank Sumut Syariah KCPSy Panyabungan**

Jenis DPK	Tahun		
	2019	2020	2021
Giro	4	2	4
Deposito	38	40	35
Tabungan	3816	4051	4450
<b>Total</b>	<b>3858</b>	<b>4093</b>	<b>4489</b>

Sumber: *Bank Sumut Syariah KCPSy Panyabungan*

Dalam persaingannya didunia perbankan, masyarakat akan dihadapkan pada banyak pilihan yang ditawarkan baik Bank Syariah maupun Bank Konvensional. Bagi nasabah untuk menggunakan suatu produk atau jasa pasti akan mempertimbangkan beberapa hal yang dapat memperkuat untuk memilih produk tersebut. Dari proses pemilihan tersebut maka akan timbullah keputusan untuk membeli atau menggunakan suatu produk dan jasa perbankan.

Keputusan adalah tindakan memilih satu alternative dari serangkaian alternative. Nasabah itu sendiri ialah pihak yang menggunakan jasa bank. Dalam hal ini yaitu mengenai keputusan seorang nasabah yang sudah memilih sebuah produk di Bank<sup>5</sup>.

Proses pengambilan Keputusan nasabah dapat dipengaruhi oleh, pertama faktor budaya, dimana budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling dasar dalam sebuah tatanan kehidupan bermasyarakat. Kedua, faktor sosial, dimana faktor tempat tinggal atau lingkungan dapat menjadi acuan dalam pemilihan serta pengambilan keputusan. Ketiga, faktor pribadi, dimana kepribadian, usia dan kebutuhan menjadi faktor penentu dalam pengambilan

<sup>5</sup>Ricky W. Griffin. *Manajemen*: Edisi 7 Jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 2004), h. 258

keputusan. Keempat, faktor psikologi, adanya suatu motivasi dan kepercayaan yang mendorong untuk melakukan suatu keputusan.<sup>6</sup>

Dalam meningkatkan minat masyarakat menabung di Bank Syariah perlu diperhatikan pentingnya literasi keuangan syariah yang akan membantu nasabah dalam pengambilan keputusan menggunakan produk maupun jasa perbankan syariah. Literasi keuangan adalah rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan ketrampilan (*skill*), pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*) yang mempengaruhi sikap (*attitude*) dan perilaku (*behaviour*) untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan dapat mengatur keuangan mereka secara luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan dengan lebih baik.<sup>7</sup>

Sebagai seorang muslim yang sudah semestinya memiliki pengetahuan yang baik terutama, pertama, Pengetahuan dasar keuangan yang mencakup pengetahuan dasar keuangan terkait apasaja yang kegiatan yang boleh dilakukan dan kegiatan yang dilarang dalam Islam seperti: *riba*, *maysir* dan *gharar*. Kedua, mengetahui akad dalam keuangan Islam, dimana nasabah diharapkan mengetahui jenis akad apa yang digunakan dalam produk yang telah atau belum dibeli. Dan yang ketiga, Investasi Syariah dimana nasabah menempatkan sejumlah dananya dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dimasa mendatang namun didasarkan pada prinsip Islam seperti memperhatikan aspek kehalalan dalam operasional kegiatannya.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2019 menyebutkan tingkat literasi di Indonesia persentasinya berada diangka 38,03%. Angka tersebut mengalami peningkatan sebesar 8,33% dari survey yang dilakukan tahun 2016 yang berada diangka 29,7%, survey OJK ini mencakup 12.773 responden di 34 provinsi dan 67kota/kabupaten. Peningkatan yang dicapai tahun 2019 sesuai dengan target (siaran pers survei OJK 2019 indeks literasi dan inklusi keuangan meningkat, 2019), tetapi masih dalam nilai rendah. Disamping peningkatan literasi keuangan secara umum, perkembangan keuangan syariah di Indonesia

---

<sup>6</sup>Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), h.38

<sup>7</sup>[OJK] Otoritas Jasa Keuangan. *Strategi Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia (Revisit 2017)*, h. 77.

menunjukkan hasil yang positif. Penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti seperti Dhepril (2020) dan Cahyani menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan nasabah.<sup>8</sup> Sedangkan Yulianto menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah.<sup>9</sup>

Disamping dari literasi keuangan syariah, dimana Bank pada prinsipnya adalah suatu bentuk bisnis yang bergerak dibidang jasa. Untuk menarik minat masyarakat menyimpan dananya di Bank syariah, setiap Bank akan berusaha untuk memeberikan pelayanan yang prima bagi nasabahnya. Kualitas pelayanan mencakup lima dimensi yaitu: berwujud (*tangibel*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsive*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*).

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi konsumen.<sup>10</sup> Kualitas pelayanan dapat disimpulkan sebagai sebuah tingkat kemampuan (*ability*) dari sebuah perusahaan dalam mewujudkan segala harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Bank Syariah maka akan semakin mendorong masyarakat memilih bertransaksi di Bank Syariah tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Atika menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah.<sup>11</sup>

Selain dengan meningkatkan literasi keuangan syariah dan kulitas pelayanan Bank Syariah juga harus memperhatikan strategi pemasarannya yakni dalam bidang promosi.<sup>12</sup> Tanpa promosi calon nasabah tidak akan mengenal

---

<sup>8</sup>Debi Hana Cahyanti, "Analisis Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Masyarakat Dan keterjangkauan Akses Layanan Terhadap Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Yogyakarta)", (Skripsi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2018).

<sup>9</sup>Agus Yulianto, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Atau Layanan Lembaga Keuangan Syariah", (Skripsi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2018)

<sup>10</sup>Manullang, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines Di Bandara Polonia Medan," (Thesis-S2, Universitas Sumatera Utara, 2008), h. 31

<sup>11</sup>Atika mawaddah, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Bni Syariah (Studi Kasus Bank Bni Syariah Capem Plered)", (Skripsi Iain Syekh Nurjati Cirebon 2016).

<sup>12</sup>Zainab, "Pengaruh Citra Merek, Periklanan dan Persepsi terhadap Minat Menabung Nasabah (Studi Kasus pada Masyarakat Ciputat dan Pamulang yang menjadi Nasabah di Bank Muamalat)", (Skripsi Manajemen UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2011), h. 4

produk-produk di bank, oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah atau calon nasabahnya.<sup>13</sup>

Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2016 yang dirilis oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyatakan bahwa sumber informasi yang memengaruhi keputusan keuangan dalam meningkatkan minat menabung yaitu iklan TV sebesar 51,74%, saran dari teman sebesar 31,69% dan informasi dari Kantor Cabang Lembaga Jasa Keuangan sebesar 23,43%. Hal ini mengindikasikan bahwa periklanan dalam sebuah perusahaan khususnya industri perbankan syariah penting untuk meningkatkan minat menabung masyarakat di Indonesia. Dengan adanya periklanan yang menarik maka akan mendorong minat masyarakat untuk menabung di bank.<sup>14</sup>

Perilaku dalam mencari informasi dan memilih media merupakan hal yang sangat penting dipahami pengelola Bank agar dapat memilih media informasi yang efektif dan menyusun pesan promosi yang tepat dan efisien.<sup>15</sup> Penelitian Liza Novia menunjukkan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah.<sup>16</sup>

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini tentang “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah di PT. Bank Sumut Syariah KCPSy Panyabungan”

## **B. Identifikasi masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Kurangnya pemahaman masyarakat tentang akad yang digunakan di Bank Syariah.

<sup>13</sup> Laili Widyastuti Nurul'aini, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Produk Tabungan Pendidikan* (Skripsi: UIN Walisongo, 2019), h.21

<sup>14</sup>Niza, Tarwiyatun, *Pengaruh Persepsi, Citra Merek dan Periklanan terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri KCP Ngunut Tulungagung*, 2016, h. 7

<sup>15</sup> Ratih Hurriyati, *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 57

<sup>16</sup>Liza novia, elfianto yusuf, “*pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung pada tabungan simanispt. Bpr raga dana sejahtera padang*”, (jurnal 2014).

2. Masih kurangnya Literasi Keuangan Syariah masyarakat terhadap pengelolaan keuangan berbasis syariah.
3. Masih kurangnya kepuasan nasabah dengan pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah.
4. Kurangnya informasi yang didapatkan masyarakat tentang produk yang ada di Bank Syariah.

#### **C. Batasan masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka peneliti membatasi penelitian hanya Pada Literasi Keuangan Syariah, Kualitas Pelayanan, Promosi dan Keputusan Nasabah Menabung di Bank Sumut Syariah KCPSy Panyabungan.

#### **D. Perumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis merumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah Literasi Keuangan Syariah berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah menabung di Bank Sumut Syariah KCPSy Panyabungan?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah menabung di Bank Sumut Syariah KCPSy Panyabungan?
3. Apakah Promosi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah menabung di Bank Sumut Syariah KCPSy Panyabungan?
4. Apakah Literasi Keuangan Syariah, Kualitas Pelayanan dan Promosi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah menabung di Bank Sumut Syariah KCPSy Panyabungan?

#### **E. Tujuan dan manfaat penelitian**

##### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan menjadi nasabah di Bank Sumut Syariah KCPSy Panyabungan.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan nasabah di Bank Sumut Syariah KCPSy Panyabungan.
- c. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Keputusan nasabah di Bank Sumut Syariah KCPSy Panyabungan.
- d. Untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap keputusan nasabah di Bank Sumut Syariah KCPSy Panyabungan secara simultan.

## 2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan oleh Peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan dan memperkaya keilmuan Ekonomi Islam dalam pengelolaan dan perencanaan keuangan. Diharapkan dapat menjadi bahan masukan sekaligus tambahan pustaka terutama untuk penelitian yang terkait dengan Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah di Bank Syariah

### b. Manfaat Praktis

#### 1) Bagi UIN Sumatera Utara Medan

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk menjadi referensi bagi peneliti lain terkait Literasi Keuangan Syariah, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap keputusan nasabah di Bank Sumut Syariah KCPSy Panyabungan dikemudian hari.

#### 2) Bagi Peneliti Lanjut

Memberikan gambaran dan informasi sertadapat digunakan sebagai bahan acuan untuk penelitian yang terkait mengenai Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kualitas Pelayanan dan

Promosi Terhadap Keputusan Nasabah di Bank Syariah dalam ruang lingkup yang berbeda.

3) Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan serta dasar pertimbangan dalam usaha perbankan di Bank Sumut Syariah pada umumnya dan diharapkan dapat memberikan masukan untuk meningkatkan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat tentang pentingnya menabung di bank syariah dengan produk yang dimiliki bank syariah serta dapat meningkatkan kualitas baik dari segi produk maupun pelayanan, sehingga diharapkan jumlah nasabah dapat terus meningkat setiap harinya.

