

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kegiatan perekonomian suatu negara selalu berkaitan dengan lalu lintas pembayaran uang, dimana industri perbankan memiliki peranan yang sangat strategis, yakni sebagai urat nadi sistem perekonomian. Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang berperan penting dalam perekonomian suatu negara. Semakin berkembang industri perbankan maka semakin baik pula pertumbuhan ekonomi negara tersebut. Bank sebagai lembaga berperan meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak. Bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan, dan deposito. Bank juga dikenal sebagai tempat meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkannya. Disamping itu bank juga dikenal sebagai tempat untuk menukar uang atau menerima segala macam bentuk pembayaran seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak, uang kuliah, dan pembayaran lainnya (Kadek dkk, 2020).

Dalam dunia modern sekarang ini, peranan perbankan dalam memajukan peranan suatu negara sangatlah besar, hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa perbankan bank ialah sebuah lembaga keuangan yang memiliki fungsi sebagai penyimpan dan penyalur dana bagi masyarakat yang membutuhkan (Yulisari, 2021). Dapat dikatakan bank merupakan lembaga keuangan yang bergerak menyediakan fasilitas simpan pinjam yang diperuntukan mensejahterakan perekonomian rakyat. . Seiring perkembangan waktu, masyarakat di Indonesia sudah memilih dan percaya terhadap lembaga keuangan perbankan untuk membantu kegiatan pengelolaan keuangan rumah tangga seperti penyimpanan dana. Di Indonesia, perbankan terbagi menjadi Bank Sentral, Bank Perkreditan Rakyat, dan Bank

Umum. Namun, bank yang sering berhubungan dengan masyarakat bawah, menengah, dan atas adalah Bank Umum, sedangkan Bank Umum yang sering dijadikan untuk melakukan transaksi adalah Bank Konvensional dan Bank Syariah. Perbedaan yang paling umum dari keduanya adalah Bank Konvensional menggunakan prinsip bunga, sedangkan Bank Syariah menggunakan prinsip bagi hasil untuk mendapatkan keuntungan dan menggunakan sistem operasional sesuai Al-Quran dan hukum Islam.

Strategi bank dalam menghimpun dana adalah dengan memberikan rangsangan berupa balas jasa yang menarik dan menguntungkan. Balas jasa tersebut dapat berupa bunga bagi bank yang berdasarkan prinsip konvensional dan bagi hasil, bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah. Kemudian rangsangan lainnya dapat berupa cendera mata, hadiah, pelayanan, atau balas jasa lainnya. Semakin beragam dan menguntungkan balas jasa yang diberikan, akan menambah minat masyarakat untuk menyimpan uangnya. Oleh karena itu, pihak perbankan harus memberikan berbagai rangsangan dan kepercayaan sehingga masyarakat berminat untuk menanamkan dananya di bank. Semakin baik produk yang diciptakan serta balas jasa yang diberikan semakin tinggi, akan menambah minat masyarakat untuk menyimpan uangnya. Bank seharusnya berfikir bagaimanakah cara agar bisa terus bersaing dengan para kompetitornya dan bahkan memiliki keunggulan dari pada yang lainnya. Bank pesaingnya bukanlah hanya berasal dari penyedia jasa yang bergerak dalam bidang finansial yang bukan bank tetapi juga termasuk para pesaing berupa koperasi leasing dan lembaga pembiayaan lainnya.

Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya (Ulya, 2020). Perusahaan perbankan yang menawarkan produk dengan berbagai keunggulan, nilai manfaat dan yang terpenting adalah sesuai dengan kebutuhan nasabahnya akan dapat membuat minat nasabah untuk mau menabung di bank tersebut.

Sebagai bentuk menarik minat nasabah untuk menabung perbankan seharusnya membuat pelayanan yang membuat nasabah merasa nyaman. Menurut Putribasutami (Putribasutami & Paramita, 2018) pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu pelayanan merupakan sebuah proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat.

Saat akan memilih untuk memutuskan menabung di lembaga perbankan, tentunya calon nasabah akan memilih bank yang dapat menguntungkan bagi nasabah serta memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi. Calon nasabah akan mempertimbangkan berbagai faktor untuk memutuskan menabung di bank, baik itu konvensional ataupun syariah. Menurut Habsari (2013) keputusan nasabah menabung kembali merupakan perilaku nasabah dimana nasabah merespon positif terhadap kualitas pelayanan bank dan berniat untuk melakukan kunjungan kembali atau menggunakan kembali produk bank tersebut. Saat akan mengambil keputusan, konsumen akan menggunakan berbagai informasi untuk mengambil keputusan. Oleh karena itu, respon afektif internal dan perilakunya sendiri memuat informasi yang dapat memengaruhi keputusan mereka (Peter & Olson, 2013:48).

Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan / inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas

pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk (Faqih, 2020).

Menarik minat nasabah adalah tujuan terpenting dari sebuah perbankan minat bisa diwujudkan dengan menunjukkan kelebihan pada bidang-bidang tertentu yang memunculkan tanggapan dari orang lain. Minat merupakan perasaan senang dan tertarik pada suatu kegiatan atau obyek, dan kesenangan itu cenderung untuk memperhatikan dan akhirnya aktif berkecimpung dalam kegiatan tersebut. Seseorang yang memiliki minat terhadap suatu aktifitas maka akan memperhatikan secara konsisten dengan perasaan yang senang.(Nisa & Renata, 2018). Minat sendiri muncul karena keinginan seseorang dari dalam dirinya. Minat menabung merupakan keinginan seseorang mengenai penyimpanan uang di suatu lembaga keuangan (Ortega dan Alhifni, 2017).

Salah satu bank swasta terbesar di Indonesia adalah MayBank, PT Bank Maybank Indonesia Tbk adalah salah satu bank swasta terkemuka di Indonesia yang merupakan bagian dari grup Malayan Banking Berhad (Maybank), salah satu grup penyedia layanan keuangan terbesar di ASEAN. Sebelumnya, PT Bank Maybank Indonesia Tbk bernama PT Bank Internasional Indonesia (BII) yang didirikan pada 15 Mei 1959, mendapatkan ijin sebagai bank devisa pada 1988 dan mencatatkan sahamnya sebagai perusahaan terbuka di bursa efek Jakarta dan Surabaya (sekarang telah merger menjadi Bursa Efek Indonesia) pada 1989. Dengan jumlah nasabah sebanyak 1,7 juta dan total aset sebesar Rp168,8 triliun per desember 2021. Selain itu Maybank merupakan salah satu perusahaan perbankan asing dengan cabang terbanyak di Indonesia, terdapat 356 cabang yang tersebar diwilayah Indonesia dibandingkan dengan perusahaan perbankan asing seperti Bank DBS Singapura sebanyak 280 cabang, OCBC Bank sebanyak 249 cabang, OUB Bank sebanyak 168 cabang. Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik dan ingin melakukan penelitian mengenai masalah dengan judul

“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung di Maybank Palembang”.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat menabung nasabah di MayBank?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di MayBank?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di MayBank?

1.3. Ruang Lingkup Pembahasan

Untuk menghindari terjadinya penyimpangan dalam penelitian ini, maka ruang lingkup pembahasan akan dibatasi yaitu mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung di Maybank.

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat menabung di Maybank.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung di Maybank.
3. Untuk mengetahui pengaruh kedua variabel tersebut yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung di Maybank Palembang.

1.4.2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun praktisi.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu sumber informasi ilmiah bagi para peneliti lain yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung di Maybank.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perbankan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi terhadap kinerja organisasi agar mampu mengembangkan kualitas produk dan pelayanan untuk menarik minat nasabah.

b. Bagi Akademis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan baru bukan hanya bagi para akademis namun juga para peneliti nantinya terkait pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung sebagai variabel yang akan diteliti.