

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bank memiliki peranan penting dalam membantu meningkatkan perekonomian suatu negara, bank memiliki tugas untuk menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat untuk meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, stabilitas nasional, dan meningkatkan kesejahteraan rakyat. Oleh karena itu, bank menjadi wahana yang mampu menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat secara efektif dan efisien untuk meningkatkan taraf hidup rakyat (Triandaru dan Budisantoso, 2006). Penjelasan tersebut sejalan dalam pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, yaitu bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Selain itu, menurut Pasal 1 ayat (5) Permendagri Nomor 22 Tahun 2006 menyatakan bahwa Bank Perkreditan Rakyat Milik Pemerintah Daerah yang disebut BPR Daerah adalah bank perkreditan rakyat yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh daerah melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan daerah.

Perkembangan bank dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan, yang menghasilkan persaingan ketat di industri perbankan untuk menarik minat nasabah. Untuk mencapai tujuan ini, berbagai produk bank dikeluarkan dengan berbagai fasilitas dan kemudahan dalam menentukan jasa perbankan sesuai dengan kebutuhan dan produk jasa yang ada di bank tersebut karena sekarang ini semakin banyak masyarakat yang memahami manfaat atau fungsi bank untuk melakukan penyimpanan atau melakukan transaksi keuangan sehingga masyarakat akan memilih bank lebih efektif.

Bank harus memperhatikan keinginan dan kebutuhan masyarakat karena

masyarakat akan memilih bank yang menawarkan keuntungan dan kemudahan. Produk dan stimulus bank yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat dapat mendorong masyarakat untuk menabung. Dengan demikian, penting bagi bank untuk menjaga dan mengembangkan produk/jasa, proses, manusia, dan aspek lain yang memengaruhi masyarakat pembuat keputusan.

Pengetahuan mengenai produk yang ditawarkan dapat menjadi pertimbangan bagi nasabah dalam memilih bank. Semakin jelas informasi dari suatu produk yang ditawarkan, maka akan semakin mudah bagi calon nasabah untuk menentukan apakah produk tersebut telah sesuai keinginannya tentunya calon nasabah akan mempertimbangkan untuk menggunakan produk tersebut (Maulana dkk, 2020).

Nasabah yang memiliki informasi baik tentang bank maka akan memiliki keputusan untuk menjadi nasabah tetap bank tersebut Maski (2010). Hal ini menegaskan bahwa sangat diperlukan informasi dan pengetahuan terhadap bank, sehingga minat masyarakat untuk menetapkan bank yang akan dipilih semakin selektif. Penentuan bank yang menunjukkan perilaku nasabah untuk menentukan bank yang akan dipilih ditentukan oleh produk yang ditawarkan, pelayanan, dan lokasi bank.

Selain itu, untuk menentukan keputusan menabung masyarakat adalah reputasi bank. Reputasi memberikan gambaran penilaian masyarakat terhadap bank yang akan dijadikan tempat untuk menabung atau meminjam uang. Reputasi yang baik akan memberikan kepercayaan yang kuat yang pada akhirnya menumbuhkan minat yang kuat untuk menabung.

Perihal tersebut sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan Wardayati (2011) yang menyimpulkan bahwa kerjasama antara manajemen bank dengan masyarakat perlu ditingkatkan karena melalui kerjasama tersebut akan tercipta pemikiran yang positif terhadap bank tersebut karena reputasinya yang layak.

Persepsi menurut Kotler (2005) diartikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan mengartikan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti. Dengan adanya persepsi yang baik pada suatu produk

atau jasa maka akan mempengaruhi keputusan menabung seseorang, sebaliknya apabila seseorang mempunyai buruk terhadap sesuatu produk atau jasa maka tidak akan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan menabung.

Kualitas pelayanan erat terkait dengan kepuasan pelanggan dan mendorong mereka untuk membangun hubungan yang kuat dengan perusahaan. Bisnis dapat memahami kebutuhan dan harapan pelanggan dalam jangka panjang, sehingga mereka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memaksimalkan jumlah pengalaman yang menyenangkan dan mengurangi jumlah pengalaman yang tidak menyenangkan (Astuti dan Mustikawati 2013).

Bank harus memprioritaskan pelayanan pelanggan untuk membuat pelanggan puas, sehingga mereka tetap percaya pada bank dan mengurangi jumlah pelanggan yang pindah ke bank lain. Dengan demikian, pelayanan yang berkualitas hanya dapat dipahami dari sudut pandang pelanggan. Selain itu, ada banyak layanan perbankan di Indonesia yang belomba-lomba untuk memberikan layanan berkualitas tinggi kepada setiap pelanggannya. Untuk kemajuan, perlu mempertimbangkan permintaan konsumen terhadap produk atau jasa yang akan ditawarkan, salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Konsumen dapat memilih produk atau jasa dengan meningkatkan kualitas pelayanan (Swastha 2001).

Perihal tersebut sejalan dengan hasil Oktafia (2022), menyimpulkan bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Berbeda dengan penelitian Yolanda dkk (2022), menyimpulkan bahwa pengetahuan produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan menabung.

Hasil penelitian Nurlette dan Ridwan (2023), menyimpulkan bahwa reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Berbeda dengan penelitian Andini dkk (2020), menyimpulkan bahwa reputasi bank berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan menabung.

Hasil penelitian Oktafia (2022), menyimpulkan bahwa persepsi nasabah

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Berbeda dengan penelitian Hidayati (2019), menyimpulkan bahwa persepsi nasabah berpengaruh negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.

Hasil penelitian Rahayu dkk (2021), menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Berbeda dengan penelitian Armanta (2022), menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan menabung.

PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda) merupakan milik pemerintah yang merupakan salah satu perusahaan ternama dibidang layanan perbankan dan bertujuan untuk membantu serta mendorong pertumbuhan perekonomian dalam pembangunan daerah disegala bidang dengan rangka meningkatkan taraf hidup rakyat dan sebagai salah satu sumber pendapatan Daerah Grobogan. Pada tahun 2023, PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda) mengandalkan dana pihak ketiga yang cukup berkontribusi dalam sumber pendanaan PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda). Saat ini, perusahaan PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda) mengalami kenaikan dan penurunan jumlah keputusan nasabah menabung khususnya pada tahun 2020-2022, karena keputusan menabung masih banyak dipertimbangkan. Proses pengambilan keputusan menabung setiap orang pada dasarnya sama, namun proses pengambilan keputusan tersebut akan diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, dan pendapatan. Menurut Kotler dan Amstrong (2016), mendefinisikan bahwa keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.



Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah Tabungan PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda) 2020-2023

Dari data diatas, bahwa perkembangan jumlah tabungan PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda) tidak terlepas dari peran kantor pelayanan kas sebagai salah satu alternatif dalam memperoleh dana pihak ke ketiga. PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda) tercatat memiliki 50 karyawan dan memiliki 7 jaringan kantor pelayanan kas yang berperan dalam memperoleh dana pihak ketiga yang terletak di beberapa wilayah Kabupaten Grobogan. PT.Bank Purwa Artha (Perseroda) mampu menghimpun dana masyarakat dari berbagai kalangan.

Kebaruan dalam penelitian ini objek dan responden yang digunakan pada penelitian ini berbeda dengan yang peneliti sebelumnya. Berdasarkan latar belakang atas, maka penyusun akan meneliti bagaimana pengaruh pengetahuan produk, reputasi bank, persepsi nasabah dan kualitas pelayanan di dalam mengambil keputusan untuk menabung di PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda) dengan judul penelitian **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menabung di PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Apakah pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda)?
2. Apakah reputasi bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda)?
3. Apakah persepsi nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap

- keputusan menabung di PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda)?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda)?
 5. Apakah pengetahuan produk, reputasi bank, persepsi nasabah, dan kualitas pelayanan secara bersama berpengaruh terhadap keputusan menabung di PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda) .

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh variabel pengetahuan produk terhadap keputusan menabung PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda).
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh variabel reputasi bank terhadap keputusan menabung di PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda).
3. Untuk menguji secara empiris pengaruh variabel persepsi nasabah terhadap keputusan menabung di PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda).
4. Untuk menguji secara empiris pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda).
5. Untuk menguji secara empiris pengaruh variabel pengetahuan produk, persepsi nasabah, reputasi bank, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda).

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan menambah pengetahuan terkait Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menabung di PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda). Manfaat lain yang diharapkan dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya terkait keputusan menabung di PT.BPR Bank Purwa Artha (Perseroda).

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber informasi bagi PT.BPR Bank Purwa Artha dalam upaya pengembangan strategi yang digunakan untuk menghadapi kompetisi dunia perbankan.