

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Menurut Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Perubahan Atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan, bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Kasmir, 2014, pp. 3-4). Bank merupakan lembaga yang berperan sebagai perantara keuangan (*financial intermediary*) antara pihak yang memiliki dana dan pihak yang memerlukan dana, serta lembaga yang berfungsi memperlancar lalu lintas pembayaran (IAI, 2002, p. 31)

Perbankan Indonesia telah memiliki rangkaian sejarah yang cukup panjang. Sejak masa pemerintahan kolonial, telah banyak berdiri bank-bank asing baik dari negara Belanda maupun negara asing lainnya serta beberapa bank lokal. Bahkan pada masa pergerakan nasional juga muncul beberapa bank yang bernuansa semangat nasional. Memasuki masa kemerdekaan, pemerintah Republik Indonesia mulai mendirikan bank-bank pemerintah seperti Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Industri Negara (BIN), dan Bank Tabungan Pos. Selain bank-bank pemerintah, pada masa itu juga telah beroperasi beberapa bank swasta nasional, bank-bank asing (termasuk DJB), lumbung desa, bank desa, dan yayasan kredit. Seluruh

bank tersebut, baik bank pemerintah maupun swasta, terus berkembang hingga masa-masa selanjutnya. Berdirinya Bank Indonesia pada 1 Juli 1953 telah membuka fase baru dalam tata perbankan Indonesia, khususnya dalam hal pengawasan bank (bri.co.id)

Kebanyakan masyarakat menggunakan fasilitas bank karena dalam hal pengawasan, bank sangatlah menjaga keamanan tabungan mereka agar lebih terjamin dan aman disana. Salah satu produk yang ditawarkan oleh bank adalah Tabungan, Tabungan merupakan produk bank yang paling menarik dan diminati bagi masyarakat terutama para millenials. Tabungan merupakan media penyimpanan uang yang sangat disukai oleh seluruh lapisan masyarakat. Produk ini kemungkinan akan selalu meningkat di tiap tahunnya, karena merupakan salah satu produk yang paling dibutuhkan oleh banyak masyarakat terutama para millennial (Syafina, 2019)

Namun, seiring berjalannya waktu maka kebutuhan para generasi millennial akan selalu meningkat. Dengan meningkatnya perkembangan perekonomian dan kebudayaan ini membuat generasi millennial akan saling berlomba untuk memenuhi kebutuhannya masing-masing. Adanya hal tersebut, millennial mengalami kendala sebelumnya yaitu dengan ketidakcocokan terhadap suatu produk dikarenakan setoran awal yang terlalu tinggi atau pun hal lainnya (Profil Generasi Millennial Indonesia, 2018)

(Triwijanarko, 2017) mengatakan bahwa kebanyakan para millennial mengalami kendala dalam hal menabung dikarenakan gaya hidup sekarang yang tinggi dan selalu mengikuti trend yang membuat para millenials ini enggan menyisihkan uang untuk

menabung dan memilih untuk menggunakan uang jajan mereka dengan hal-hal yang mereka inginkan bukan yang mereka butuhkan, itu merupakan salah satu yang membuat mereka kesusahan untuk menyimpan uang dengan baik.

Muncul lah salah satu produk tabungan BRItAma X dari Bank Rakyat Indonesia ini yang akan membantu kebutuhan mereka. Dengan adanya produk ini kemungkinan akan menarik banyak peminat, karena BritAma X atau BritAma muda termasuk salah satu tabungan atau simpanan di Bank BRI dengan berbagai kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan. Produk ini juga sangat diminati karena mempunyai kemudahan-kemudahan dalam pelaksanaan tabungan. Misalnya, banyaknya keuntungan yang akan didapatkan dengan menjadi nasabah tentang cara pembukaan tabungan, penyetoran, penarikan, penutupan tabungan. Kedua selain itu nasabah juga mendapatkan bunga tabungan yang menarik dan mungkin juga mendapatkan undian hadiah dari tabungan jika bank menyelenggarakannya sewaktu-waktu. Selain itu, produk simpanan ini memberikan desain kartu debit khusus yang elegan sehingga disukai oleh kebanyakan kaum muda atau yang biasa disebut millennial (nasabah, 2019)

Millennial generation yang akrab disebut generation me atau echo boomers dan biasa disebut juga dengan generasi Y, secara harfiah memang tidak ada demografi khusus dalam menentukan kelompok generasi yang satu ini. Namun, para pakar menggolongkannya berdasarkan tahun awal dan akhir. Generasi millennial adalah individu yang lahir pada tahun 1980-2000. Generasi ini lahir di era perkembangan teknologi informasi dan dunia pendidikan sehingga memiliki karakteristik yang

berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Misalnya saja, generasi millennial lebih memperhatikan aspek *work life balance*. Generasi millennial lahir dengan adanya perubahan teknologi dan era globalisasi yang sangat cepat sehingga persaingan yang ditimbulkan dari generasi ini sendiri menimbulkan karakteristik yang negatif (Meier, Austin, Crocker, 2010)

Pada umumnya generasi millenials adalah generasi yang paling pandai dalam perkembangan teknologi, dan lebih canggih daripada generasi sebelumnya ataupun generasi setelahnya. Dengan itu maka dipercaya bahwa generasi millenials adalah generasi yang paling luas pengetahuannya dan dapat memahami sesuatu lebih cepat pada saat ini.

(Sugembong dan Suyono, 2007) mengatakan beberapa sifat yang dimiliki oleh generasi Y atau generasi millenials yang dinilai tidak baik jika diaplikasikan dalam dunia bekerja adalah sifat individualis. Generasi Y memiliki sifat yang sangat individualis dalam cara berfikir dan bekerja sehingga melahirkan sifat ego sentris, tidak peduli dan cepat bosan. Maka dari itu hadirlah produk BritAma X ini dengan design yang elegan dan juga keuntungan lainnya yang diharapkan dapat mengurangi masalah generasi millenials dalam hal menabung.

Dengan hadirnya BritAma X pada awal tahun 2017, maka diperoleh data sebagai berikut

Tabel 1.1 Jumlah nasabah per desember

<b>Tabungan BRITAMA X</b>	<b>Total Rekening</b>	<b>Saldo</b>
<b>2017</b>	1.755	2.741.087.450.54
<b>2018</b>	1.200	2.015.104.026.21
<b>2019</b>	2.345	3.407.587.075.97

Sumber : Syafi'i, Wawancara 6 Maret 2020

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa Tabungan BritAma X ini mengalami penurunan pada tahun 2018, namun mengalami kenaikan secara drastis pada tahun 2019. (Syafi'i, wawancara, 6 Maret 2020) mengatakan bahwa penurunan di tahun 2018 itu terjadi karena banyaknya para millennial atau anak muda yang tidak mengetahui tentang Tabungan BritAma X ini, dan 2019 naik dengan drastis dikarenakan Bank Rakyat Indonesia ini telah meningkatkan berbagai cara promosi untuk menarik minat para nasabah terutama anak muda atau generasi millenials agar lebih tahu akan keberadaan produk BritAma X ini.

Dikutip dari (Reza, 2019) pada awal tahun 2019 dalam rangka memperkenalkan tabungan BritAma Muda atau yang disebut juga BRItAma X, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk juga gencar mendekatkan diri pada generasi millenials. BRItAma X ini lebih ditujukan untuk generasi millenials salah satunya karena faktor

kebutuhan. Faktor kebutuhan generasi millenials ini seperti setoran tabungan awal Rp.100.000,- yang terbilang cocok dengan uang saku untuk se-usia para millenials. Dan juga design kartu yang elegan dan disukai oleh para millenials.

Menurut (Sudirman, 2003) minat seseorang terhadap suatu objek akan lebih kelihatan apabila objek tersebut sesuai sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan. Dari beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa Minat merupakan kecenderungan pada seseorang yang ditandai dengan rasa senang atau ketertarikan pada objek tertentu disertai dengan adanya pemusatan perhatian kepada objek tersebut dan keinginan untuk terlibat dalam aktivitas objek tertentu, sehingga mengakibatkan seseorang memiliki keinginan untuk terlibat secara langsung dalam suatu objek atau aktivitas tertentu, karena dirasakan bermakna bagi dirinya dan ada harapan yang di tuju.

Berdasarkan hasil penelitian (Luthfi, 2019) ia mengatakan bahwa tingkat pengetahuan dinilai berpengaruh cukup besar dengan minat penggunaan karena apabila tingkat pengetahuan itu semakin tinggi maka minat penggunaannya semakin tinggi juga. Sedangkan menurut (Purwa, 2019) bahwa tingkat pengetahuan terhadap minat cukup berpengaruh jika sama-sama sesuai kebutuhan, saat masyarakat membutuhkan sesuatu yang ia butuhkan maka minat itu semakin besar juga. Namun, (Saraswati, 2016) mengatakan bahwa pengetahuan masyarakat tidak terlalu berpengaruh pada minat karena banyak orang yang sudah tau akan keberadaan produk itu, tetapi tidak minat menggunakan produk tersebut karena tertarik dengan produk lainnya.

Berdasarkan beberapa uraian diatas dari penelitian-penelitian terdahulu maka penulis mengasumsikan bahwa tingkat pengetahuan masyarakat terutama generasi millenials terhadap produk BRItAma X menjadi penting guna mendapatkan minat untuk mencapai sasaran target PT.Bank Rakyat Indonesia.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka diperoleh rumusan masalah, yaitu:

1. Terdapat pengaruh tingkat pengetahuan nasabah generasi millenials PT.

Bank Rakyat Indonesia Cabang Kusuma Bangsa terhadap minat penggunaan Tabungan BRItAma X?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan permasalahan yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan dari penulisan ini adalah untuk menganalisis pengaruh tingkat pengetahuan nasabah generasi millenials terhadap tabungan BRItAma X pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Kusuma Bangsa Surabaya.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini antara lain :

### **1.4.1 Manfaat Bagi Penulis**

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan yang berhubungan dengan tingkat pengetahuan terhadap minat produk tabungan. Selain itu, penulis

dapat mengimplementasikan pengetahuan tentang ilmu perbankan yang diperoleh selama masa perkuliahan.

#### **1.4.2 Manfaat Bagi Almamater**

Manfaat penelitian ini dilakukan bagi almamater agar dapat digunakan sebagai literatur ataupun referensi yang nantinya akan dapat dimanfaatkan oleh siapa saja yang membutuhkan.

#### **1.4.3 Manfaat Bagi Perusahaan**

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan tambahan informasi dan pengetahuan baru mengenai seberapa besar tingkat pengetahuan nasabah terhadap minat salah satu produk pada PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Kusuma Bangsa Surabaya dan menjadi dasar untuk penyempurnaan dan perbaikan kekurangan yang ada.

#### **1.4.4 Manfaat Bagi Pembaca**

Dari penelitian ini diharapkan menjadi referensi tambahan mengenai tingkat pengetahuan terhadap minat produk serta sumbangan pemikiran bagi masyarakat dalam melakukan penelitian lanjutan.

### **1.5 Kontribusi Riset**

Berdasarkan manfaat penelitian tersebut, maka penelitian ini berkontribusi sebagai bukti bahwa adanya hubungan tingkat pengetahuan nasabah terhadap minat penggunaan suatu produk. Sehingga bisa dijadikan acuan sikap yang dapat diambil



oleh perusahaan dalam hal peningkatan pengetahuan para nasabah terhadap suatu produk.