

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia termasuk salah satu negara berkembang yang segala aktivitas ekonomi masyarakatnya tidak lepas dari sistem perbankan. Apabila dilihat dari sejarahnya, kegiatan perbankan pada awalnya dimulai dari jasa penukaran uang (Kasmir, 2013). Seiring berjalannya waktu fungsi dan peran perbankan semakin berkembang sesuai dengan tingkat kebutuhan masyarakat yang semakin beragam. Menurut Ismail (2013) fungsi dan peran utama bank adalah sebagai penghimpun dana dari masyarakat, penyalur dana kepada masyarakat dan juga memberikan pelayanan jasa perbankan kepada pihak-pihak yang membutuhkan layanan jasa bank. Menurut BI inklusi finansial merupakan rangka pemahaman layanan keuangan formal terhadap masyarakat kelas bawah melalui pemaksimalan penggunaan produk layanan keuangan formal oleh masyarakat salah satunya melalui media bank baik menyimpan uang, pengiriman uang, hingga asuransi dengan memperhatikan aspek kondisi masyarakat (bi.go.id, 2020). Peran perbankan dalam mendorong inklusi keuangan yaitu dengan cara meningkatkan layanan secara merata di berbagai kota maupun pedesaan yang bertujuan untuk memberikan manfaat kesejahteraan bagi masyarakat dan dapat mengurangi kemiskinan pada masyarakat desa.

Produk tabunganku merupakan program pemerintah dalam upaya meningkatkan inklusi finansial. Hal ini terbukti saat terjadi krisis global pada tahun 2008, pemerintah

membentuk Gerakan Indonesia Menabung dengan mengusung produk TabunganKu guna meningkatkan jumlah inklusi finansial. Penganjangan produk TabunganKu dilaksanakan secara serentak di 41 kantor bank Indonesia pada tanggal 20-21 Februari 2010. Bank Indonesia memperkirakan produk TabunganKu akan dapat menjangkau kurang lebih 48 juta penabung (bi.go.id). Berdasarkan data tahun 2011 pada (tempo.co) bahwa produk TabunganKu yang diluncurkan Bank Indonesia ternyata belum mencapai target. pada tahun 2013 Bank Indonesia (BI) dorong *Branchless Banking* dan pembaruan TabunganKu (beritasatu.com). Pembaruan pada produk TabunganKu ini guna untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat serta menarik minat beli.

Menurut (Kotler, 2000) pengetahuan adalah suatu perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman. Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2016 menemukan hasil bahwa, indeks literasi (pengetahuan) keuangan di Indonesia hanya 29,66% (ojk.go.id, 2016). Menurut (Sari & Sudardjat, 2013) secara umum minimnya pengetahuan masyarakat atas produk yang ditawarkan akan mempengaruhi rendahnya minat masyarakat. Apabila minat masyarakat pada sebuah produk rendah akan dinilai menjadi produk gagal.

Bank Rakyat Indonesia adalah salah satu bank yang ikut serta mendukung program yang sudah dirancang oleh pemerintah yaitu produk TabunganKu yang di luncurkan secara bersamaan pada tahun 2010. Berikut ini penulis akan menampilkan jumlah total data pengguna produk TabunganKu :

Tabel 1.1
Data Total Nasabah Tabungan Britama dan TabunganKu oleh PT. Bank Rakyat
Indonesia Kantor Cabang Surabaya tahun 2020

Jenis Tabungan	Total Nasabah	Saldo
Britama	17.963	Rp.157.147.012.658
TabunganKu	3.155	Rp.1.161.489.631
Total	21.118	Rp.158.308.502.289

Sumber : data diolah

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan Syafi'i pada bagian dana dan jasa menyatakan bahwa jumlah nasabah TabunganKu sebesar 14,9% dari jumlah nasabah di Bank Rakyat Indonesia sedangkan jumlah saldo tabungan hanya bernilai 0,7% dari saldo dana yang tersedia . Hal ini menunjukkan produk TabunganKu masih sedikit peminatnya. Padahal pada tahun 2013 lalu seperti yang telah penulis jelaskan pada paragraf sebelumnya pemerintah telah membuat pembaruan pada produk TabunganKu, namun ternyata pada data yang penulis tampilkan dapat dinilai masih kurangnya minat nasabah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang penelitian, maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh tingkat pengetahuan nasabah terhadap minat beli produk TabunganKu oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh tingkat pengetahuan nasabah terhadap minat beli produk Tabunganku oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu :

1.4.1 Manfaat bagi Penulis

Manfaat penelitian ini bagi Penulis guna untuk menambah pengetahuan dan wawancara dalam menerapkan ilmu yang di peroleh selama masa perkuliahan serta menambah pengalaman bagi Penulis untuk bisa mengenal dunia perbankan secara langung atau secara sesungguhnya.

1.4.2 Manfaat bagi Almamater

Manfaat penelitian ini bagi Almamater guna untuk menjalin hubungan baik dengan Bank dan dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai literatur yang dapat di manfaat oleh siapa pun yang membutuhkannya.

1.4.3 Manfaat bagi Perusahaan

Manfaat penelitian ini bagi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. guna Sebagai bahan evaluasi bagi bank agar dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan minat beli nasabah pada broduk tabunganku.

1.4.4 Manfaat bagi Pembaca

Dari penelitian ini diharapkan menjadi referensi tambahan serta sumbangan pemikiran bagi masyarakat dalam melakukan penelitian lanjutan.

1.5 Kontribusi Riset

Sarana bagi bank dan pemerintah untuk mengetahui tingkat pengetahuan dan minat nasabah di Surabaya terhadap produk TabunganKu sehingga bank dan pemerintah dapat menindak lanjuti kejelasan terkait produk ini.