

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berkembangnya perekonomian pada saat ini dialami oleh semua pelaku usaha yang diikuti adanya persaingan yang semakin kompetitif. Hal tersebut merupakan dampak semakin meluasnya globalisasi pada setiap negara dan perusahaan yang terlibat didalamnya. Munculnya persaingan bisnis yang kompetitif mengakibatkan perusahaan saling bersaing agar dapat mempertahankan usahanya dengan tujuan memperoleh keuntungan. Mayoritas pelaku usaha melakukan strategi dengan memanfaatkan relasi yang telah terjalin dengan para konsumen agar dapat memperoleh suatu informasi yang bermanfaat bagi perusahaan dalam upaya memberikan pelayanan yang maksimal kepada para konsumen agar senantiasa memiliki loyalitas terhadap produk perusahaan. Perusahaan memanfaatkan relasi dengan konsumen sebagai salah satu strategi intelijensi pemasaran guna memperoleh perencanaan pemasaran yang tepat sasaran.¹

Perubahan besar terjadi pada industri perbankan di Indonesia dimana terjadi pergeseran lini bisnis dari perbankan yang berfokus pada nasabah korporasi bergeser menjadi sebuah perbankan dengan fokus utama memberikan pelayanan kepada nasabah individu. Berubahnya fokus pelayanan perbankan terjadi sesudah adanya krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 1997. Krisis ekonomi tersebut berdampak pada perbankan dengan fokus nasabah korporasi dimana mereka terkena dampak pada segi keuangan usaha yang sangat serius yang dapat mempengaruhi keberlangsungan usahanya karena banyak nasabahnya yang mengalami kebangkrutan. Pada saat itu perbankan yang berfokus pada nasabah individu memiliki kemampuan bertaham yang lebih dalam menghadapi krisis ekonomi tahun 1997 dikarenakan dampak yang diterima oleh individu relatif lebih kecil dibandingkan sebuah perusahaan.²

Meningkatnya jumlah perbankan yang merubah fokus pelayanan pada konsumen individu memicu timbulnya persaingan yang kompetitif diantara bank satu dengan yang lainnya. persaingan yang sangat kompetitif mengharuskan suatu bank melakukan strategi dengan mengedepankan strategi bersaing (*competitive advantage*).

¹ Abbas, Sarah Mardhiyah. "Pemikiran Ekonomi Islam Ibnu Tainyiah." (2022).

² Fortega, Glen Fortuna Dela. "Perencanaan Strategis Sumber Daya Manusia Pada Industri Perbankan." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 2.2 (2022), 65.

realisasi strategi tersebut dilakukan dengan cara membina relasi yang erat dan harmonis dengan para nasabah. Relasi yang terjadi antara suatu bank dengan nasabah dalam jangka panjang akan berdampak pada loyalitas nasabah terhadap suatu bank yang diiringi dengan berkurangnya biaya relasi yang harus dikeluarkan oleh bank tersebut. Adanya relasi yang terjalin secara konsisten dengan diiringi rasa kepuasan bagi kedua belah pihak mengakibatkan berkurangnya kemungkinan nasabah beralih ke bank yang lain. Bank adalah suatu lembaga usaha yang melakukan penghimpunan dana bersumber dari masyarakat dalam wujud tabungan serta menyalurkannya kepada masyarakat melalui pinjaman atau kredit dan bentuk lainnya dengan tujuan dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat.³

Perbankan di Indonesia terdiri atas dua jenis yaitu perbankan konvensional dan perbankan syariah. Menurut filosofis, Bank Islam atau Bank Syariah merupakan Bank yang menjalankan kegiatan usaha yang didalamnya menerapkan prinsip-prinsip syariah Islam atau prinsip-prinsip hukum Islam. Prinsip syariah Islam yang dimaksud adalah mencakup semua keadilan dan keseimbangan serta tidak mengandung riba, gharar, dan obyek haram yang sebagaimana telah diatur oleh Majelis Ulama Indonesia dengan sistem bagi hasil. Selain itu, Undang-Undang Perbankan Syariah juga memberi kepercayaan kepada Bank Syariah Indonesia untuk menjalankan fungsi sosial.⁴ Pada dasarnya pengertian perbankan syariah adalah entitas penghimpunan dana yang berasal dari warga masyarakat yang selalu menerapkan strategi pemasaran yang baik.

Bank syariah pertamakali berdiri di Indonesia tahun 1991 dengan ditandai berdirinya Bank Muamalat Indonesia tanggal 1 November 1991 yang secara resmi menjalankan operasional perbankan pada 1 Mei 1992. Seiring dengan berjalannya waktu dan berkembangnya perekonomian hingga saat ini terdapat 189 Bank Syariah yang terdaftar secara resmi di Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia yang menjadikan Indonesia sebagai negara dengan jumlah bank syariah terbanyak di dunia. Pada awal tahun 1991 sampai dengan tahun 1998 hanya terdapat satu bank syariah yaitu Bank Muamalat⁵ Mulai tahun 1999 perbankan syariah mengalami perkembangan yang sangat pesat yang dapat dilihat dari

³ Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan

⁴ Zaenal Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, 2020 (Jakarta, Alfabeta), 39-40.

⁵ Findia Lody Reza, "Pengembangan Kualitas SDM pada Bank Syariah dalam Perspektif Syariah: Studi Kasus PT. BPRS Harta Insan Karimah Bekasi," *Maslahah*, 2 (2011), 58.

jumlah bank umum syariah di Indonesia yang semula dimotori oleh Bank Muamalat kini memiliki 14 bank umum syariah yang salah satunya ialah Bank Syariah Indonesia yang merupakan penggabungan dari Bank Mandiri Syariah, Bank BNI Syariah serta Bank BRI Syariah.⁶

Momenetum penggabungan perbankan syariah BUMN yang diprakarsai oleh Menteri BUMN Erick Tohir menjadi langkah awal berubahnya *tren* perekonomian masyarakat yang beralih dari perbankan konvensional ke perbankan syariah. Hal ini mengindikasikan perkembangan perbankan syariah ditahun yang akan datang semakin lebih pesat yang dapat meningkatkan daya saing perbankan syariah dengan perbankan konvensional.⁷

Perbankan syariah merupakan lembaga keuangan yang aktifitasnya mengumpulkan dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan dengan menggunakan sistem bagi hasil sebagai sumber profitnya. Perbankan syariah di Indonesia terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Sistem perbankan syariah merupakan sistem perbankan yang baru, namun sudah memiliki peranan yang penting dalam mengatur peredaran dan perkembangan sektor *moneter* di Indonesia.⁸

Relasi yang terjadi diantara nasabah dengan bank berkaitan dengan kepentingan nasabah dalam menggunakan produk serta jasa yang ditawarkan oleh bank dan kemampuan yang dimiliki oleh bank dalam menghadirkan produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan para nasabah. Pihak bank dalam menjalin relasi dengan nasabah memiliki tujuan mempertahankan nasabah tersebut agar senantiasa memilih menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan. Persaingan yang semakin kompetitif mengharuskan pelaku industri perbankan berlomba-lomba meemnuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Dilain sisi, bank menjalankan suatu usaha dalam rangka memenuhi apa yang diinginkan oleh para nasabah dengan cara melakukan pelayanan prima kepada nasabah dibandingkan dengan kompetitor.

⁶ Fortega, Glen Fortuna Dela. "Perencanaan Strategis Sumber Daya Manusia Pada Industri Perbankan." 67.

⁷ Fortega, Glen Fortuna Dela. "Perencanaan Strategis Sumber Daya Manusia Pada Industri Perbankan." 68.

⁸ Handayani, Ridha Tri, and Mhd Ikhsan Harahap. "Majunya Industri Perbankan Syariah dalam Pembiayaan Terdistribusi." *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen* 2.2 (2022). 3.863.

Nasabah yang memiliki kepuasan dan loyalitas terhadap suatu bank merupakan peluang untuk memperoleh nasabah yang baru. Kotler (2014:132) mengemukakan bahwa menjaga loyalitas seluruh nasabah yang dimiliki saat ini memberikan keuntungan yang lebih dibandingkan menarik nasabah baru dengan biaya yang jauh lebih besar.⁹ Mengacu pada pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa loyalitas atau kesetiaan nasabah merupakan kunci utama keberlangsungan suatu perbankan. Loyalitas menjelaskan mengenai komitmen nasabah untuk mengadakan suatu transaksi dengan melakukan pembelian pada produk dan jasa yang ditawarkan oleh suatu perbankan secara berulang serta memberikan rekomendasi kepada teman dan orang di lingkungannya mengenai produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank tersebut.

Pada periode pemasaran dengan menggunakan metode konvensional, terdapat pelaku usaha yang memiliki keyakinan bahwasanya loyalitas yang dimiliki oleh konsumen sejatinya terjadi dikarenakan adanya nilai yang melekat pada suatu produk (brand value). Pelaku usaha memiliki kesadaran bahwasanya loyalitas konsumen adalah salah satu faktor yang dapat memicu dan meningkatkan penjualan produk atau jasa. Suatu perusahaan dengan kinerja yang sangat baik dapat dilihat pada minat konsumen dalam melakukan pembelian produk perusahaan untuk pertama kali kemudian memutuskan untuk membeli dan menggunakan produk tersebut secara terus-menerus.¹⁰

Setiap perbankan melakukan suatu strategi bisnis dalam rangka menciptakan keunggulan bersaing dalam persaingan yang sangat kompetitif dengan cara meningkatkan produktivitas serta kualitas mutu pelayanan. Produktivitas dan kualitas mutu pelayanan merupakan faktor krusial dikarenakan kedua faktor tersebut mencerminkan kinerja ekonomis perbankan tersebut. Kinerja ekonomis dari suatu perbankan meliputi aspek keuangan dan aspek operasional usaha. Dari aspek keuangan kinerja suatu perbankan dapat dilihat dari cash flow, sementara untuk menilai operasional suatu perbankan dapat dilakukan dengan cara melihat pelayanan yang dilakukan perbankan terhadap nasabah. Hal tersebut mengindikasikan bahwasanya suatu perbankan diharuskan memiliki kemampuan memberikan layanan yang optimal, dimana layanan yang ditawarkan

⁹ Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, 2012 (Erlangga, Jakarta), 240.

¹⁰ Kotler, Philip and Gary Amstrong, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, 2016 (Erlangga, Jakarta), . 232.

tersebut dapat dipergunakan sebagai suatu keunggulan bersaing yang dimiliki oleh suatu perbankan dari kompetitornya dengan harapan bank tersebut dapat bertahan dalam menghadapi persaingan bisnis yang kompetitif. Suatu bank dikatakan memiliki keunggulan bersaing tercermin dari jumlah nasabah yang dimiliki serta loyalitas nasabah tersebut dalam menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan bank tersebut.¹¹

Dalam dunia perbankan, loyalitas nasabah adalah suatu bukti yang menunjukkan bahwasanya bank tersebut memiliki kemampuan bertahan maupun bersaing dalam menghadirkan pelayanan yang optimal kepada semua nasabahnya. Penilaian keunggulan bank satu dengan yang lainnya tidak dapat dipisahkan dari penilaian terhadap kinerja dalam aspek keuangan dan operasional usaha suatu perbankan. Kedua aspek tersebut haruslah memiliki keseimbangan. Pada realitanya belum semua perbankan yang memiliki kinerja yang baik dari aspek keuangan ataupun operasional usaha. Pada saat ini mayoritas perbankan memiliki keunggulan pada aspek keuangan yang diwujudkan pada produk yang ditawarkan akan tetapi tidak memiliki keunggulan daya saing dalam hal pelayanan dan sebaliknya.¹² Perbankan yang menawarkan produk dengan keunggulan daya saing berdampak pada tercapainya tujuan jangka pendek, sementara perbankan yang memiliki keunggulan daya saing dalam memberikan pelayanan yang optimal kepada nasabah akan memperoleh manfaat jangka panjang yaitu loyalitas nasabah.

Faktor utama yang dapat mempengaruhi nilai penjualan dan pendapatan suatu perbankan adalah loyalitas nasabah. Setiap bank berlomba-lomba menciptakan beragam strategi pemasaran guna memperoleh loyalitas nasabah dan calon nasabah melalui penawaran produk dan jasa. Loyalitas nasabah tidak semata-mata dinilai dari seberapa sering nasabah tersebut menggunakan produk atau jasa yang sama melainkan dapat dinilai dari ketertarikan nasabah menggunakan atau memilih produk atau jasa lain yang ditawarkan oleh suatu bank. Terdapat faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah yaitu kepercayaan, komunikasi, kepuasan dan penanganan masalah.¹³

¹¹ Melinda, Melinda, Abdullah Sani, and Muhammad Arfan Harahap. "Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Kendaraan Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Stabat." *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam* 3.2 (2022), 167.

¹² B.N.Ajuha, *Dasar-Dasar Perbankan*, 2017 (Jakarta: PT Bumi Aksara), 51.

¹³ Hasan, Ali, *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, 2014 (Jakarta: CAPS) 63.

Kepercayaan nasabah adalah kesediaan nasabah untuk mengandalkan mitra bisnis. Dimana nasabah bergantung pada sejumlah faktor dalam hubungan diantara individu dan organisasi, seperti kompetensi, integritas, kejujuran, dan kenyamanan yang dirasakan.¹⁴ Dari penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa kepercayaan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah keinginan nasabah untuk percaya terhadap informasi yang disampaikan oleh pihak bank. Bermula dari intensitas komunikasi yang berjalan lancar dapat mendorong timbulnya loyalitas nasabah. Akan tetapi untuk dapat mencapai intensitas komunikasi yang lancar antara nasabah dan pihak bank diperlukan keandalan bank dalam menangani dan memecahkan masalah yang dialami oleh nasabah serta menawarkan solusi yang tepat dalam menyelesaikan masalah yang sedang dialami nasabah.

Realita yang terjadi pada hampir seluruh nasabah perbankan saat ini adalah adanya rasa ketidakpercayaan yang muncul saat mereka ditelfon oleh beberapa pihak yang mengatasnamakan bank tertentu memberikan penawaran produk perbankan seperti kartu kredit, asuransi jiwa, pinjaman yang dilakukan secara langsung. Pada saat terjadi komunikasi via telepon antara nasabah dan pihak perbankan dimana nasabah setuju terhadap produk yang ditawarkan. Pada saat itu juga saldo tabungan nasabah mengalami pengurangan serta timbul tagihan yang harus dibayar yang mengakibatkan nasabah berfikir ulang bahwa mereka mengalami kerugian atau tertipu oleh percakapan telepon tersebut sehingga mereka memutuskan pindah ke bank yang lain dengan cara menutup rekening yang dimiliki sebagai solusi menyelesaikan masalah yang dialami.¹⁵

Nasabah mengalami kesulitan dalam melakukan penutupan asuransi dikarenakan pihak bank memberikan persyaratan yang rumit. Salah satu persyaratan yang harus dipenuhi adalah membawa buku polis asuransi. Nasabah yang melakukan penutupan polis asuransi harus berkomunikasi kepada pihak asuransi secara mandiri dan mengalami kesusahan dalam menghubungi penyedia asuransi tersebut.¹⁶

Tidak adanya solusi yang ditawarkan oleh perbankan untuk menyelesaikan masalah yang dialami nasabah mengindikasikan

¹⁴ Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, 2014 (Erlangga, Jakarta), 274.

¹⁵ Sartika, Fika. "Sistem Otomatisasi Account Closing Nasabah Tabungan Citra pada PT Bank BTPN Kc. Bandar Lampung." *Jurnal Ilmu Data 2.7* (2022). 3.

¹⁶ Sartika, Fika. "Sistem Otomatisasi Account Closing Nasabah Tabungan Citra pada PT Bank BTPN Kc. Bandar Lampung." 5.

penyelesaian keluhan nasabah oleh pihak bank kurang baik yang mengakibatkan nasabah melakukan penutupan rekening karena pelayanan bank dalam menyelesaikan masalah kurang memuaskan. Keluhan nasabah merupakan suatu feedback yang diberikan nasabah kepada perbankan yang memiliki sifat negatif. Keluhan nasabah dapat disampaikan secara verbal dan tertulis sebagai gambaran atas ketidakpuasan yang dialami oleh nasabah terhadap produk dan jasa perbankan.

Selain memberikan efek negatif, keluhan nasabah membawa dampak positif bagi suatu bank untuk melakukan perbaikan dalam hal peningkatan pelayanan kepada nasabah, menjaga kepercayaan nasabah, serta memperbaiki komunikasi dengan nasabah agar loyalitas nasabah terhadap bank tersebut dapat dipertahankan. Langkah terbaik dalam menyelesaikan keluhan nasabah dapat dilakukan dengan memberikan respon yang cepat dan akurat dengan mengutamakan sikap sopan agar nasabah tersebut merasa lebih puas pada pelayanan yang diberikan bank tersebut.

Namun, dalam praktik pada Bank Syariah Indonesia KC Kudus A.Yani 1 masih kurang maksimal dalam pelayanan kepada nasabah. Keputusan nasabah dalam menutup tabungan dapat diartikan kurangnya loyalitas perbankan kepada nasabah, dan adanya beberapa faktor yang perlu digali lagi mengenai penyebab nasabah menutup tabungan. Hal ini tentunya menjadi perhatian tersendiri. Melihat fenomena tersebut, maka pihak perbankan harus mengembangkan dan meningkatkan strategi dengan memperhatikan faktor pendukung apa saja yang dapat mempertahankan kesetiaan nasabah. Sehingga perbankan tidak hanya bisa mempertahankan nasabah tetapi juga bisa meningkatkan minat nasabah dalam menabung.¹⁷

Pada penelitian yang dilakukan oleh Mutia Ulfa, Anjar Prihantoro¹⁸, Zul Ridha Silvia Rahmah, Nazarudin Aziz, Yosep Eka Putra, Kurniawaty Fitri dan Rida Yulianti, mengatakan bahwa faktor yang menjadi penyebab nasabah dalam menutup tabungannya adalah manfaat produk dan pelayanan yang kurang maksimal. Akan tetapi ada penyebab lain yang ada pada BSI KC Kudus A.Yani 1 yang menyebabkan nasabah menutup tabungannya, maka dari itu perlu

¹⁷ Ismail, *Perbankan Syariah*, 2013 (Jakarta : Kencana Prenada Media Group), 82.

¹⁸ Anjar Prihantoro, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menutup Rekening Tabungan pada PT BNI Tbk Kantor Layanan Trenggalek", *Jurnal Benefit*, Vol. 2, No. 1, (2015): . 87.

adanya penelitian yang lebih mendalam agar dapat mengetahui faktor apa saja yang menjadi penyebab nasabah menutup tabungannya.¹⁹

Berdasarkan data yang ada pada Bank Syariah Indonesia ada beberapa transaksi dengan biaya yang dibebankan kepada nasabah, ada juga transaksi tanpa biaya. Diantaranya adalah transaksi tarik tunai pada mesin ATM BSI dan mesin ATM Bank Mandiri tidak dikenakan biaya/gratis, tetapi selain menggunakan mesin ATM BSI dan Mandiri, maka akan dikenakan biaya. Cek saldo dengan menggunakan mesin ATM BSI tidak dikenakan biaya/gratis, tetapi selain menggunakan mesin ATM BSI dikenakan biaya. Transfer sesama BSI dengan mesin ATM BSI tidak dikenakan biaya/gratis, tetapi selain menggunakan mesin ATM BSI dikenakan biaya. Untuk transfer lain bank dikenakan biaya sebesar 6.500. dan untuk biaya administrasi dalam penutupan rekening tabungan Wadiah dikenakan biaya sebesar 20.000.,

Jadi, berdasarkan penelitian sebelumnya ada beberapa faktor yang belum ditemukan oleh peneliti sebelumnya, untuk mencari dan mengetahui faktor lain dari penyebab nasabah menutup tabungan pada BSI KC Kudus A.Yani 1 maka perlu dilakukannya penelitian yang lebih mendalam lagi, salah satunya dengan memahami persaingan untuk mendapatkan hati para nasabah. Saat ini perilaku nasabah makin tidak mudah ditebak, ada nasabah yang menginginkan bagi hasil yang adil bagi dirinya dan ada pula nasabah yang menginginkan transaksi keuangan yang cepat, efisien, nyaman dan juga mudah. Maka dari itu Bank Syariah Indonesia membuat visi terbaik dengan tujuan menjadi salah satu bank terkemuka di Indonesia dengan layanan yang sesuai dengan harapan nasabah. Visi tersebut menandakan agar karyawan dan staff perbankan selalu memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah untuk mencapai tujuan awal dari berdirinya Bank Syariah Indonesia yaitu dalam menjalankan kegiatan usaha selalu menerapkan prinsip-prinsip Islam agar terhindar dari riba dan tipuan (gharar) dimana dalam usaha tersebut selain menimbulkan dampak negatif dalam kehidupan ekonomi rakyat juga dilarang dalam ajaran agama Islam.²⁰ Berdasarkan dari semua uraian diatas, dilakukan penelitian tentang “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menutup Tabungan di Bank Syariah Indonesia KC Kudus A.Yani 1”

¹⁹ Kasmir, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, 2009 (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada), 124.

²⁰ Titis Melani, Suhaji, “Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, jurnal kajian akuntansi dan Bisnisvol 1 nol 1 1-2”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, dapat disimpulkan untuk menjadi fokus penelitian yang nantinya akan diteliti mengenai faktor-faktor apa sajakah yang menjadi penyebab nasabah menutup rekening tabungan, baik dari kualitas pelayanan, maupun kurangnya loyalitas perbankan terhadap nasabah yang sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menutup rekening tabungan di Bank Syariah Indonesia KC Kudus A.Yani 1.

C. Rumusan Masalah

1. Apa saja faktor yang mempengaruhi nasabah menutup tabungan di Bank Syariah Indonesia KC Kudus A.Yani 1?
2. Bagaimana upaya perbankan dalam mempertahankan nasabah penabung di Bank Syariah Indonesia KC Kudus A.Yani 1?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan menutup tabungan di Bank Syariah Indonesia KC Kudus A.Yani 1.
2. Untuk mengetahui upaya yang dapat mempertahankan nasabah penabung pada Bank Syariah Indonesia KC Kudus A.Yani 1.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber informasi yang lengkap apabila nantinya dilakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menutup tabungan di Bank Syariah Indonesia KC Kudus A.Yani 1.

2. Manfaat bagi aspek praktis

- a. Bagi peneliti

Penelitian ini berguna untuk menerapkan ilmu yang didapatkan selama perkuliahan berlangsung, dan menambah wawasan maupun pemahaman yang luas mengenai faktor apa sajakah yang menjadi penyebab nasabah menutup tabungan di Bank Syariah Indonesia KC Kudus A.Yani 1.

- b. Bagi instansi

Dalam penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi untuk Bank Syariah Indonesia KC Kudus A.Yani 1 dalam mengevaluasi faktor apa saja yang dapat mempengaruhi nasabah menutup tabungan.

c. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan, pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan dibidang perbankan syariah.

F. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dalam penulisan skripsi adalah sebagai berikut:

1. Bagian awal

Dalam bagian awal terdiri dari halaman judul, halaman pengesahan, halaman penyertaan, halaman abstrak, halaman motto, halaman persembahan, halaman transliterasi, halaman data pengantar dan halaman daftar isi.

2. Bagian isi

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan membahas mengenai latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : KERANGKA TEORI

Dalam kerangka teori menjelaskan tentang kerangka teori mengenai jud faktor yang mempengaruhi nasabah penabung menutup rekening tabungan, penelitian terdahulu dan kerangka berfikir, dan pernyataan penilaian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab metode penelitian ini berisi tentang jenis dan pendekatan, setting penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengajuan keabsahan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang gambaran objek penelitian, deskripsi data penelitian, analisis data penelitian.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini membahas tentang kesimpulan, saran dan penutup.

3. Bagian akhir

Dalam bagian akhir berisi tentang pustaka serta lampiran-lampiran.