

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Menurut Undang-Undang RI No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan Pasal 1 definisi bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sementara menurut KBBI bank diartikan sebagai badan usaha di bidang keuangan yang menarik dan mengeluarkan uang dalam masyarakat, terutama memberikan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.

Di Indonesia terdapat dua jenis bank yang berkembang saat ini, yaitu bank konvensional dan Bank Syariah. Perkembangan peran perbankan syariah di Indonesia tidak terlepas dari sistem perbankan di Indonesia secara umum, sistem perbankan syariah juga diatur dalam Undang-Undang No 10 tahun 1998 dimana Bank Umum adalah Bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran (Umah, Kartika, & Hubeis, 2020).

Sistem perbankan syariah diatur dalam Undang-Undang RI No. 21 tahun 2008 tentang perbankan Syariah pada bab 1 pasal 1 ayat 7 disebutkan bahwa Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Dalam operasionalisasinya, yang membedakan Bank Syariah dengan bank konvensional lainnya adalah adanya Dewan Pengawas Syariah yang keberadaannya berada dalam naungan Dewan Syariah Nasional MUI. Sehingga Bank Syariah dalam pelaksanaan teknis perbankan memiliki koridor yang menjadikannya tetap dalam nilai-nilai Al Quran dan Al Hadits. Indonesia sebagai negara berpenduduk muslim terbesar di dunia adalah pasar yang sangat potensial bagi berkembangnya Bank Syariah. Potensi itu dapat digunakan dalam perkembangan kesejahteraan masyarakat Indonesia melalui sistemnya yang non-ribawi tersebut. Potensial dalam hal ini adalah potensial dalam arti sumber daya dan aktivitas ekonomi serta sikap

dan karakter masyarakatnya terhadap kehadiran Bank Syariah sebagai alternatif sistem perbankan (Fajri, Arifin, & Wilopo, 2013).

Bank Syariah memiliki produk yang tidak akan ditemukan dalam operasi bank konvensional. Prinsip-prinsip seperti *mudharabah*, *musyarakah*, *murabahah*, *ijarah*, dan sebagainya. Tidak memuat adanya prinsip bunga seperti yang dikembangkan bank konvensional. Sebagai sesuatu yang tergolong baru, keberadaan Bank Syariah dan produk-produknya akan menjadi suatu pilihan yang mungkin diminati atau dan mungkin pula tidak.

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki masyarakat muslim terbanyak. Hal itu terbukti dalam data Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri, jumlah penduduk Indonesia sebanyak 272,23 juta jiwa pada Juni 2021. Dari jumlah tersebut, sebanyak 236,53 juta jiwa (86,88%) beragama Islam (katadata.co.id). Oleh sebab itu tidak heran lagi tentunya umat islam bila melakukan suatu tindakan harus di dasari dengan aturan-aturan yang sesuai dengan syariat Islam.

Dengan banyaknya masyarakat muslim di Indonesia, menjadikan peluang pangsa pasar terbesar bagi Bank Syariah terutama bagi kalangan mahasiswa hingga kalangan orang dewasa. Adapun fenomena terjadi ketika masih terdapat masyarakat muslim yang bertahan untuk memilih mengutamakan bertransaksi di bank konvensional dan menjadikan Bank Syariah alternatif kedua setelah bank konvensional. Masyarakat muslim seharusnya menjadi nasabah loyal bagi Bank Syariah, karena beberapa sistem bank konvensional ini bertentangan dengan agama Islam. Dengan demikian, masyarakat muslim disini masih menggantungkan kebutuhan keuangannya di bank konvensional dan bersamaan menggunakan produk keuangan di Bank Syariah.

Adapun fenomena lainnya yaitu terdapat beberapa masyarakat muslim masih memilih menjadi nasabah di bank konvensional sekaligus produk Bank Syariah, tidak memilih menjadi nasabah di Bank Syariah saja untuk salah satu di antaranya. Fenomena tersebut bersilangan dengan teori keputusan pembelian menurut Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2008) dimana keputusan pembelian adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu di antaranya.

Pandangan mahasiswa terhadap lembaga keuangan syariah dapat kita ketahui dengan cara penelitian, persepsi adalah proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti (Durianto, 2004), peneliti mencoba meneliti tentang perbankan syariah dengan mengambil persepsi mahasiswa Ekonomi Syariah sebagai variabelnya. Mahasiswa Ekonomi Syariah merupakan calon nasabah yang mempunyai persepsi logis terhadap aktivitas dalam perbankan syariah yang telah didapatkan selama perkuliahan. Dari persepsi yang didapatkan tersebut maka muncul atau ketertarikan menjadi nasabah di Bank Syariah.

Mahasiswa sebagai salah satu komponen pangsa pasar yang layak jadi pertimbangan untuk menambah jumlah nasabah. UIN Sunan Gunung Djati Bandung adalah salah satu universitas di kota Bandung yang memiliki banyak mahasiswa. Mahasiswa merupakan sasaran yang tepat untuk menjadi nasabah perbankan syariah guna meningkatkan pertumbuhan produk-produk Bank Syariah. Produk-produk Bank Syariah sangat dibutuhkan dalam kalangan mahasiswa, misalnya Tabungan. Tidak hanya untuk mahasiswa Ekonomi Syariah saja, tetapi juga untuk seluruh mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Berdasarkan penelitian awal diketahui sekitar 36% dari 50 mahasiswa prodi ekonomi syariah UIN Bandung menjadi nasabah di Bank Syariah dan sisanya 64% tidak menjadi nasabah di Bank Syariah.

Persepsi seseorang terhadap suatu hal atau objek tidaklah sama dengan orang lain, oleh karena itu citra korporat bukan suatu kesatuan, karena itu bergantung pada persepsi dari tiap kelompok orang-orang dan jenis dari pengalaman-pengalaman dan kontak-kontak mereka dengan perusahaan. Pengalaman dan informasi yang berbeda dirasakan dan diterima oleh setiap orang akan menciptakan perbedaan persepsi pada suatu objek, sehingga citra perusahaan tersebut akan berbeda dipersepsikan oleh tiap orang. Berdasarkan teori yang diungkapkan Philip Kotler dan Gary Armstrong (2006) perilaku nasabah terhadap bank dapat dipengaruhi oleh sikap dan persepsi nasabah terhadap karakteristik perbankan itu sendiri. Dalam menginterpretasikan suatu informasi, antar nasabah tidaklah sama meskipun informasi yang diterima berasal dari sumber yang sama. Persepsi mempunyai

hubungan yang penting untuk menarik masyarakat untuk menjadi nasabah di lembaga Bank Syariah. Bank syariah mempunyai tugas untuk menyelaraskan pemahaman masyarakat tentang berbagai produk yang dimiliki maupun bagi hasil dan tanpa adanya riba di Bank Syariah sendiri (Farhana, 2018).

Selanjutnya preferensi konsumen menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2008) menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk jasa yang ada nasabah adalah pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi. Adapun preferensi nasabah menunjukkan kesukaan nasabah dari berbagai pilihan produk yang ada (Arif, 2010).

Teori preferensi ini digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan bagi konsumen, misalnya bila seseorang ingin menggunakan produk keuangan di bank konvensional atau di Bank Syariah dengan sumber daya terbatas maka ia harus memilih alternatif sehingga nilai guna atau utilitas yang diperoleh mencapai optimal (Sridawati, 2006).

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dari itu menarik untuk diketahui apakah persepsi dan preferensi tersebut memberikan pengaruh yang signifikan pada keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah. Dari hal tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan menuangkannya dalam bentuk skripsi dengan judul: **Pengaruh Persepsi dan Preferensi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2018-2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung)**.

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

1. Seberapa besar pengaruh persepsi terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah?
2. Seberapa besar pengaruh preferensi terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah?
3. Seberapa besar pengaruh persepsi dan preferensi terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh preferensi terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi dan preferensi terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini dapat sebagai bahan informasi dalam menambah suatu ilmu yang bermanfaat bagi peneliti untuk di jadikan suatu pedoman dan sumbangan pemikiran yang begitu banyak untuk di jadikan sumber pengetahuan yang lebih baik.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Instansi

Dapat digunakan sebagai masukan dalam menentukan strategi yang jauh lebih baik maupun hal-hal yang mendukung instansi ke arah yang lebih maju dalam menerapkan suatu konsep yang positif.

- b. Bagi Universitas

Penelitian ini memberikan sumbangan konsep pemecahan masalah sebagai model spesifik dalam hubungan persepsi, preferensi, dan keputusan menjadi nasabah. Hasil penelitian diharapkan akan memperluas wawasan dan pengetahuan khususnya dalam bidang Ekonomi Syariah.

- c. Bagi Peneliti Lainnya

Penelitian ini dapat sebagai bahan informasi dalam menambah suatu ilmu yang bermanfaat bagi penelitian berikutnya untuk dijadikan suatu pedoman dan sumbangan pemikiran dan sumber pengetahuan yang lebih baik.