

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan Syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungan stakeholder yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah. Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini.

Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global. Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan

umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil ‘Aalamiin).

Menurut Ali (2010: 1) yang dimaksud dengan Bank syariah adalah suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam. Selain itu, bank syariah bisa disebut Islamic banking atau interest free banking, yaitu suatu sistem perbankan dalam pelaksanaan operasional tidak menggunakan sistem bunga (riba), spekulasi (maisir), dan ketidakpastian atau ketidakjelasan (gharar).

Bank syariah memiliki produk atau jasa yang tidak ditemukan dalam operasional bank konvensional. Prinsip-prinsip seperti musyarakah, mudharabah, murabahah, ijarah, istishna dan sebagainya tidak memuat adanya prinsip-prinsip bunga seperti yang dikembangkan bank konvensional. Pandangan masyarakat terhadap bank syariah di antaranya perbankan syariah tidak ada bunga dan perbankan syariah identik dengan bank dengan sistem bagi hasil. Namun, ternyata persepsi dan sikap masyarakat terhadap bank syariah sangat beragam. Beragamnya persepsi, sikap dan perilaku masyarakat terhadap bank syariah, di antaranya disebabkan oleh pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang bank syariah. Perbedaan persepsi tersebut sangat berpotensi mempengaruhi minat masyarakat terhadap bank syariah.

Menurut Maryonto (2011: 45) Nasabah adalah orang yang biasa menjadi pelanggan atau konsumen Bank (dalam hal keuangan).

Menurut Kotler (2008: 4) Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide.

Menurut Rahmat (2007: 51) Berbagai macam produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah diprediksikan memiliki prospek dan pangsa pasar yang menjanjikan karena nasabah dapat leluasa memilih sesuai dengan spesifikasi kebutuhannya. Namun fenomena yang sebenarnya terjadi yaitu banyaknya produk perbankan syariah yang belum tersosialisasi kepada masyarakat luas sehingga peminat dalam memilih produk-produk bank masih sangat minim. Pembentukan persepsi akan memberikan dampak terhadap kemajuan bank syariah juga akan mendorong masyarakat untuk dapat menggunakan produk bank syariah. Persepsi dirasakan sangat penting, karena persepsi adalah pengamatan tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

Menurut Nugroho (2003: 160) Persepsi setiap orang terhadap suatu objek akan berbeda-beda. Oleh karena itu persepsi memiliki sifat subyektif. Persepsi yang dibentuk oleh seseorang dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan sekitarnya. Selain itu, satu hal yang perlu diperhatikan dari persepsi adalah bahwa persepsi secara substansial bisa sangat berbeda dengan realitas.

Menurut Susanti (2017: 19) Persepsi tentang produk bank syariah merupakan tingkat pengetahuan dan pemahaman nasabah tentang produk dan jasa bank syariah. Pemilihan produk bank oleh nasabah seringkali lebih didasarkan pada aspek informasi mengenai manfaat yang akan diperoleh dari produk bank tersebut. Pada sisi lain, kurangnya informasi dan promosi yang memadai mengenai produk bank yang dapat menimbulkan penyimpangan-penyimpangan kegiatan usaha bank yang dapat merugikan nasabah dan memungkinkan calon konsumen tidak tertarik untuk memilih produk yang dimiliki bank tersebut. Persepsi tentang pemahaman terhadap produk dan jasa bank syariah akan mempengaruhi perilaku masyarakat dalam berinvestasi dan mengambil dana di bank syariah.

Mengingat masyarakat yang mayoritas muslim tetapi belum mampu menunjukkan persepsi yang baik terhadap bank syariah. Meski sudah beberapa

decade bank syariah beroperasi di Indonesia, namun ternyata Penetrasinya masih sangat rendah. Potensi 290.000.000 Penduduk Indonesia yang diantaranya 87% penduduk muslim belum menjamin perkembangan industri bank syariah tumbuh seperti yang diharapkan 87% penduduk Indonesia memeluk agama islam. Dan 60% dari 87% penduduk muslim Tersebut masuk dalam kategori usia produktif. Namun, rekening penduduk Indonesia di Bank Syariah hanya 5,86% dari total jumlah penduduk. Artinya hanya 17.000.000 penduduk Indonesia yang memiliki rekening di bank syariah. (Linangkung, 2017).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hidayat (2017: 34-50) dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu: Yang pertama, Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk dan layanan yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi bank. Yang kedua kepuasan nasabah adalah respon dari penilaian tersebut sedangkan kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan nasabah dan berakhir pada persepsi masyarakat. Dan yang ketiga adalah Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah nilai bagi nasabah antara persepsi nasabah terhadap kualitas, manfaat produk dan pengorbanan yang dilakukan lewat pengorbanan yang dibayar.

Menurut Semiawan (Susilowati, 2010:29), Minat adalah suatu keadaan mental yang menghasilkan respon terarahkan kepada suatu situasi atau obyek tertentu yang menyenangkan dan memberi kepuasan kepadanya (satisfiers).

Karmani (2012: hal 4-52) meneliti minat masyarakat dalam berhubungan dengan Bank Syariah di Kota Padang. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa minat masyarakat dalam berhubungan dengan Bank Syariah dipengaruhi oleh 4 faktor diantaranya: pekerjaan, tingkat pendapatan, tingkat pengeluaran dan pengetahuan mengenai produk dan mekanisme Bank Syariah. Sedangkan faktor agama, pengetahuan tentang keberadaan Bank Syariah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat dalam berhubungan dengan Bank Syariah.

Menurut survey awal yang dilakukan penulis pada nasabah Bank Syariah Indonesia, penulis menemukan beberapa fenomena yang terkait dengan judul skripsi

yang akan penulis teliti pada Bank Syariah Indonesia Palembang. Kebanyakan nasabah Bank Syariah Indonesia Palembang masih mengikuti pengaruh dari budaya yang ada dilingkungan tempat tinggalnya, dikarenakan perbankan syariah sendiri dimata masyarakat masih asing serta masyarakat pun masih sulit untuk memahami perbankan syariah serta produk-produknya, Dikarenakan beberapa studi penelitian membuktikan bahwa permasalahan yang paling menonjol dalam dunia

perbankan syariah adalah masalah sumber daya manusianya bisa dilihat dari Tabel Perkembangan Tenaga Kerja Perbankan Syariah Periode 2017-2020 berikut.

Tabel 1 Perkembangan Tenaga Kerja Perbankan Syariah Periode 2017-2020.

Indikator	2017	2018	2019	2020
Kerja Tenaga BUS	51.413	51.110	51.068	52.345
Kerja Tenaga UUS	4.403	4.487	4.678	4.349
Kerja Tenaga BPRS	5.102	4.372	4.619	4.749

Sumber: Bank Syariah Indonesia Palembang

Keterangan :

BUS (Bank Umum Syariah)

UUS (Unit Usaha Syariah)

BPRS (Badan Pembiayaan Rakyat Syariah)

Fakta yang terjadi, memang benar bahwa nasabah hanya mengetahui produk yang mereka gunakan saja sedangkan produk lainnya kurang mendapat perhatian dari mereka. Hal ini disebabkan karena program sosialisasi yang dilakukan belum optimal.

Hal yang demikian itu akibat masih sulitnya merubah pola pikir masyarakat untuk memilih produk-produk yang dimiliki bank syariah, mereka masih terbiasa dengan produk bank konvensional karena di Palembang kebanyakan masyarakatnya menggunakan konvensional dibandingkan dengan syariah. Artinya sosialisasi bank syariah masih sangat kurang yang membuat masyarakat luas masih belum banyak mengerti system, konsep, filosofi, produk, keuntungan dan keunggulan bank syariah, maka dari itu penulis akan membahas tentang persepsi nasabah dalam memilih produk Bank Syariah Indonesia Palembang. Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk membahas tentang **“PENGARUH PERSEPSI DAN MINAT NASABAH TERHADAP PEMILIHAN PRODUK BANK SYARIAH INDONESIA PALEMBANG (STUDI KASUS BANK SYARIAH INDONESIA KC SIMPANG PATAL PALEMBANG)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana pengaruh persepsi dan minat nasabah terhadap pemilihan produk Bank Syariah Indonesia Palembang ?”.

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penelitian ini penulis membatasi ruang lingkup pembahasan masalah penelitian agar dapat tergambar secara jelas mengenai permasalahan yang diambil yakni “Pengaruh Persepsi dan Minat Nasabah Terhadap Pemilihan Produk Bank Syariah Indonesia Palembang”

1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini yaitu: Untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Dan Minat Nasabah Terhadap Pemilihan Produk Bank Syariah Indonesia Palembang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Agar lebih memahami dan menjadi pembelajaran untuk lebih mengetahui tentang Pengaruh persepsi dan minat nasabah dalam memilih produk bank syariah Indonesia Palembang.

2. Bagi Bank

Diharapkan dapat memberikan masukan bagi lembaga perbankan dan masyarakat luas bahwasannya dalam meningkatkan pemahaman terhadap karakteristik bank dan perilaku nasabah dalam memilih produk-produk perbankan.

3. Bagi Akademik

Diharapkan bahwa hasil penelitian ini berguna bagi mahasiswa untuk referensi dalam melakukan kajian pengaruh persepsi dan minat nasabah dalam memilih produk Bank Syariah Indonesia Palembang. Dan diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi kepada masyarakat mengenai bank syariah dan produk nya agar menjadi acuan masyarakat tetap menggunakan produk-produk perbankan.