

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebutuhan manusia dari hari ke hari semakin banyak. Dengan keadaan tersebut manusia selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam pemenuhan kebutuhan, pasti manusia membutuhkan manusia lain. Dengan hal itu muncul interaksi satu sama lain yang biasa disebut jual beli. Dulu sebelum ada alat tukar, manusia tukar menukar menggunakan barang atau biasa yang disebut barter. Namun, dengan perkembangan zaman akhirnya muncul alat tukar yang dinamakan uang.

Pada zaman sekarang uang menjadi sesuatu yang sangat berharga. Segala sesuatu selalu berkaitan dengan uang. Hal ini dapat mempermudah manusia dalam bermuamalah. Kalangan anak-anak pun mampu melakukannya. Begitu efisiennya uang membuat cepatnya peredaran dari tangan satu ke tangan lain, dari daerah satu ke daerah lain, bahkan dari Negara satu ke Negara lain. Semakin rumitnya peredaran uang tersebut, masyarakat membutuhkan suatu organisasi untuk mengelola keuangannya. Lembaga tersebut sekarang disebut dengan Lembaga Bank. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan dana dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Lembaga bank yang berdiri ditengah-tengah masyarakat sangatlah beragam, baik bank konvensional maupun bank Syariah. Bertambahnya umat Islam di Negara Indonesia membuat Lembaga Perbankan Syariah menjadi

meningkat. Bank-bank konvensional yang telah berdiri membuat cabang Bank yang berlatarbelakang Syariah. Karena di Lembaga Syariah mengutamakan kemaslahatan. Dengan ini membuat minat masyarakat muslim di Indonesia meningkat dalam pengelolaan uang di perbankan syariah.

Syariah merupakan suatu sistem perbankan yang pelaksanaannya berdasarkan hukum Islam (*syariah*). Pembentukan sistem ini berdasarkan adanya larangan dalam agama Islam untuk meminjamkan atau memungut pinjaman dengan mengenakan bunga pinjaman (*riba*), serta larangan untuk berinvestasi pada usaha-usaha berkategori terlarang (*haram*). Sistem perbankan konvensional tidak dapat menjamin absennya hal-hal tersebut dalam investasinya, misalnya dalam usaha yang berkaitan dengan produksi makanan atau minuman haram, usaha media atau hiburan yang tidak Islami, dan lain-lain. Meskipun prinsip-prinsip tersebut mungkin saja telah diterapkan dalam sejarah perekonomian Islam, namun baru pada akhir abad ke-20 mulai berdiri bank-bank Islam yang menerapkannya bagi lembaga-lembaga komersial swasta atau semi-swasta dalam komunitas muslim di dunia.

Saat ini jumlah bank syariah di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, dari awalnya bank konvensional sekarang juga ikut mengembangkan dirinya dengan membuka produk syariah, ini menunjukkan bahwa bank syariah memiliki posisi tersendiri di mata masyarakat Indonesia. Kehadiran bank syariah ini juga mengakibatkan berbagai respon dari kalangan masyarakat tanah air dari hal yang paling mendasar yaitu mengenai pelayanannya, kemudian kemudahan untuk memperoleh akses pendanaan,

dan respon masyarakat terkait dengan produk-produk yang di tawarkan. Segala hal yang terkait dengan perbankan syariah diatur dalam Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 atas perubahan Undang-undang Nomor 7 tahun 1992. Selanjutnya dalam Pasal 1 ayat (1) UU No. 21 tahun 2008 tentang Bank syariah, dinyatakan bahwa : “ Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya”.¹

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia merupakan suatu perwujudan dari permintaan masyarakat yang membutuhkan suatu sistem perbankan alternatif yang selain menyediakan jasa perbankan atas keuangan yang sehat, juga memenuhi prinsip-prinsip syariah. Perkembangan sistem keuangan syariah sebenarnya telah dimulai sebelum pemerintah meletakkan dasar-dasar hukum operasional secara formal.

Setelah diterbitkannya ketentuan perundang-undangan tersebut, sejak tahun 1998 sistem perbankan syariah telah menunjukkan perkembangan yang cukup pesat, yaitu lebih dari 50 persen pertumbuhan aset rata-rata pertahun. Sampai akhir Desember 2013, terdapat 11 bank syariah dan 24 UUS dengan perkembangan yang baik.

Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat untuk melakukan transaksi keuangan secara syariah, perkembangan perbankan syariah telah mendorong munculnya lembaga keuangan syariah lain, seperti asuransi syariah, pegadaian syariah, dan pasar modal syariah, serta lembaga

¹ Veithzal Rivai, Arviyan Arifin, *Islamic Banking* (Jakarta : Bumi Aksara, 2010), hlm. 32

pendidikan yang membuka program studi ekonomi dan keuangan syariah yang pada gilirannya ikut mendukung pengembangan industri perbankan dan keuangan syariah itu sendiri. Demikianlah perbankan syariah dan lembaga-lembaga keuangan serta nonkeuangan syariah telah saling melengkapi untuk terus berkembang dari waktu ke waktu.²

Namun jumlah nasabah di perbankan syariah tidak setinggi pada bank-bank lain. Hal ini diakibatkan karena permasalahan dalam konsep pemasaran yang kurang maksimal. Pemasaran adalah peperangan antar produsen untuk memperebutkan persepsi konsumen. Seharusnya perbankan syariah yang berlandaskan pada konsep ekonomi Islam sangat diminati oleh masyarakat Indonesia yang sebagian besar masyarakatnya beragama Islam. Namun pada kenyataannya seringkali terjadi pemahaman yang berbeda dari kalangan internal pemeluk agama Islam maupun masyarakat pada umumnya.

Sebagai bagian dari pemasaran di dalam lembaga perbankan syariah harus dengan tepat mengambil keputusan untuk menghadapi masalah utama yang dihadapi perbankan syariah yaitu bagaimana perbankan syariah menarik nasabah agar tertarik untuk menggunakan jasa perbankan syariah. Strategi yang di ambil oleh pemasar harus melihat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain : faktor kebudayaan, kelas sosial, keluarga, status, kelompok atau komunitas, usia, pekerjaan, gaya hidup, dan lain-lain. selain faktor tersebut perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh persepsi yang konsumen miliki.

² Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah* (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 3

Persepsi atau pandangan seseorang terhadap sesuatu dihasilkan dari informasi yang mereka dapatkan, hasil informasi tersebut dipahami selanjutnya konsumen akan menarik kesimpulan sehingga menciptakan sebuah penilaian terhadap sesuatu tersebut. Pertumbuhan minat konsumen guna untuk menarik konsumen untuk menggunakan jasa yang dipromosikan maka harus bisa menimbulkan persepsi yang positif terhadap produk yang ditawarkan. Persepsi adalah anggapan langsung dari sesuatu.³

Sampai saat ini masih banyak persepsi yang berbeda yang dikemukakan oleh masyarakat tentang perbankan syariah. Sehingga menjadi tantangan tersendiri bagi perbankan syariah untuk menyamakan persepsi masyarakat sehingga menimbulkan kesamaan persepsi yang positif terhadap perbankan syariah.

Yang menjadi landasan permasalahan penelitian kurang diminatinya perbankan syariah oleh masyarakat Indonesia, khususnya kaum muslim. Dalam persepsi masyarakat, bank syariah adalah bank yang sempurna dan paling ideal, karena bukanlah Islam adalah agama yang sempurna. Padahal bank syariah bukanlah Islam itu sendiri, ia merupakan bank yang menerapkan konsep syariah, tanggapan atau sikap masyarakat terutama bagi masyarakat muslim itu sendiri, baik mengenai produk dan jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, perkembangan perbankan syariah perlu mendapatkan perhatian dari pihak yang terkait.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi terbentuknya persepsi, diantaranya adalah faktor internal yang terdiri dari pengalaman konsumen, kebutuhan

³ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah : Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta : Gema Insani Press, 2001), hlm. 18

konsumen pada saat itu, nilai-nilai yang dianutnya dan ekspektasi (harapan). Kemudian faktor eksternal yang terdiri dari sifat-sifat stimulus seperti ciri-ciri produk, kemasan, merk, iklan dan sebagainya. Situasi lingkungan pada tempat tinggal konsumen juga termasuk faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi.

Sikap akan mempengaruhi seseorang dalam menilai suatu objek yang akan diminati dan dimiliki. Sikap adalah suatu evaluasi yang menyeluruh dan memungkinkan seseorang untuk merespon dengan cara yang menguntungkan atau tidak menguntungkan terhadap objek yang dinilai. Disisi lain sikap adalah *utilitarian* melalui instrument ini suka atau tidak suka, sikap memilih produk yang memungkinkan seseorang untuk memilih produk yang memberikan hasil positif atau negatif. Pengalaman langsung oleh konsumen dalam mencoba dan mengevaluasi produk dapat mempengaruhi sikap konsumen terhadap produk tersebut. Pengaruh dari keluarga atau media massa juga sangat penting karena dapat digunakan untuk mengkomunikasikan informasi tentang produk yang akan ditawarkan.

Responden penelitian ini lebih difokuskan pada responden jamiah tarekat. Karena jamiah tarekat di pondok pesantren merupakan masyarakat berpendidikan yang aktif dalam lembaga pendidikan yang agamis. Sudah tidak asing lagi bagi mereka mengenal syariah karena dalam pendidikan Keislaman terdapat ilmu-ilmu Fiqih dan Akhlaq sebagai dasar prinsip Perbankan Syariah. Dan perbankan adalah salah satu akses yang digunakan untuk transfer uang guna memenuhi kebutuhan santri. Dengan adanya perbankan syariah bagaimana persepsi, dan sikap santri terhadap perbankan

syariah. Dan apakah mereka berniat untuk melaksanakan syariah secara kaffah. Sehingga dari latar belakang tersebut menjadi ketertarikan penulis untuk meneliti mengenai **”Analisis Pengaruh Persepsi dan Perilaku *Jamiah* Pondok Pesulukan Tarekat Agung Tulungagung terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah dengan Sikap sebagai Variabel *Moderating*”**

B. Identifikasi Masalah

Perbankan syariah masih perlu peningkatan dalam hal pemasaran dan pengertian kepada masyarakat tentang pengelolaannya. Masyarakat berangapan bahwa sistem yang dipakai bank syariah sama dengan bank konvensional. Hal ini dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk bergabung di bank syariah. Untuk itu penulis akan meneliti pengaruh persepsi dan perilaku *jamiah* tarekat PETA terhadap minat menabung di perbankan syariah.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi berpengaruh secara parsial terhadap minat *jamiah* pondok PETA untuk menabung di perbankan syariah?
2. Apakah perilaku berpengaruh secara pasial terhadap minat *jamiah* pondok PETA untuk menabung di perbankan syariah ?
3. Apakah sikap berpengaruh secara parsial terhadap minat *jamiah* pondok PETA untuk menabung di perbankan syariah ?

4. Apakah persepsi, perilaku dan sikap berpengaruh secara simultan terhadap minat *jamiah* Pondok PETA untuk menabung di perbankan syariah?
5. Apakah sikap berpengaruh memperlemah atau memperkuat persepsi *jamiah* pondok PETA terhadap minat menabung di perbankan syariah?
6. Apakah sikap berpengaruh memperlemah atau memperkuat perilaku *jamiah* pondok PETA terhadap minat menabung di perbankan syariah?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh persepsi secara parsial terhadap minat *jamiah* pondok PETA untuk menabung di perbankan syariah.
2. Untuk menguji pengaruh perilaku secara parsial terhadap minat *jamiah* pondok PETA untuk menabung di perbankan syariah.
3. Untuk menguji pengaruh sikap secara parsial terhadap minat *jamiah* pondok PETA untuk menabung di perbankan syariah.
4. Untuk menguji pengaruh persepsi, perilaku dan sikap berpengaruh secara simultan terhadap minat *jamiah* Pondok PETA untuk menabung di perbankan syariah.
5. Untuk menguji pengaruh sikap memperlemah atau memperkuat persepsi *jamiah* pondok PETA terhadap minat menabung di perbankan syariah.
6. Untuk menguji pengaruh sikap memperlemah atau memperkuat perilaku *jamiah* pondok PETA terhadap minat menabung di perbankan syariah.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk pengembangan keilmuan khususnya di bidang perbankan syariah, sebagai bahan referensi atau rujukan, dan tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti

Melatih ketajaman analisis dan meningkatkan khasanah ilmu pengetahuan terhadap persepsi dan sikap santri terhadap perbankan syariah.

b. Bagi Masyarakat

Menambah wawasan yang lebih luas tentang suatu Lembaga Perbankan yang berbasis syariah. Dapat juga meningkatkan minat masyarakat untuk bergabung pada bank syariah.

c. Bagi Perbankan Syariah

Memberi masukan kepada pihak lembaga atas aspirasi dari masyarakat supaya meningkat dari segi kualitas dan kuantitasnya. Dapat juga membuat memberikan suatu hal yang menarik hati masyarakat.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup dalam penelitian ini meliputi:

- a. Subyek penelitian ini adalah *jamiah* tarekat di pondok PETA Tulungagung
 - b. Angket yang diberikan kepada *jamiah* PETA tentang perbankan syariah menurut mereka
 - c. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah persepsi *jamiah* tarekat PETA dan perilaku mengenai perbankan syariah
 - d. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat menabung *jamiah* tarekat PETA.
 - e. Variabel moderating dalam penelitian ini adalah Sikap bersifat memperkuat atau memperlemah variabel bebas.
2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini akan meneliti tentang analisis pengaruh persepsi dan perilaku *jamiah* tarekat peta terhadap minat menabung di perbankan syariah dengan sikap sebagai variabel moderating. Adapun Batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini hanya dibatasi pada persepsi, perilaku, sikap dan minat menabung *jamiah* tarekat PETA tentang perbankan syariah
- b. Populasi penelitian ini adalah *jamiah* yang mengikuti tarekat di pondok PETA Tulungagung

G. Penegasan Istilah

Penegasan istilah terdiri dari dua istilah yaitu penegasan konseptual dan penegasan operasional. Penegasan konseptual adalah definisi yang diambil dari pendapat atau teori dari pakar sesuai dengan tema yang diteliti.

Sedangkan penegasan operasional adalah definisi yang didasarkan pada sifat-sifat hal yang didefinisikan serta dapat diamati.

1. Definisi Konseptual

- a. Persepsi hakikatnya merupakan proses kognitif yang dialami oleh setiap orang dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik melalui penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman. Kunci untuk memahami persepsi adalah terletak pada pengenalan bahwa persepsi itu merupakan suatu penafsiran yang unik terhadap situasi, dan bukannya suatu pencatatan yang benar terhadap situasi.⁴
- b. Perilaku tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan.⁵
- c. Minat adalah kecenderungan seseorang untuk menentukan pilihan aktifitas.⁶ Sedangkan menabung adalah kegiatan menyimpan uang dalam tabungan di kantor pos atau bank.⁷
- d. Perbankan Syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara islam dalam tata cara bermuamalah itu dijauhi praktek-praktek yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba

⁴ Miftha Thoha, *Kepemimpinan dan Manajemen Devisi Buku Perguruan tinggi*, (Jakarta : PT. Grafindo Persada, 2010), hlm. 141-142

⁵ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Kemendikbud, 2016)

⁶ Muhaimin, *Korelasi minat belajar pendidikan jasmani terhadap hasil belajar pendidikan jasmani*, (Semarang : IKIP, 1994), hlm. 4

⁷ Badudu JS dan Zain, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 2007), hlm. 139

untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan.⁸

2. Definisi operasional

Definisi operasional merupakan salah satu tahapan dalam proses pengumpulan data dan meletakkan arti pada suatu variable dengan cara menetapkan kegiatan atau pekerjaan yang perlu untuk mengukur variabel. Variabel penelitian ini terdiri dari atas dua macam, yaitu variabel terikat (Y) dan variabel bebas (X).

H. Sistematika Skripsi

Adapun sistematika penulisan yang akan disajikan dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAGIAN AWAL

Terdiri dari halaman, sampul depan, halaman judul, persetujuan, pengesahan, motto, persembahan, prakata, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, abstrak, dan daftar isi.

BAB I : PENDAHULUAN

Dimaksudkan untuk memberikan uraian yang akan dibahas dalam skripsi mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah dan sistematika skripsi

⁸ Karnaen Perwata Atmaja dkk, *Apa Dan Bagaimana Bank Islam*, (Yogyakarta : Dana Bakti Wakaf, 1992), hlm. 2

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai penelitian terdahulu kajian teori yang melandasi penelitian ini, mencakup teori tentang analisis persepsi, perilaku, *Jamiah* Tarekat PETA, Minat Perbankan Syariah dan Sikap . Kemudian dilanjutkan dengan kerangka konseptual dan Hipotesis Penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi mengenai pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sample penelitian, sumber data, variabel, dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian yang terakhir analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Pada bab ini terdiri dari hasil penelitian (yang berisi data dan pengujian hipotesis).

BAB V : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Dalam pembahasan ini berisi pembahasan data penelitian, dan hasil analisis data.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab terakhir ini terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAGIAN AKHIR

Pada bagian ini terdiri dari daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, daftar riwayat hidup.