

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia terkenal sebagai negara muslim terbesar di dunia, dimana hampir semua penduduknya memerlukan akan adanya bank yang melakukan kegiatannya berdasarkan prinsip syariah. Berawal dari lahirnya Bank Muamalat Indonesia (BMI) sebagai sentral perekonomian yang bernuansa Islam, maka bermunculan lembaga-lembaga keuangan yang lain. Yaitu ditandai dengan tingginya semangat bank konvensional untuk mendirikan lembaga keuangan Islam yaitu Bank Syari'ah.¹

Indonesia sebagai negara yang penduduknya mayoritas beragama Islam, merupakan pasar potensial bagi pengembangan lembaga keuangan syariah. Lembaga keuangan syariah sendiri merupakan perusahaan yang bergerak di bidang keuangan yang mana kegiatan operasionalnya berdasarkan prinsip syariah. Pertumbuhan perekonomian Indonesia yang semakin pesat, mengakibatkan permintaan akan kebutuhan pendanaan yang dibutuhkan oleh masyarakat juga meningkat, baik pendanaan untuk kebutuhan produktif maupun untuk kebutuhan konsumtif. Disini dunia perbankan syariah sebagai salah satu lembaga keuangan mempunyai peran penting dalam kehidupan suatu negara, khususnya pada sektor ekonomi dan keuangan.

¹Ahmad Sumiyanto, *Menuju Koperasi Modern (Panduan untuk Pemilik, Pengelola, dan Pemerhati Baitul Maal wat Tamlikdalam Format Koperasi)*, (Yogyakarta: Debeta, 2008), hal. 23

Bank sebagai lembaga keuangan yang tugasnya yaitu menjadi lembaga perantara di antara masyarakat yang kelebihan dana maupun masyarakat yang kekurangan dana. Diharapkan dengan dana yang dihimpun tersebut dapat memenuhi kebutuhan pembiayaan kepada masyarakat yang kekurangan dana. Penduduk Indonesia yang mayoritas beragama muslim, mendambakan kehadiran sistem lembaga keuangan yang sesuai dengan tuntutan kebutuhan tidak sebatas finansial namun juga dari sisi moralitasnya. Sistem lembaga yang dimaksud ialah bank yang terbebas dari sistem bunga atau yang biasanya disebut dengan bank syariah.

Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain dalam penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha. Bank Syariah sudah beroperasi di Indonesia sejak tahun 1992, yang dimulai dengan beroperasinya Bank Muamalat Indonesia. “Bank Syariah diatur secara formal sejak diamandemennya UU No.7 tahun 1992 dengan UU No.10 tahun 1998 dan UU No.23 tahun 1999”.² Secara kelembagaan bank syariah yang pertama kali berdiri di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia yang berdiri pada 12 November 1991.³

Sejak resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H, Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk terbaru Bank Muamalat Indonesia, bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang melalui strategi

² Mangani, Ktut Silvanita, Bank dan Lembaga Keuangan Lain, (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2009), hal.34

³ Heri Sudarsono, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), hal.31

pemasaran yang terarah dengan mewujudkan visi dan misinya. Salah satunya Bank Muamalat Indonesia sudah menyabet penghargaan dari Majalah Economic Review dan Perbanas Institute, yaitu peringkat 1 kategori buku 2 dengan aset Rp 25 triliun dari Anugerah Perbankan Indonesia VI-2017 (APBI).⁴

Bank Muamalat yang kini dapat ditemui disetiap kota, memudahkan nasabah dalam mengaksesnya. Khususnya di kota Kediri, Salah satu bank syariah yang ada di Kediri adalah Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri. Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri selalu berusaha untuk melayani kebutuhan masyarakat secara luas dan menyeluruh melalui pelayanan dan fasilitas yang dimilikinya. Seiring kemajuan ekonomi telah mengakibatkan tingkat persaingan menjadi semakin tinggi sehingga lembaga keuangan yang mampu memberikan kepuasan kepada nasabahlah yang akan memperoleh simpati. Nasabah telah pandai memilah dan memilih produk mana yang memberikan keuntungan lebih, serta pelayanan yang memuaskan. Perilaku konsumen atau nasabah memang sangat menentukan dalam proses pengambilan keputusan pembelian atau memilih produk tersebut.

Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan senantiasa mengembangkan produk serta jasa yang dapat mendukung dan memenuhi kebutuhan nasabah baik perorangan maupun korporasi. Berikut adalah tabel perkembangan aset yang dimiliki oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri:

⁴ <http://ekonomi.kompas.com/read/2017/08/24/130409926/bank-muamalat-raih-penghargaan-bank-syariah-terbaik> diakses pada tanggal 10 Oktober pukul 08:23

Tabel 1.1
Pertumbuhan Asset Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri
Tahun 2015-2017 (dalam jutaan rupiah)

Tahun	Total Asset
2015	14.285.154.178
2016	13.946.599.376
2017	15.424.229.991
Total	50.080.213.376

Sumber : Laporan Keuangan Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri 2015-2017

Berdasarkan tabel 1.1 diketahui bahwa Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri sampai dengan akhir tahun 2017, bank mengalami pertumbuhan asset sebesar Rp 1.477.630.615,- dengan total asset Rp 15.424.229.991,- dibandingkan dengan tahun sebelumnya 2016 dengan total asset Rp. 13.946.599.376,-. Pertumbuhan tersebut dikarenakan adanya kepercayaan dan kelayakan yang diberikan masyarakat terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Muamalat Kediri. Dimana bank yakin akan terus mampu meningkatkan produk-produk yang ada agar pertumbuhan aset di tahun-tahun berikutnya semakin pesat. Berikut produk pembiayaan yang disalurkan oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2
Rincian Jumlah Penyaluran Dana Bank Muamalat Kantor
Cabang Kediri Tahun 2015-2017 (dalam jutaan rupiah)

Produk Pembiayaan	Tahun		
	2015	2016	2017
Murabahah	4.328.623.061.750	4.216.521.579.000	4.835.627.470.500
Istishna'	2.090.762.000	1.308.839.750	961.182.750
Ijarah	6.648.850.500	7.728.885.750	9.350.230.250
Pinjaman Qardh	57.644.370.500	137.292.525.750	179.090.531.000
Mudharabah	263.179.624.250	187.304.925.000	175.888.557.750
Musyarakah	5.048.106.835.000	5.031.317.305.750	4.790.221.168.250
Total	9.706.329.504.000	9.581.474.061.000	9.991.139.158.500

Sumber: Laporan Keuangan Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri Tahun 2015-2017

Berdasarkan tabel 1.2 bahwa pembiayaan musyarakah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri cenderung lebih diminati dari pada pembiayaan lainnya (istishna', ijarah, pinjaman qardh, mudharabah, dan murabahah). Fluktuasi pembiayaan musyarakah yaitu tahun 2015 sebesar Rp. 5.048.106.835.000,- pada tahun 2016 sebesar Rp 5.031.317.305.750,- dan pada tahun 2017 sebesar Rp 4.790.221.168.250. Walaupun mengalami penurunan bukan berarti kinerja karyawan dalam mengembangkan produk pembiayaan yang ada di BM Cabang Kediri kurang maksimal, namun dikarenakan pembiayaan musyarakah yang berbasis margin memang sudah banyak dikenal dan digunakan oleh masyarakat (nasabah).

Disinilah peneliti lebih tertarik menggunakan pembiayaan musyarakah. Karena pembiayaan ini mendominasi dan pembiayaan yang banyak diminati nasabah. Produk pembiayaan musyarakah ini menjadi salah satu produk unggulan di Bank Muamalat Cabang Kediri karena peminatnya yang cukup banyak dan penerapan pembiayaan musyarakah disini digunakan untuk penambahan modal usaha.

Faktor lain yang dapat mendongkrak pangsa pasar dalam dunia lembaga keuangan syariah sehingga menciptakan ketertarikan atau minat bagi para nasabahnya adalah citra perusahaan. Citra bagi lembaga keuangan dapat mempengaruhi keputusan nasabah terhadap kualitas produk dan pembiayaan yang akan diterima. Citra lembaga keuangan yang baik akan melekat pada benak para nasabah bahwa produk pada lembaga tersebut memiliki perbedaan dari lembaga yang lainnya.

Bagi perusahaan, memiliki citra perusahaan atau reputasi yang baik merupakan faktor yang sangat penting karena citra yang baik akan memberikan berbagai macam manfaat. Perusahaan yang reputasinya baik akan mendorong konsumen untuk membeli produk yang dihasilkan, mempertinggi kemampuan bersaing, menghambat masuknya pesaing dalam industry, mampu mendorong semangat kerja para karyawannya, serta akan berdampak pada loyalitas dari nasabahnya.

Selain itu citra perusahaan sangat di perlukan dalam meningkatkan minat nasabah dalam pembiayaan karena citra perusahaan adalah salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan produk dan jasa bagi konsumen. Citra adalah bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas.

Setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak jumlah orang yang memandangnya. Berbagai citra perusahaan datang dari pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, bankir, staf perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi dagang, dan gerakan pelanggan disektor perdagangan yang

mempunyai pandangan terhadap perusahaan.⁵ Adanya citra yang positif maka kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut akan tumbuh sehingga minat anggota pembiayaan akan meningkat.

Kemunculan lembaga keuangan syariah semakin menguat tatkala dalam kondisi krisis ekonomi lembaga keuangan konvensional mengalami keterpurukan sementara perbankan syariah tetap bertahan.⁶ Namun secara nyata nasabah pembiayaan maupun masyarakat belum terlalu paham dengan produk syariah, mereka hanya melakukan permintaan pembiayaan dan tidak benar-benar paham tentang produk syariah maupun akad-akad yang digunakan oleh bank syariah tersebut. Dan masih banyak yang menganggap bahwa Bank Syariah produknya masih sama halnya dengan perbankan konvensional.

Disisi lain pengusaha yang memiliki pemahaman tentang produk dan sistem pembiayaan bank syariah yang sama pada kenyataannya belum tentu menghasilkan sikap yang sama dalam memilih produk pembiayaan di bank syariah. Pengusaha yang memiliki religiusitas tinggi tentu akan cenderung berpaling kepada ajaran-ajaran agama dalam memilih produk pembiayaan syariah di bank syariah. Namun disisi lain pengusaha harus bersikap rasional dalam mengambil keputusan bisnisnya berdasarkan motif ekonomi.

Dengan lahirnya bank Islam yang beroperasi berdasarkan sistem bagi hasil sebagai alternatif pengganti bunga pada bank-bank konvensional, merupakan peluang bagi umat Islam untuk memanfaatkan jasa bank seoptimal mungkin. Merupakan peluang karena umat Islam berhubungan

⁵ Ibid, hal.113

⁶Wawan andi dkk, *Prospek Bank Syariah Pasca Fatwa MUI*, (Yogyakarta: Suara Muhammadiyah, 2005), hal. 39.

dengan perbankan dengan tenang, tanpa keraguan dan didasari oleh motivasi keagamaan yang kuat di dalam memobilisasi dana masyarakat untuk pemberdayaan pembangunan ekonomi umat.⁷

Saat ini sebagian besar masyarakat hanya melihat bahwa nilai tambah bank syariah adalah lebih halal dan selamat, lebih menjanjikan untuk kebaikan akhirat, dan juga lebih berorientasi pada menolong antar sesama dibandingkan dengan bank konvensional. Hal tersebut memang benar, namun bank syariah memiliki keuntungan duniawi karena produk-produknya tidak kalah bersaing dengan bank-bank konvensional dan juga bagi hasil yang ditawarkan tidak kalah menguntungkan dibandingkan dengan bunga. Peranan bank konvensional yang telah berdiri lebih dahulu dibandingkan bank syariah, sudah memenuhi kebutuhan masyarakat dalam melakukan transaksi perbankan.

Hal ini menjadikan sebagian masyarakat muslim sudah menggunakan jasa bank konvensional, karena bank konvensional dianggap memiliki fasilitas yang lebih lengkap, dan cabang yang lebih tersebar di sebagian penjuru kota di Indonesia. Adanya bank syariah di Indonesia menjadi pilihan bagi sebagian umat muslim di Indonesia untuk menggunakan jasa perbankan syariah, namun masih banyak yang tetap menggunakan bank konvensional dengan berbagai pertimbangan.

Oleh karena itu peneliti mengambil judul **“Pengaruh Citra Perusahaan dan Religiusitas Terhadap Minat Melakukan Pembiayaan Musyarakah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri”**.

⁷ Warkum Sumitro, *Asas-asas Perbankan Islam dan Lembaga-lembaga Terkait (BMUI dan Takaful)*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hal. 55

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat didefinisikan berbagai masalah yang muncul adalah :

1. Kurangnya informasi mengenai Bank Syariah sehingga bisa mempengaruhi citra perusahaan yang diharapkan mempunyai kesan yang baik terhadap nasabahnya.
2. Pola pikir masyarakat yang masih awam dan belum memahami tentang produk lembaga keuangan syariah menjadi masalah terkait nasabah memutuskan untuk melakukan permintaan pembiayaan.
3. Citra Perusahaan dan Religiusitas dapat mempengaruhi minat nasabah melakukan pembiayaan musyarakah di Bank Muamalat Cabang Kediri.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka masalah yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap minat melakukan pembiayaan musyarakah di Bank Muamalat Cabang Kediri ?
2. Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap minat melakukan pembiayaan musyarakah di Bank Muamalat Cabang Kediri ?
3. Bagaimana pengaruh citra perusahaan dan religiusitas terhadap minat melakukan pembiayaan musyarakah di Bank Muamalat Cabang Kediri ?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap minat melakukan pembiayaan musyarakah di Bank Muamalat Cabang Kediri.

2. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap minat melakukan pembiayaan musyarakah di Bank Muamalat Cabang Kediri.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan dan religiusitas terhadap minat melakukan pembiayaan musyarakah di Bank Muamalat Cabang Kediri.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Kegunaan Akademis

Diharapkan penelitian ini bisa bermanfaat bagi pengembangan ilmu khususnya mengenai citra perusahaan dan religiusitas terhadap minat melakukan pembiayaan musyarakah, bermanfaat untuk sumbangan teori, sebagai bahan referensi atau rujukan, dan tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Penulis

Sebagai penambah wawasan penulis dalam pemahaman mengenai minat calon anggota untuk melakukan pembiayaan musyarakah di Bank Muamalat Cabang Kediri.

- b. Bagi Lembaga Keuangan Syariah

Penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi pihak lembaga keuangan syariah sehingga mengetahui faktor yang mempengaruhi minat calon anggota untuk melakukan pembiayaan musyarakah di Bank Muamalat Cabang Kediri, dan juga untuk

meningkatkan pelayanan dan penawaran jasa yang ada di Bank Muamalat Cabang Kediri.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan bermanfaat sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya dalam penciptaan ide-ide penelitian baru serta memberi kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas maka peneliti memberikan batasan masalah menyangkut citra perusahaan dan terhadap minat melakukan pembiayaan musyarakah di bank syariah, antara lain :

1. Ruang Lingkup

Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah variabel independen (variabel bebas/variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel terikat/ yang dipengaruhi). Dalam penelitian ini, variabel bebas atau variabel yang mempengaruhi adalah citra perusahaan (X_1) dan religiusitas (X_2). Sedangkan variabel terikat atau variabel yang dipengaruhi dalam penelitian adalah minat melakukan pembiayaan musyarakah (Y).

2. Keterbatasan Penelitian

1) Penelitian ini hanya dibatasi pada citra perusahaan dan religiusitas yang mempengaruhi minat melakukan pembiayaan musyarakah. Sehingga tidak digeneralisasikan untuk seluruh faktor yang mempengaruhi minat melakukan pembiayaan musyarakah.

- 2) Dalam penelitian yang penulis lakukan, untuk mengetahui sikap dan perasaan responden penulis menggunakan angket yang hanya berfokus pada citra perusahaan, religiusitas dan minat. Sehingga data yang didapat hanya sebatas sikap dan perasaan anggota pada ketiga hal tersebut.
- 3) Subyek penelitian adalah seluruh nasabah pada Bank Muamalat Cabang Kediri.
- 4) Peneliti mengambil sampel penelitian di Bank Muamalat Cabang Kediri.

G. Penegasan Istilah

Persoalan yang sering terjadi dalam memahami judul sebuah karya tulis adalah terjadinya banyak penafsiran terhadap substansi maksud peneliti. Oleh karena itu perlu kiranya dijelaskan beberapa istilah penting dari judul penelitian yaitu “Pengaruh Citra Perusahaan dan Religiusitas Terhadap Minat Melakukan Pembiayaan Musyarakah”.

1. Definisi Konseptual

a. Citra Perusahaan

Menurut Bill Canton dalam Sukatendel mengatakan bahwa citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi.⁸

⁸ Soeganda Priyatna, Dasar-dasar Publik Relations....,hal.111

b. Religiusitas

Religiusitas adalah sebuah ekspresi spiritual seseorang yang berkaitan dengan sistem keyakinan, nilai, hukum yang berlaku, ritual dan Religius merupakan aspek yang telah dihayati oleh individu didalam hati, getaran hati nurani dan sikap personal.⁹

c. Minat

Menurut Umar Husein, minat konsumen merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.¹⁰

d. Pembiayaan Musyarakah

Musyarakah adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai kesepakatan.¹¹

2. Definisi Operasional

Definisi operasional dimaksudkan untuk memberikan kejelasan mengenai judul penelitian agar tidak muncul berbagai penafsiran terhadap judul penelitian. Yang dimaksud faktor-faktor disini adalah faktor citra perusahaan dan religiusitas dari beberapa faktor-faktor tersebut peneliti

⁹ Mangun Wijaya Y. B., *Menumbuhkan Sikap Religiusitas Anak*. (Jakarta: Gramedia, 1986), hal. 112.

¹⁰ Umar Husein, *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pusaka, 2002), hal. 45.

¹¹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hal. 90.

akan menguji faktor apa yang mempengaruhi minat melakukan pembiayaan musyarakah pada Bank Muamalat Cabang Kediri.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembahasan dan memperjelas arah pembahasan maka penulis skripsi ini di sistematisasikan menjadi enam bab dengan uraian sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN dalam bab ini berisi latar belakang penelitian, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika pembahasan.

BAB II. LANDASAN TEORI dalam bab ini berisi kajian teori-teori dan penelitian sebelumnya. Diantaranya teori yang diulas dalam bab ini yaitu pengertian Bank Syariah, teori dari variabel yang diambil yaitu variabel citra perusahaan, religiusitas, minat dan pembiayaan musyarakah, serta penelitian terdahulu yang mendukung untuk penelitian ini, dan membahas tentang kerangka konseptual serta hipotesis dalam penelitian ini.

BAB III. METODE PENELITIAN dalam bab ini berisi pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel, sumber data, variabel dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian serta analisis data.

BAB IV. HASIL PENELITIAN dalam bab ini menguraikan tentang profil atau gambaran lembaga yang menjadi objek penelitian, sejarah lembaga, struktur organisasi lembaga, visi dan misi, karakteristik

responden, deskripsi data, analisis data yang meliputi analisis statistik, hasil pengujian hipotesis.

BAB V. PEMBAHASAN dalam bab ini berisikan pembahasan dari rumusan masalah I, rumusan masalah II, rumusan masalah III.

BAB IV. PENUTUP dalam bab ini berisikan kesimpulan yang menunjukkan keberhasilan tujuan dari penelitian. Kesimpulan juga menunjukkan hipotesis mana yang didukung dan mana yang tidak didukung oleh data. Dalam bab ini juga berisikan saran-saran yang dibuat berdasarkan hasil temuan yang ditujukan kepada para peneliti selanjutnya.