

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Minat adalah aspek kejiwaan dan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk dapat melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Minat juga bisa dikatakan sebagai aktivitas guna memenuhi suatu kebutuhan yaitu jaminan akan materi. Minat yang ada pada diri seseorang akan memberikan gambaran dalam aktivitas untuk mencapai suatu tujuan. Minat datang dari dalam diri seseorang yang mempengaruhi gerakan kehendak terhadap sesuatu. Minat mendorong seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginan. Menurut Saleh dan Wahab, mendefinisikan minat sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang¹

Indikator yang dapat dijadikan acuan terbentuknya minat menjadi nasabah antara lain kognisi (gejala pengenalan), Gejala pengenalan dalam garis besarnya dibagi menjadi dua yaitu melalui indera dan melalui akal², konasi (kemauan), Merupakan salah satu fungsi hidup kejiwaan manusia, dapat diartikan sebagai aktivitas psikis yang mengandung usaha aktif dan berhubungan dengan

¹ Abdul Ranchman Saleh Dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta:Prenada Media,2004),Hal.263

² Uswah Wardiana, *Psikologi Umum*, (Jakarta:PT Bina Ilmu, 2004),Hal.58

pelaksanaan suatu tujuan³, emosi, Kecenderungan untuk memiliki perasaan yang khas bila berhadapan dengan objek tertentu dalam lingkungannya⁴

Bank merupakan salah satu Lembaga keuangan yang mempunyai peranan penting di dalam perekonomian suatu negara sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya

³ Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, (Jakarta:Rieneka Cipta,1998), Hal 113

⁴ Uswah Wardiana, *Psikologi Umum*, (Jakarta:PT Bina Ilmu, 2004),Hal.165

kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak⁵

Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank Syariah dan unit usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses melaksanakan kegiatan usahannya. Bank Syariah memiliki fungsi menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi dari pihak pemilik dana. Fungsi lainnya adalah menyalurkan dana kepada pihak lain yang membutuhkan dana dalam bentuk jual beli maupun kerja sama usaha.

Bank Syariah berbeda dengan bank konvensional, dimana bank Syariah dalam system operasional tidak menggunakan system bunga, akan tetapi menggunakan prinsip dasar sesuai dengan syariat islam. Untuk investasinya bank Syariah hanya untuk proyek atau produk yang halal serta menguntungkan. Sedangkan bank konvensional tidak mempertimbangkan halal dan haram asal proyek menguntungkan. Orientasi pembiayaan bank Syariah tidak hanya untuk keuntungan

⁵ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2012), Hal. 12

akan tetapi malah oriented yaitu berorientasi pada kesejahteraan masyarakat sedangkan bank konven berorientasi pada keuntungan saja.

Bank Syariah memiliki fungsi dan tujuan, fungsi utama bank Syariah ada tiga, yaitu menghimpun, menyalurkan dan jasa. Penghimpunan dana maksudnya bank Syariah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dengan menggunakan akad al wadiah dan investasinya dengan menggunakan akad al mudharabah. Fungsi kedua yaitu penyaluran dana maksudnya Bank menyalurkan dana kepada masyarakat dengan menggunakan bermacam-macam akad, antara lain akad jual beli dan akad kemitraan atau kerja sama usaha. Dalam akad jual beli, maka return yang diperoleh bank atas penyaluran danannya adalah dalam bentuk membagi keuntungan. Fungsi ketiga yaitu jasa artinya Bank Syariah disamping menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat, juga memberikan pelayanan jasa perbankan. Pelayanan jasa bank Syariah ini diberikan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitas. Berbagai jenis produk pelayanan jasa yang dapat oleh bank Syariah antara lain adalah jasa pengiriman uang (transfer), pemindah bukuan, penagihan surat berharga, kliring, letter of credit, inkaso, garansi bank dan pelayanan jasa bank lainnya.

Pada perkembangannya, Lembaga keuangan Syariah di Indonesia telah mengalami peningkatan yang cukup signifikan, baik dari sisi perbankan maupun non bank. Dari sisi perbankan, berdasarkan statistic Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2016 terdapat 1869 kantor telah dioperasikan oleh 13 bank umum Syariah (BUS), 332 kantor oleh 21 unit Usaha Syariah (UUS), dan 453 kantor oleh 166

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), dengan total asset BUS dan UUS tahun 2016 sebesar Rp. 356.504 Miliar, naik 20,3 persen dibandingkan tahun 2015 yang hanya sebesar 296.262 Miliar.

Sedangkan dari sisi Industri Keuangan Non-Bank (IKNB) Syariah hingga Desember 2016 terdapat 33 industri Syariah dan 93 UUS yang telah beroperasi di Indonesia dengan total asset sebesar Rp. 88.674 Miliar, naik 2,8 persen dibanding November 2016 yang hanya sebesar Rp. 86.276 Miliar.

Peningkatan yang cukup signifikan dalam industri keuangan tersebut, telah membawa Indonesia meraih peringkat 6 dalam Islamic Finance Country Index 2016 sebagai negara yang memiliki potensi kondusif dalam pengembangan ekonomi syariah dari 48 negara yang telah disurvei oleh Islamic Bankers Association yang terangkum dalam global Islamic Finance Report 2016. Adanya peningkatan yang cukup signifikan membuktikan bahwa daya Tarik masyarakat untuk memilih Lembaga keuangan Syariah di Indonesia semakin meningkat. Dengan demikian, peran industri keuangan Syariah dalam mendukung perekonomian nasional maupun global semakin signifikan. Akan tetapi, jika dilihat dari besarnya jumlah penduduk Indonesia khususnya masyarakat muslim.⁶

Selaras dengan kecenderungan global di Indonesia, industri keuangan Syariah juga mengalami perkembangan yang signifikan. Adanya perbankan yang memperkenalkan istilah bagi hasil, maka berdirilah bank Syariah pertama di Indonesia yaitu bank muamalat. Istilah prinsip Syariah dalam perbankan baru

⁶ Ani Nur Faidah, Samsul Anam, *Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Perilaku Memilih Lembaga Keuangan Syariah Dengan Sikap Terhadap Produk Sebagai Variabel Intervening*, EL-Qist, Vol 08, No.01, April 2018, hal.1525-1526

muncul sejak diberlakukannya Undang-Undang No.7 Tahun 1992 dengan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 diubah dalam Undang-Undang No. 23 tahun 1999, Undang-Undang No. 9 tahun 2004 tentang Bank Indonesia dan terakhir diubah dalam Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang bank Syariah.⁷

Industry perbankan Syariah telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dengan diterbitkannya Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah yang menyatakan bahwa: Bank syaria adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip Syariah. Dan menurut jenisnya terdiri dari bank umum Syariah dan bank pembiayaan Syariah. Tertanggal 16 juli 2008, pengembangan industry perbankan Syariah nasional semakin memiliki landasan hokum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi. Perkembangan perbankan Syariah cukup impresif, dengan rata-rata pertumbuhan asset lebih dari 65% per-tahun dalam lima tahun terakhir, dengan demikian, peran industry perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional semakin signifikan.

Sebagaimana diketahui banyak keyakinan produk dan jasa perbankan Syariah memiliki keunggulan dibandingkan dengan system perbanakn Syariah konvensional antara lain peniadaan pembebasan bunga, mencegah kegiatan spekulasi yang tidak produktif dan prinsip pembiayaan untuk usaha yang tdak halal. Perbanakn Syariah beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil yang memberkan alternative saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta

⁷ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah Praktik*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), hal.3

menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi dan menghindari kegiatan spekulatif transaksi keuangan. Dengan lahirnya bank Syariah yang beroperasi berdasarkan system bagi hasil sebagai alternative pengganti bunga pada bank-bank konvensional, merupakan peluang bagi umat islam untuk memanfaatkan jasa bank seoptimal mungkin.

Table 1.1

Perkembangan Lembaga Keuangan Syariah

	2016 (unit)	2017(unit)	2018(unit)	2019(unit)	2020(unit)
Bank Umum syariah	13	13	14	14	14
Unit Usaha Syariah	21	21	20	20	20
BPRS	166	167	167	164	162

Sumber: *Statistik Perbankan Syariah Juni 2020*

Berdasarkan data perkembangan Lembaga keuangan Syariah diatas, ternyata bank Syariah belum menjadi pilihan utama masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh bank Indonesia atas lima daerah yaitu jawab barat, jawa tengah dan Yogyakarta, jawa timur, sumatera barat, dan jambi menunjukkan rata-rata 40% mengharamkan bunga bank tetapi hanya rata-rata 11% yang mengenal produk-produk bank Syariah.⁸ Sesuai pemaparan dari OJK bahwa pada tahun 2017 jumlah nasabah di bank Syariah sekitar 15 juta sedangkan bank konvensional sekitar 80 juta atau

⁸ Wiroso, *Produk Perbankan Syariah*, (Jakarta: LPFE Usakti, 2011), hal.10

baru sekitar 18,75% jumlah nasabah bank Syariah dari total nasabah bank secara maksimal. Selain itu market share bank Syariah kembali turun dari 4,8% dari tahun 2016 menjadi 4,6% pada tahun 2017. Data tersebut menunjukkan bahwa minat masyarakat masih kurang untuk bertransaksi di bank Syariah sehingga nasabah bank syariah masih kurang untuk bertransaksi di bank Syariah sehingga nasabah bank Syariah masih rendah dan jauh tertinggal jika dibandingkan dengan bank konvensional. Salah satu penyebab rendahnya market share bank Syariah ini adalah kurangnya sosialisasi mengenai perbankan Syariah yang menyebabkan masyarakat kurang memahami tentang perbankan Syariah sehingga masyarakat lebih mengenal bank konvensional daripada bank Syariah. Selain itu, Kepala Departemen Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Ahmad Buchori mengungkapkan, rendahnya nasabah bank Syariah terjadi karena banyak masyarakat yang beranggapan bahwa bank Syariah belum selengkap, semodern, dan sebagus bank konvensional, baik itu dalam layanan maupun produknya.⁹ Disamping itu, cukup banyak pula masyarakat yang sudah menyadari dan beranggapan bahwa nilai tambah dalam menggunakan bank Syariah adalah lebih halal dan terbebas dari riba.

Masalah utama yang dihadapi Lembaga Syariah ini adalah bagaimana perusahaan menarik pelanggan dan mempertahankannya agar perusahaan dapat bertahan dan berkembang. Untuk mewujudkan tujuan tersebut maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat. Karena pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam setiap kegiatan yang berhubungan dengan kebutuhan konsumen.

⁹ Irmawati indi, *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank Syariah*, jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makasar, hal. 5

Agar pemasaran sesuai sasaran maka pemasar harus memperhatikan perilaku konsumen dengan baik, seperti penciptaan produk, penentuan sasaran dan promosi yang tepat.

Ada beberapa alasan yang menjadikan mahasiswa enggan membuka rekening di bank Syariah, beragamnya persepsi, sikap dan perilaku mahasiswa terhadap bank Syariah, diantaranya disebabkan oleh rendahnya pemahaman dan pengetahuan mahasiswa terhadap bank Syariah, terutama yang disebabkan dominasi bank konvensional. Perbedaan persepsi atas hasil, bunga dan produk, terbatasnya jaringan pelayanan bank Syariah serta terbatasnya sumber daya insani dan teknologi perbankan Syariah hal tersebut sangat berpotensi mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan produk bank Syariah.

Salah satu yang mempengaruhi minat menjadi nasabah adalah pengetahuan produk. Dalam penelitian Anis Setiyani (2018) menyebutkan bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah, sejalan dengan hal tersebut penelitian Anis Choiriyah (2019) yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah. Selain pengetahuan produk variable kepercayaan. Dalam penelitian Taufik Saifudiin (2018) menyebutkan kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah, senada dengan penelitian Wardani (2009) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah. Pelayanan juga berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah sejalan dengan penelitian yang dilakukan Taslim (2018) yang menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh positif signifikan

terhadap minat menjadi nasabah senada dengan penelitian Ayu Wandira (2018) yang menyatakan positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah. Sedangkan dalam penelitian ini akan meneliti seberapa besar pengaruh pengetahuan produk, kepercayaan dan lokasi terhadap minat menjadi nasabah di bank Syariah

Dalam hal ini mahasiswa ekonomi islam menjadi target pangsa pasar yang sangat baik untuk perbankan Syariah, karena mahasiswa sudah mendapatkan pengetahuan yang lebih terkait perbankan Syariah, termasuk pengetahuan mengenai produk-produk bank Syariah. Saat ini pun institute agama islam negeri tulungagung telah membuka prodi perbankan Syariah.

Karena mahasiswa jurusan perbankan Syariah telah mempelajari bank Syariah sehingga cenderung berminat untuk menjadi nasabah di bank Syariah. Meskipun, pandangan mahasiswa terhadap bank Syariah mempunyai persepsi yang berbeda-beda. Peneliti tertarik mengambil obyek penelitian yaitu mahasiswa jurusan perbankan Syariah yang sudah menabung di bank syariah karena alasan, yaitu antara pengetahuan mahasiswa perbankan Syariah terhadap produk tabungan dan aplikasi untuk menjadi nasabah penabung di perbankan Syariah. Peneliti mengambil lokasi di kampus IAIN Tulungagung karena keberadaan obyek dan penulis yang berada di kampus tersebut.

Dari latar belakang diatas peneliti ingin menguji apakah faktor pengetahuan produk, kepercayaan dan pelayanan mempengaruhi mahasiswa jurusan PS di IAIN tulungagung menjadi nasabah di bank Syariah.

Menurut Djaslim Saladin bahwa factor-faktor yang mempengaruhi minat menjadi nasabah bank Syariah adalah, factor produk, kepercayaan dan pelayanan. Atas dasar inilah penulis membuat skripsi dengan judul “ **Pengaruh Pengetahuan Produk , Kepercayaan dan Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah pada Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2016 IAIN TULUNGAGUNG**”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penelitian ini dibatasi dengan kajian:

1. Pengetahuan produk perbankan Syariah ini akan menjadi yang sangat besar bagi Lembaga perbankan, karena dengan pengetahuan produk yang baik nasabah akan tertarik untuk menggunakan jasa perbankan Syariah.
2. Kepercayaan antara Lembaga dan nasabah juga memberikan pengaruh yang besar apabila kepercayaan itu bisa menarik nasabah untuk menggunakan jasa perbankan Syariah.
3. Dengan pelayanan yang baik juga akan mempengaruhi nasabah untuk menggunakan jasa perbankan syariah

C. Rumusan Masalah

1. Apakah pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di bank Syariah ?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di bank Syariah ?

3. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di bank Syariah ?
4. Apakah pengetahuan produk, kepercayaan dan pelayanan berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di bank Syariah ?

D. Tujuan penelitian

1. Mengetahui pengaruh pengetahuan produk terhadap minat menjadi nasabah di bank Syariah
2. Mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat menjadi nasabah di bank Syariah
3. Mengetahui pengaruh pelayanan terhadap minat menjadi nasabah di bank Syariah
4. Mengetahui pengaruh pengetahuan produk, kepercayaan dan pelayanan terhadap minat menjadi nasabah di bank Syariah

E. Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan khazanah pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan factor-faktor yang mempengaruhi minat menjadi nasabah di bank Syariah yaitu pengetahuan produk, kepercayaan dan pelayanan

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan dapat dijadikan referensi untuk pihak-pihak yang terkait, diantaranya yaitu:

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan agar dapat berfikir secara kritis dan sistematis dalam menghadapi permasalahan khususnya di dunia perbankan.

2. Bagi mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan serta dapat dijadikan referensi sekitar permasalahan mengenai dunia perbankan khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Untuk menghindari salah penafsiran dari penelitian ini, maka perlu adanya ruang lingkup dan keterbatasan penelitian sebagai berikut:

1. Ruang lingkup dalam penelitian ini membahas terdiri dari empat variable diantaranya:
 - a. Variable independent (terikat) ada tiga: pengetahuan produk, kepercayaan dan pelayanan
 - b. Variable dependen (bebas) ada satu : minat menjadi nasabah di bank Syariah
2. Agar pembahasan penelitian ini terarah apa yang akan dibahas, maka peneliti perlu membatasi penelitian pengaruh pengetahuan produk, kepercayaan dan pelayanan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada mahasiswa jurusan perbankan syariah angkatan 2016

fakultas ekonomi dan bisnis islam iain tulungagung. Data yang akan digunakan dalam penelitian ini, peneliti akan menyebarkan kuesioner

G. Sistematika penulisan

Penulisan skripsi ini terdapat tiga bagian yaitu:

1. Bagian awal

Bagian awal terdiri dari: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, tranliterasi, dan abstrak

2. Bagian utama

Terdiri dari beberapa bab diantaranya yaitu:

a. BAB I PENDAHULUAN

BAB I Pendahuluan terdiri dari: latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

b. BAB II LANDASAN TEORI

- a) Kerangka teori yang membahas variable/sub variable pertama
- b) Kerangka teori yang membahas variable/sub variable kedua, dan seterusnya (jika ada)
- c) Kajian penelitian terdahulu
- d) Kerangka konseptual

- e) Mapping variable
- f) Hipotesisi penelitian

c. BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian, memuat:

- a) Pendekatan dan jenis penelitian
- b) Populasi, sampling dan sampel penelitian
- c) Sumber data, variable dan skala pengukuran
- d) Teknik pengumpulan data dan instrument penelitian
- e) Analisis data

d. BAB IV HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian terdiri dari: hasil penelitian (yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis) serta temuan penelitian.

e. BAB V PEMBAHASAN

Dalam bab ini menguraikan tentang pembahasan data penelitian dan hasil analisi data

f. BAB VI PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang dua hal pokok yaitu kesimpulan dan saran.

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini memuat uraian tentang daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, daftar riwayat hidup.