

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan penduduk yang mayoritas beragama Islam terbesar di dunia. Mayoritas penduduk yang merupakan muslim menjadikan Indonesia sebagai pasar yang potensial dalam pengembangan keuangan syariah. Saat ini bank-bank yang kegiatan operasionalnya menggunakan prinsip syariah sudah mulai berkembang dengan pesat. Kehadiran bank syariah di tengah-tengah perbankan konvensional untuk menawarkan sistem perbankan alternatif bagi umat Islam yang membutuhkan dan ingin memperoleh layanan jasa perbankan tanpa ada unsur riba.¹

Perbankan syariah ini mulai merata dan menampakkan jati dirinya ditengah-tengah banyaknya bank-bank konvensional yang ada, salah satunya adalah Bank Syariah Mandiri yang menempati posisi tertinggi dengan nilai ekuitas sebesar Rp9.234 miliar. Bank Syariah Mandiri secara resmi beroperasi sejak tanggal 1 November 1999. Saat ini Bank Syariah Mandiri memiliki 1 kantor pusat dan 1.343 jaringan kantor yang terdiri dari kantor cabang pembantu, kantor kas dan jaringan kantor lainnya seperti *payment point* di seluruh propinsi di Indonesia.²

¹ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2016), hal. 26

² www.banksyariahmandiri.co.id

Seiring dengan bertambahnya pangsa pasar bank syariah, Bank Syariah Mandiri juga melebarkan sayapnya dengan mendirikan kantor cabang di daerah untuk menjangkau masyarakat salah satunya Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tulungagung yaitu produk *funding* berupa tabungan, deposito dan giro, dan produk *financing* berupa pembiayaan konsumen (pembiayaan pensiunan, pembiayaan BSM Otto, pembiayaan kepemilikan rumah) serta pembiayaan warung mikro.

Perkembangan Bank Syariah Mandiri dapat dilihat dari besarnya perkembangan jumlah DPK dan Pembiayaan Bank Syariah Mandiri dilihat dari minat nasabah.

Tabel 1.1

Perkembangan Jumlah DPK dan Pembiayaan

Bank Syariah Mandiri

Keterangan	2019	2018	2017	2016	Rata-Rata Pertumbuhan
DPK	99.810	87.472	77.903	69.950	12,59%
Pembiayaan	73.21	64.90	60.584	55.580	12,27%

Sumber: Laporan Keuangan Bank Syariah Mandiri tahun 2016,2017 dan 2019

Berdasarkan tabel 1.1 di atas jumlah pembiayaan dan jumlah DPK dari tahun 2016-2019 terus mengalami peningkatan, dengan melihat rata-rata pertumbuhan DPK dari tahun 2016-2019 sebesar 12,59% dan rata-rata pertumbuhan pembiayaan dari tahun 2016-2019 sebesar 12,27%, sehingga menunjukkan bahwa minat nasabah yang semakin tinggi dalam menggunakan produk Bank Syariah Mandiri. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pula kepercayaan nasabah untuk menyimpan dananya maupun menggunakan

pembiayaan di Bank Syariah Mandiri.

Masalah yang dihadapi Bank Syariah Mandiri saat ini yaitu, meskipun menunjukkan perkembangan yang signifikan dari jumlah ekuitas dan perkembangan jumlah DPK, namun saat ini *market share* Bank Syariah Mandiri di Indonesia masih terbilang rendah, yaitu hanya sebesar 1,25% dari aset industri perbankan secara nasional.³ Fenomena tentang rendahnya *market share* ini tidak sejalan dengan tingginya minat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah. Sehingga potensi peningkatan nasabah Bank Syariah Mandiri di Indonesia masih sangat besar, khususnya Bank Syariah Mandiri di Tulungagung. Sehingga menjadikan Bank Syariah Mandiri Tulungagung perlu meningkatkan upaya promosi, fasilitas, maupun hal lain yang mampu mendorong minat nasabah untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung.

Minat merupakan kecenderungan atau arah keinginan terhadap suatu hal untuk memenuhi dorongan hati, dorongan dari dalam diri tersebut yang mempengaruhi gerak dan kehendak terhadap sesuatu, dan dorongan yang kuat tersebut akan mempengaruhi bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan keinginan.⁴

Menurut Kotler, minat beli adalah sebuah perilaku konsumen di mana konsumen mempunyai keinginan untuk membeli atau memilih suatu produk berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengonsumsi atau

³ *Snapshot Perbankan Syariah di Indonesia*, www.ojk.go.id, Diakses Pada 29 Januari 2021

⁴ Shaleh dan Abdul Rahman, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 32

bahkan menginginkan sebuah produk.⁵ Menurut teori Schiffman dan Kanuk, faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli diantaranya yaitu pengenalan produk dan pengaruh eksternal seperti usaha pemasaran,⁶ yang bisa dipraktekkan dalam bentuk sosialisasi kepada masyarakat yang dapat menciptakan minat masyarakat terhadap bank syariah.

Menurut teori Schiffman dan Kanuk, faktor faktor yang mempengaruhi minat beli yaitu kesadaran akan kebutuhan akan mempengaruhi seseorang untuk memiliki minat beli terhadap apa yang dibutuhkan. Seseorang akan cenderung membeli suatu barang atau benda yang mereka butuhkan. Faktor yang kedua yaitu pengenalan produk, juga mempengaruhi minat beli seseorang. Seseorang yang mengenal dan memiliki pengetahuan terhadap produk tertentu akan cenderung ingin membeli produk tersebut. Faktor yang ketiga yaitu evaluasi alternatif, dengan munculnya produk-produk alternatif juga akan mempengaruhi minat beli seseorang. Faktor keempat yaitu pengaruh eksternal seperti usaha pemasaran, sosial, budaya. Usaha pemasaran adalah perangkat alat pemasaran yaitu seperti produk, harga, promosi, dan lokasi. Faktor sosial dan budaya lebih kepada faktor lingkungan dan budaya yang tertanam pada suatu daerah, dalam hal ini agama juga termasuk didalamnya.⁷

Seperti yang disebutkan di atas menurut teori Schiffman dan Kanuk, faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli salah satunya yaitu pengenalan

⁵ Engel, dkk. *Perilaku Konsumen, Terjemahan Budiyo*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 2005), hal. 123

⁶ Hani Handoko dan Basu Swasta, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPFE, 2008), hal. 16

⁷ *Ibid.*, hal. 16

produk dan usaha pemasaran.⁸ Kegiatan pengenalan produk dan pemasaran akan menjadikan masyarakat tahu akan produk-produk dari bank syariah, oleh karena itu faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah salah satunya adalah pengetahuan. Pengetahuan merupakan informasi yang harus diketahui oleh manusia. Masyarakat akan menggunakan jasa perbankan syariah jika mereka mengetahui adanya bank syariah, dan produk-produk serta keunggulan yang dimiliki bank syariah. Oleh sebab itu, bank syariah perlu melakukan promosi atau pendekatan kepada masyarakat seperti mengadakan sosialisasi tentang produk bank syariah, agar masyarakat tertarik dan mau menjadi nasabah di bank syariah.

Terkait dengan pengetahuan menurut penelitian dari Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.⁹ Berbeda dengan penelitian dari Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar Adi Nugroho yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah. Hal ini disebabkan banyak pelajar yang beranggapan bahwa bank syariah tidak berbeda dengan bank konvensional dalam sistem pelayanan operasional maupun transaksinya.¹⁰

⁸ *Ibid.*, hal. 16

⁹ Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* ISSN: 2477-6157 E-ISSN: 2579-6534, hal. 144

¹⁰ Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar Adi Nugroho, "Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan

Faktor selanjutnya menurut Shciffman dan Kanuk yaitu lokasi.¹¹ Lokasi merupakan tempat di mana perusahaan melakukan kegiatan operasional. Pemilihan lokasi yang tepat akan menghasilkan respon yang diinginkan dalam sasaran pasar. Lokasi menentukan minat masyarakat untuk menjadi nasabah di suatu bank. Jadi, bank syariah harus memilih lokasi kantor yang strategis dan mudah dijangkau oleh kalangan masyarakat luas. Terkait dengan faktor lokasi menurut penelitian dari Chindy Audina Basutami & R.A. Sista Paramita yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.¹² Berbeda dengan penelitian dari Atwal Arifin dan Husnul Khotimah yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.¹³

Faktor selanjutnya menurut Shciffman dan Kanuk yaitu faktor sosial dan budaya lebih kepada faktor lingkungan dan budaya yang tertanam dalam suatu daerah, dalam hal ini agama termasuk di dalamnya.¹⁴ Oleh karena itu faktor kegiatan beragama atau religiusitas juga mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah. Religiusitas merupakan sebuah ekspresi spiritual seseorang yang berkaitan dengan sistem keyakinan, nilai, hukum yang

Syariah dalam Menabung di Bank Syariah”, *Jurnal Ekonomi Islam* Volume 10 Nomor 1 Mei 2019, hal. 31

¹¹ Hani Handoko dan Basu Swasta, *Perilaku Konsumen...* hal. 16

¹² Chindy Audina Putribasutami dan R.A. Sista Paramita, “Pengaruh Pelayanan, Lokasi, Pengetahuan dan Sosial Terhadap Keputusan Menabung di Ponorogo”, *Jurnal Ilmu Manajemen* Volume 6 Nomor 3, hal. 168

¹³ Atwal Arifin dan Husnul Khotimah, “Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Surakarta”, *Seminar Nasional dan Call For Paper Program Studi Akuntansi-FEB UMS*, 25 Juni 2014 ISBN. 978-602-70429-2-6, hal. 180

¹⁴ Hani Handoko dan Basu Swasta, *Perilaku Konsumen...* hal. 16

berlaku, dan ritual. Bank syariah dalam menjalankan operasionalnya beracuan pada ajaran Islam di mana dalam operasionalnya bank syariah tidak mengandung riba, gharar, dan maisyir. Sehingga, masyarakat yang beragama Islam dapat bernafas lega, karena bisa melakukan transaksi yang terhidar dari gharar, maisyir, dan riba.

Terkait dengan faktor religiusitas menurut penelitian dari Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat.¹⁵ Berbeda dengan penelitian dari Roni Andespa di mana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa faktor religiusitas tidak mempengaruhi minat.¹⁶

Penelitian ini mengambil studi kasus pada Desa Wonorejo. Desa Wonorejo merupakan sebuah desa yang terletak di Kecamatan Sumbergempol Kabupaten Tulungagung. Total warga Desa Wonorejo yang berusia di atas 17 Tahun sebanyak 4.668, dengan rata-rata strata pendidikan SMA, keseluruhan penduduk beraga Islam dan lokasi desa yang tidak jauh dari Bank Syariah Mandiri menjadikan mereka pangsa pasar yang layak untuk memperbesar perkembangan bank syariah. Luasnya pangsa pasar yang layak untuk memperluas perkembangan bank syariah di Indonesia, namun masih banyak masyarakat awam yang belum menggunakan produk bank syariah.

Sehingga peneliti akan menguji faktor pengetahuan, lokasi, dan

¹⁵ Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, "Pengaruh Pengetahuan...", hal. 10

¹⁶ Roni Andespa, "Pengaruh Atribut Produk terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah", *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Juli - Desember 2018 Volume 3 Nomor 2, hal. 189

religiusitas seberapa besar berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung. Maka dalam penyusunan skripsi ini, peneliti tertarik untuk mengambil judul **“PENGARUH PENGETAHUAN, LOKASI DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH MANDIRI TULUNGAGUNG”**.

B. Identifikasi Masalah

Penelitian ini membahas tentang pengaruh pengetahuan, lokasi, dan religiusitas terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri. Pada hasil penelitian ini dilandasi dari penelitian terdahulu dan juga pada teori-teori yang sudah dibaca oleh peneliti. Peneliti ingin mengetahui sejauh mana pengaruh pengetahuan, lokasi, dan religiusitas terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung. Dan yang menjadi objek penelitian ini adalah Bank Syariah Mandiri di Tulungagung.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka terdapat beberapa rumusan masalah yang terkait dengan penelitian ini guna menjawab segala permasalahan yang ada. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung?

2. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung?
3. Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung?
4. Bagaimana pengaruh pengetahuan, lokasi dan religiusitas secara bersama-sama terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, lokasi dan religiusitas terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung, diantaranya:

1. Untuk mengetahui Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung.
2. Untuk mengetahui Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung.
3. Untuk mengetahui Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung.
4. Untuk mengetahui Pengetahuan, Lokasi dan Religiusitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung.

E. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Penelitian ini hanya membatasi variabel pengetahuan, lokasi dan religiusitas yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri Tulungagung.
2. Studi kasus penelitian ini hanya dibatasi untuk masyarakat Desa Wonorejo Kec. Sumbergempol Kab. Tulungagung.

F. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman tentang faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri.

1. Manfaat Teoritis

Untuk memberikan sumbangsih pemikiran di bidang kajian ilmu pemasaran produk Bank Syariah, khususnya mengenai minat yang mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan Bank Syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Bank Syariah Mandiri di Tulungagung

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pemasaran produk-produk bank syariah khususnya Bank Syariah Mandiri di Tulungagung.

b. Bagi Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih pemikiran sehingga menambah wawasan dalam upaya

pengembangan Bank Syariah.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar dan referensi tambahan untuk penelitian selanjutnya, dan memperluas variabel-variabel penelitian.

G. Penegasan Istilah

Agar tidak terjadi ketidaksesuaian pemahaman mengenai konsep penting yang termuat di dalam judul penelitian ini beserta hal-hal yang akan diteliti, maka perlu adanya penegasan istilah untuk mengemukakan istilah-istilah yang akan menjadi kunci dari penelitian ini, yaitu:

1. Definisi Konseptual

- a. Pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui seseorang yang berkenaan dengan informasi baik yang disadari maupun tidak disadari oleh orang tersebut.¹⁷
- b. Definisi Lokasi adalah letak atau tempat untuk melayani konsumen, atau diartikan pula sebagai tempat beroperasinya perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang maupun jasa.¹⁸

¹⁷ M. Taufik, *Asal Usul Pengetahuan Dan Hakekat Pengetahuan*, (Bogor: Institut Pertanian Bogor, 2010), hal. 30

¹⁸ Kasmir, *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, (Jakarta: CAPS (Center For Academic Service, 2006), hal. 129

- c. Definisi Religiusitas, religiusitas (*religiosity*) berasal dari bahasa Inggris *religion* yang artinya adalah agama, kemudian menjadi kata sifat *religion* yang berarti agamis.¹⁹

2. Definisi Operasional

Definisi operasional dimaksudkan untuk memberikan kejelasan mengenai istilah-istilah yang berhubungan dengan penelitian ini yang perlu untuk dijelaskan. Agar tidak muncul perbedaan penafsiran dan dapat mewujudkan kesamaan pemikiran dan keselarasan pandangan dalam mengkaji penelitian ini.

H. Sistematika Skripsi

Sistematika penelitian ini berisi tentang isi keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi dan bagian akhir penelitian.

Bagian awal berisi tentang halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan dosen pembimbing, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar tabel, daftar lampiran, dan abstrak.

Bagian isi terdiri dari lima bab yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan menguraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang

¹⁹ Muhaimin, *Paradigma Pendidikan Islam: Upaya Mengefektifkan Pendidikan Agama Sekolah*, (Bandung: PT Mahasiswa Rodakarya, 2002), hal. 287

lingkup dan batasan penelitian, definisi operasional, penegasan istilah dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang berkaitan dengan topik dalam penelitian ini, kajian penelitian terdahulu yang relevan (dicantumkan yang relevann dalam deskripsi), kerangka konseptual (untuk penelitian kuantitatif) dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel, sumber data, variabel dan skala pengukuran. Teknik pengambilan sampel, data, jenis data dan skala data, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, serta analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Menguraikan tentang deskriptif objek penelitian yang menjelaskan secara umum objek penelitian dan hal-hal yang berkaitan dengan penelitian ini, serta proses pengujian hipotesis yang diperoleh untuk mencari makna dan implikasi dan hasil analisis.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang pembahasan dari hasil penelitian yang terdiri dari gambaran umum objek riset, profil responden, analisis data dan uji hipotesis.

BAB VI PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian, dan saran yang dibuat berdasarkan hasil temuan dan pertimbangan peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang bahan-bahan pustaka yang digunakan oleh penulis.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Didalam lampiran berisi tentang keterangan-keterangan yang dipandang penting untuk penulisan laporan penelitian, seperti instrumen penelitian, data mentah hasil penelitian, surat ijin dan tanda bukti telah melaksanakan pengumpulan dan penelitian, dan lampiran lain yang dianggap perlu.