

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam memfasilitasi kebutuhan pelaku bisnis yang transaksinya beragam, dibutuhkan suatu lembaga keuangan yang memberikan solusi membangun sebuah bisnis, mengembangkan usahanya maupun sekedar menyimpan uang, hal ini menjadi peluang bagi perbankan syariah untuk menawarkan produk dan menarik minat para pelaku bisnis untuk bertransaksi di perbankan syariah.

Bank syariah adalah bank yang beroperasinya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam dan tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Quran dan Hadits serta terhindar dari unsurriba.²

Bank syariah sudah beroperasi di Indonesia dimulai sejak 1992 melalui pendirian PT.Bank Muamalat Indonesia Tbk. Operasional perbankan syariah di Indonesia didasarkan pada Undang-Undang No. 7 tahun 1992 tentang perbankan yang kemudian di perbaharui dengan Undang-Undang No. 10 tahun 1998. Pertimbangan perubahan Undang-Undang tersebut dilakukan untuk mengantisipasi tantangan sistem keuangan yang semakin maju dan kompleks dan mempersiapkan infrastruktur memasuki era globalisasi.³

² Antonio dan Perwataatmadja, *Apa dan Bagaimana Bank Syariah*. (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1997), hal. 1

³ Muhammad, *Sistem dan Prosesedur Operasional Bank Syariah*. (Yogyakarta: UII Press,2002), hal. 9

Gambar 1.1

Perkembangan Aset Perbankan Syariah 2015-2019



Sumber : Data Perkembangan Aset Perbankan Syariah dari OJK 2019

Berdasarkan data diatas, perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia semakin berkembang dari tahun ketahun. Maka dari itu peningkatan minat nasabah untuk mengalokasikan dananya ke perbankan syariah adalah strategi yang tepat untuk mendapatkan laba.

Perkembangan perbankan syariah ini tentunya juga harus di dukung oleh sumber daya manusia yang memadai, baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya. Namun realitas yang ada menunjukkan bahwa masih banyak sumber daya manusia yang selama ini terlibat di institusi syariah tidak memiliki pengalaman akademis maupun praktis dalam *islamic banking*. Tentunya kondisi ini cukup signifikan mempengaruhi produktifitas dan profesionalisme perbankan syariah itu sendiri.⁴

Namun kenyataanya nada sinisme masih sering terdengar sebagian umat Islam terhadap perbankan syariah dan lembaga keuangan dan lembaga keuangan

⁴ A. Karim dan adiwarmam, *Bank Islam Analisi Fiqh dan keuangan*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hal. 27

syariah lainnya, misalnya perbedaan bank syariah dengan bank konvensional hanya kosa kata belaka yaitu “bunga” diganti dengan “bagi hasil”. Umumnya orang hanya tahu bahwa bank syariah adalah bank tanpa bunga dan tidak tahu sama sekali mengenai mekanisme “bagi hasil” jadi sering berpendapat jika menabung di bank syariah tidak mendapatkan bunga lalu apa keuntungan yang akan diperoleh. Disisi lain menurut persepsi mereka yang namanya “bagi hasil” pasti nilainya lebih kecil dari “bunga bank”.⁵

Perkembangannya ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dari nasabah untuk bertransaksi di perbankan syariah, hal ini sangat penting diperhatikan oleh pihak manajemen perbankan demi kelangsungan dan tetap eksisnya lembaga tersebut. Diminati atau tidaknya suatu lembaga keuangan sangat di pengaruhi oleh faktor-faktor yang sifatnya psikologis yang menyangkut aspek-aspek perilaku, sikap dan selera . Dan bukan hanya faktor psikologis saja, ada banyak faktor yang mempengaruhi masyarakat menggunakan untuk bertransaksi di perbankan syariah.

Bank syariah sendiri terdiri dari BUS, UUS, serta BPRS, pada dasarnya melakukan kegiatan usaha yang sama dengan bank konvensional, yaitu melakukan penghimpunan dan penyaluran dana masyarakat disamping penyedia jasa keuangan lainnya. Perbedaannya adalah seluruh kegiatan usaha bank syariah,UUS maupun BPRS didasarkan pada prinsip syariah. Implikasinya disamping harus selalu sesuai dengan prinsip hukum Islam juga adalah karena

⁵ Warkum Sumitro, *Asas-asas Perbankan Islam dan Lembaga-lembaga Terkait BUMUI, Takaul dan Pasar Modal Syari'ah di Indonesia*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,2004), hal. 55

dalam prinsip syariah memiliki berbagai variasi akad yang akan menimbulkan variasi produk yang lebih banyak dibanding produk bank konvensional.

Seharusnya dengan adanya keberagaman produk dan berbagai kemajuan yang diraih bank syariah dapat menarik minat banyak nasabah utamanya sektor UMKM. Hal tersebut merupakan suatu yang sangat disayangkan karena kontribusi UMKM tidak dapat diabaikan dalam memainkan berbagai peran dalam perekonomian baik mikro maupun makro. Terdapat banyak masalah dalam upaya mengembangkan UMKM yang ada khususnya UMKM yang terdapat di Desa Tugu Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung, menurut salah satu pemilik UMKM di Desa Tugu Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung masalah dalam upaya pengembangannya terutama menyangkut manajemen, produksi, pembiayaan, dan pemasaran. Berbagai persoalan tersebut muncul akibat sulitnya UMKM dalam mengakses berbagai sumber-sumber ekonomi, disamping tidak banyak kelompok masyarakat yang memiliki komitmen bagi pengembangan UMKM. Disamping itu meskipun pemerintah memberikan perhatian terhadap UMKM, tetapi perhatian tersebut tidak sebanding dengan perhatian yang diberikan terhadap perusahaan swasta besar serta BUMN. Persoalan yang muncul salah satunya yaitu mengenai pembiayaan.

Tabel 1.1
Bidang Usaha di Desa Tugu Kecamatan Rejotangan Kabupaten
Tulungagung

Bidang Usaha	Jumlah
Peternakan dan Perikanan	296
Pedagang dan Online Shop	106
Warung	23
Penjahit	19
Bengkel	7

Total	451
--------------	-----

Sumber: Data Desa Tugu Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung

Disini saya mengambil penelitian sektor UMKM di salah satu kecamatan Rejotangan yaitu Desa Tugu karena merupakan salah satu desa dengan sektor UMKM salah satu terbanyak di kecamatan Rejotangan. Terdapat sekitar 451 pelaku UMKM didalam nya. Menurut wawancara awal dengan pemilik toko sembak Bu Wahidah yang bertempat tinggal di dusun Tawang, bagi pemilik UMKM tersebut merupakan salah satu penghasilannya namun menjalankan suatu usaha terdapat sedikit kendala salah satunya dalam hal keuangan yang dimaksud berupa modal usaha. Selain itu saya juga melakukan wawancara dengan bapak Wahyu pemilik ternak sapi yang ada di Desa Tugu Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung, beliau menyebutkan bahwasanya sempat ingin melakukan transaksi disalah satu bank syariah yang ada di kecamatan Rejotangan namun seteh konsultasi dengan berbagai rekan kerjanya beliau memutuskan lebih memilih bank konvensional sebagai mitranya dengan alasan dirasa bank konvensional lebih menjanjikan dan lebih terpercaya.

Namun pada nyatanya salah satu pelaku UMKM yang telah saya wawancarai kurang berminat melakukan transaksi serta menggunakan jasa produk yang telah di tawarkan bank syariah, disini peneliti mulai berfikir dengan kondisi bank syariah yang dinilai berkembang cukup baik bahkan di kecamatan Rejotangan sendiri terdapat berbagai lembaga keuangan syariah.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan empat variabel yang akan digunakan sebagai landasan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat

pelaku bisnis untuk bertransaksi di perbankan syariah antara lain pengetahuan, persepsi, sikap dan promosi.

Pertama Pengetahuan tentang perbankan syariah yang menerangkan bahwa bank syariah menggunakan tata cara beroprasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan *Al-Qur'an* dan *Al-Hadist*.⁶

Kedua Sikap. Menjadi penentu seseorang untuk memberi keputusan dalam menggunakan atau membeli barang dan jasa. Sehingga, penting untuk mempelajari sikap konsumen agar dapat mengambil tindakan untuk mengendalikan sikap mereka agar membeli suatu produk. Sikap merupakan kecenderungan yang dipelajari untuk berperilaku dengan cara yang tetap menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap suatu obyek tertentu.

Ketiga Persepsi adalah proses yang di gunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.⁷

Keempat Promosi adalah promosi yang dapat dilakukan bank harus memberikan informasi yang tepat dimana komunikasi berperan penting, dalam hal ini promosi menjadi suatu yang berharga.

Berdasarkan empat hal tersebut bank syariah harus maksimalkan penciptaan hubungan yang baik dengan nasabah. Merupakan nilai tambah yang sangat menguntungkan dalam membangun jembatan kemitraan serta mendorong nasabah untuk menjalin hubungan yang kuat dengan lembaga atau perusahaan. Dalam

⁶ Ibid., hal. 1

⁷ Kotler Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga, 2004), hal. 216

jangka panjang, menjadikan lembaga atau perusahaan memahami akan harapan serta kebutuhan nasabah dan selanjutnya menciptakan kepuasan nasabah.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka penelitian yang akan dilaksanakan ini difokuskan pada masalah pengaruh pengetahuan, sikap, persepsi dan promosi terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah. Penelitian ini bersifat penting karena dapat mengetahui seberapa besar pengaruh variabel pengetahuan, sikap, persepsi dan promosi terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, rumusan masalah yang dapat dianalisa adalah:

1. Apakah pengetahuan pelaku UMKM berpengaruh secara signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah?
2. Apakah sikap pelaku UMKM berpengaruh secara signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah?
3. Apakah persepsi pelaku UMKM berpengaruh secara signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah?
4. Apakah promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah?
5. Apakah pengetahuan, sikap, persepsi dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan dilakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji secara signifikan pengaruh pengetahuan pelaku UMKM di Desa Tugu Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah.
2. Untuk menguji secara signifikan pengaruh sikap pelaku UMKM di Desa Tugu Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah.
3. Untuk menguji secara signifikan pengaruh persepsi pelaku UMKM di Desa Tugu Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah.
4. Untuk menguji secara signifikan pengaruh promosi di Desa Tugu Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah.
5. Untuk menguji secara signifikan pengaruh pengetahuan, sikap, persepsi dan promosi di Desa Tugu Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah

E. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat peneliti adalah:

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dan memperkaya khasanah ilmiah serta sebagai bahan masukan sekaligus tambahan pustaka terutama tentang pengaruh pengetahuan, persepsi, sikap, dan promosi terhadap minat bertransaksi di bank syariah.

2. Praktis

a. Bank Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang menguntungkan dan dapat memberikan informasi serta sebagai bahan rujukan penyusunan strategi marketing, edukasi dan pengembangan perbankan syariah.

b. Bagi Akademik

Manfaat penelitian ini untuk menambah daftar referensi di perpustakaan kampus serta sebagai bahan perbandingan bagi peneliti lain di kemudian hari. Dengan penelitian ini di harap dapat memberikan pengetahuan akan kesamaan teori yang di dapat di kampus dengan penerapan dimasyarakat yang sebenarnya.

c. Bagi peneliti lanjutan

Diharapkan penelitian ini menjadi gambaran dan informasi yang bermanfaat mengenai pengaruh pengetahuan, persepsi, sikap, dan promosi terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah. Selain itu penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.

F. Ruang lingkup dan keterbatasan penelitian

1. Ruang Lingkup Peneliti

Penelitian ini membahas tentang “Pengaruh Pengetahuan, Sikap, Persepsi Dan Promosi Terhadap Minat Bertransaksi di Perbankan Syariah” Dengan menggunakan variabel independen (bebas) terdiri dari X1 Pengetahuan, X2 Sikapi, X3 Persepsi, X4 Promosi dan variabel dependen (terikat) yaitu Y Minat Pelaku UMKM Bertransaksi di Perbankan Syariah.

2. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil rumusan masalah tersebut, Adapun batasan-batasan penelitian, yaitu:

- a. Terbatas pada Minat Bertransaksi di Perbankan Syariah.
- b. Pembatasan pada variabe berfokus pada: Variabel Bebas Pengetahuan, Sikap, Persepsi, Promosi dan variabel terikat: Minat Pelaku UMKM Bertransaksi di Perbankan Syariah.

G. Penegasan Istilah

Untuk memperoleh gambaran yang cukup jelas dalam memahami judul diatas dan untuk menghindari kesalahan dalam memahami judul maka penulis perlu menjelaskan istilah sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

Definisi konseptual bertujuan memberikan pemahaman pada objek yang dianalisis agar tidak muncul berbagai pengertian. Beberapa istilah yang berkaitan dengan judul penelitian, yaitu:

- a. Pengetahuan adalah kesan di dalam pikiran manusia sebagai hasil penggunaan panca indera, yang berbeda sekali dengan kepercayaan (*believes*), takhayul (*superstition*) dan penerangan-penerangan yang keliru. Manusia sebenarnya diciptakan oleh Tuhan Yang Maha Esa sebagai makhluk yang sadar, kesadaran manusia dapat disimpulkan dan kemampuannya berfikir, berkehendak dan merasa.⁸

⁸ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*. (Jakarta: Raja Grafindo, 2002), hal 7

- b. Sikap adalah reaksi atau respon yang masih tertutup dari seseorang terhadap suatu stimulus atau objek. Sikap juga merupakan kesiapan atau kesediaan untuk bertindak dan juga merupakan pelaksanaan motif tertentu.⁹
- c. Persepsi adalah proses dimana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka. Namun, apa yang diterima seseorang pada dasarnya berbeda dari realitas objektif. Walaupun seharusnya tidak perlu ada, perbedaan tersebut sering timbul. Sebagai contoh, sesuatu yang mungkin bila semua karyawan dalam sebuah perusahaan menganggapnya sebagai tempat kerja yang baik kondisi kerja yang menyenangkan, penugasan pekerjaan yang menarik, bayaran yang bagus, manajemen yang pengertian dan bertanggung jawab tetapi, seperti yang diketahui oleh sebagian besar dari kita, adalah sangat luar biasa untuk menemukan kecocokan yang seperti ini.¹⁰
- d. Promosi adalah kegiatan marketing mix yang terakhir, dimana perusahaan berusaha mempromosikan seluruh produk jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung. promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan memperhatikan konsumennya.¹¹

2. Definisi Operasional

Kajian dalam judul ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, sikap, persepsi dan promosi terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah. Adapun yang menjadi indikator-indikator dalam penelitian ini

⁹ Notoatmodjo S., *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2007), hal. 211

¹⁰ Robbins S., *Perilaku Organisasi*. (Jakarta: Penhallindo, 2008), hal 89

¹¹ Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan Edisi Pertama*, (Jakarta:Prenamedia Group,2016), hal.206

adalah pengaruh pengetahuan, sikap, persepsi dan promosi terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi ini berisikan tentang isi dari keseluruhan penelitian yang berisikan bagian awal, bagian isi dan bagian akhir penelitian. Sistematika pembahasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagian awal terdiri dari: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan bimbingan, halaman pengesahan penguji, halaman pernyataan keaslian, motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambaran, daftar lampiran, dan abstrak.

Bagian isi penelitian terdiri dari lima bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Menguraikan secara jelas mengenai dasar pengambilan judul, pokok permasalahan, pertanyaan penelitian, maksud meneliti, kegunaan penelitian dan sistematika penyusunan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab landasan teori mererangkan secara jelas tentang pengertian maupun penjelasan mengenai variabel-variabel yang diteliti, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam metode penelitian berisikan tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling, sampel penelitian, sumber data, variabel, skala pengukuran, teknik pengumpulan data, dan instrumen penelitian.

BABIV HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian menjabarkan tentang inti dari pemaparan hasil penelitian berupa diskripsi data dan pengujian hipotesis dan temuan dari penelitian.

BABV PEMBAHASAN

Pembahasan menerangkan tentang pembahasan-pembahasan dari rumusan masalah.

BABVI PENUTUP

Penutup ini menerangkan secara jelas tentang kesimpulan peneliti berdasarkan analisis data serta saran dan daftar rujukan.