

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu bentuk kegiatan ekonomi dan keuangan yang berkembang saat ini adalah perbankan. Perbankan adalah suatu lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama, yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan jasa pengiriman uang. Di dalam sejarah perekonomian kaum muslimin, fungsi-fungsi tersebut adalah menerima titipan harta, meminjamkan uang untuk keperluan konsumsi (*qardh*), dan menginvestasikan uang untuk keperluan bisnis (melalui *mudharabah* dan *musyarakah*), serta melakukan pengiriman uang dan tukar-menukar uang (*al-sharf*).¹

Adapun pengertian bank menurut Undang-undang No. 14 tahun 1967 tentang Pokok-pokok Perbankan, bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang (pasal 1 huruf (a)). Sedangkan menurut Undang-undang No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (pasal 1 angka 1).

¹ Andrianto dan M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)*, (Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media, 2019), hal. 3-4.

Dengan demikian, meskipun rumusan definisi tentang bank atau perbankan dalam hal ini berbeda-beda, akan tetapi secara prinsip terdapat kesamaan bahwa bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya menghimpun dana sendiri maupun pihak ketiga sekaligus memberikan kredit dan memberikan jasa-jasa lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.²

Bank syariah adalah suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam. Selain itu, Bank syariah juga sering disebut *Islamic banking* atau *interest free banking*, yaitu sistem perbankan dalam pelaksanaan operasional tidak mengenal sistem bunga, riba, dan ketidakpastian atau ketidakjelasan.³

Bank syariah menggunakan sistem operasional yang berbeda dengan bank konvensional. Bank syariah memberikan pelayanan bebas bunga atau riba kepada para nasabahnya. Dalam sistem operasional bank syariah, pembayaran dan penarikan bunga dilarang dalam semua bentuk transaksi. Bank syariah juga tidak mengenal sistem bunga, baik bunga yang diperoleh dari nasabah yang meminjam uang atau bunga yang dibayar kepada penyimpan dana di bank syariah.⁴

Produk bank syariah identik dengan produk-produk yang mengandung unsur syariah, sedangkan peruntukannya sebenarnya dapat

² Warkum Sumitro, *Asas-asas Perbankan Islam dan Lembaga Terkait*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hal. 5.

³ Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), hal. 1.

⁴ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), hal. 25.

digunakan oleh semua kalangan masyarakat mempunyai hak dan pilihan atas bank dan produknya-produknya. Dalam menjalankan operasinya, bank syariah memiliki beberapa fungsi, salah satunya yakni sebagai amanah untuk melakukan investasi dana-dana yang dipercayakan oleh pemegang rekening investasi atas dasar prinsip bagi hasil (*mudharabah*) sesuai dengan kebijakan bank syariah. Dari beberapa operasional tersebut kemudian diturunkan menjadi produk-produk bank syariah yang secara garis besar dapat dikelompokkan ke dalam produk pendanaan, produk pembiayaan, dan produk jasa perbankan.

Sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, industri perbankan syariah di Indonesia mempunyai peluang yang besar untuk tumbuh dan berkembang. Seiring dengan berjalannya waktu, keberadaan perbankan syariah mulai diperhitungkan di industri perbankan.⁵ Keberadaan bank syariah diharapkan mampu mewujudkan sistem perbankan yang kompetitif, efisien, dan memenuhi prinsip kehati-hatian serta mampu mendukung sektor riil secara nyata melalui kegiatan pembiayaan berbasis bagi hasil dan transaksi riil dalam kerangka keadilan, tolong menolong dan menuju kebaikan guna mencapai kemaslahatan masyarakat.⁶

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk sebagai salah satu bank umum pertama di Indonesia yang menerapkan prinsip syariah Islam dalam

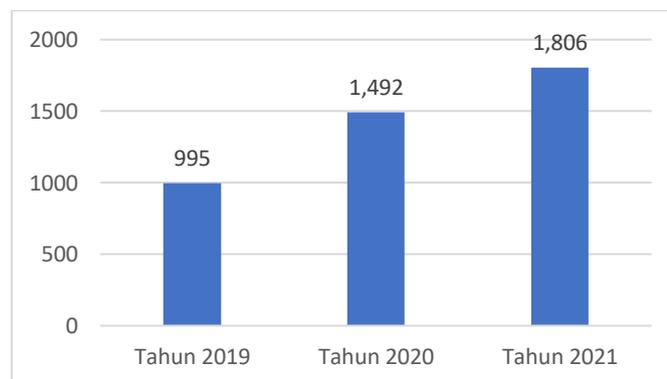
⁵ Ana Dhaoud Daroin dan Aprilia Putri Ningtias, “Permasalahan dan Solusi Pengembangan Perbankan Syariah di Kota Madiun”, *Equilibrium*, Vol. 8, No. 2, 2020, hal. 142.

⁶ Julian dan Ropi Marlina, “Preferensi Nasabah Memilih Bank Syariah Dilihat dari Aspek Karakteristik Nasabah”, *E-Qien Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 4, No. 1, 2016, hal. 49.

menjalankan operasionalnya senantiasa selalu memastikan terpenuhinya prinsip-prinsip syariah dan UU yang berlaku di Indonesia. Sehingga dapat menjadikan PT Bank Muamalat Indonesia dapat terus menjadi bank syariah yang berkualitas dan menjadi pilihan masyarakat.

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Pembantu Tulungagung merupakan bagian dari berbagai macam lembaga keuangan syariah di Kabupaten Tulungagung yang memiliki kinerja yang baik. Hal tersebut dapat dilihat dari perkembangan nasabah dalam tiga tahun terakhir.

Grafik 1.1
Data Nasabah PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Pembantu Tulungagung Tahun 2019-2021



Sumber: Data PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Pembantu Tulungagung

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Pembantu Tulungagung mengalami peningkatan jumlah nasabah dari tahun 2019 sebanyak 995 nasabah, kemudian pada tahun 2020 sebanyak 1.492 nasabah dan pada tahun 2021 meningkat menjadi sebanyak 1.806 nasabah. Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwa PT

Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Pembantu Tulungagung mengalami peningkatan jumlah nasabah yang cukup signifikan pada setiap tahunnya.

Masalah utama bank syariah yakni bagaimana lembaga memperoleh pelanggan, mempertahankan nasabah, dan mempraktikkan kebijakan-kebijakannya guna mempertahankan segmen pasar. Maka dari itu, pemasar bank syariah harus mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk ataupun jasa perbankan yang ditawarkan. Semakin banyak pengetahuan dan pengalaman dari pemasar untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, maka semakin besar kemampuan pemasar dalam merumuskan produk dan layanan menarik dan mengembangkan segmen pasar.⁷

Menurut Kotler dan Amstrong, faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku pembeli terdiri dari empat faktor yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi. Sebagian besar dari faktor-faktor tersebut tidak dapat dikendalikan oleh pasar, namun mereka harus dapat mempertimbangkannya. Perilaku konsumen merupakan proses yang berkaitan dengan adanya suatu proses pembelian, saat itu konsumen melakukan suatu aktivitas seperti dengan melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian produk ataupun jasa.⁸

⁷ Muhammad Rizalun Nashoha, “Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi, dan Psikologis terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah di Kota Yogyakarta (Studi pada Masyarakat Non-Muslim Kota Yogyakarta)”, *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, Vol. X, No. 2, 2019, hal. 185.

⁸ M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2018), hal. 2.

Keputusan seorang pembeli dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yang terdiri dari usia dan tahap daur-hidup pembeli, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri pembeli.⁹ Dalam kaitannya dengan perilaku konsumen yakni karakteristik kepribadian konsumen yang berbeda-beda akan sangat bernilai bagi pemasar. Pemasar dapat menjadikan karakteristik kepribadian sebagai peluang bisnis, jika pemasar dapat melihat perilaku konsumen yang bersifat lebih permanen.¹⁰

Kelompok referensi, keluarga, serta peran sosial dan status adalah faktor-faktor sosial yang mempengaruhi perilaku konsumen.¹¹ Dimana faktor-faktor tersebut sangat mempengaruhi pada tanggapan konsumen, sehingga pemasar harus benar-benar dapat mempertimbangkannya dalam menyusun strategi.¹²

Keputusan pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh faktor psikologis. Faktor psikologis utama yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap. Rangsangan pemasaran dan lingkungan memasuki kesadaran konsumen, dan sekelompok proses psikologis digabungkan dengan

⁹ Roni Andespa, "Pengaruh Faktor Pribadi terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah", *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Vol. 2, No. 2, 2017, hal. 197.

¹⁰ Feny Andar Sari dan Marabona Munthe, "Pengaruh Faktor Pribadi, Psikologi dan Sosial terhadap Keputusan Pembelian Rumah (Survey pada Nasabah PPR Bank Syariah Mandiri Kota Pekanbaru)", *MAPAN: Jurnal Manajemen, Akuntansi, Ekonomi, dan Perbankan*, Vol. 1, No. 1, 2020, hal 14.

¹¹ Nur Kholidah dan Muhammad Arifiyanto, *Faktor-faktor Pengambilan Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal*, (t.t.p.: NEM, 2020), hal. 6.

¹² Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002), hal. 8.

karakteristik konsumen tertentu menghasilkan proses pengambilan keputusan dan keputusan akhir konsumen.¹³

Penelitian yang dilakukan oleh Sufitrayati dan Fanny Nailufar¹⁴, yang menganalisis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di Kota Banda Aceh dengan menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di Kota Banda Aceh. Nilai yang tertinggi dari penelitian tersebut yaitu faktor psikologis yaitu sebesar 82,8%.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, jika dilihat dari segi variabel, penulis membatasi beberapa faktor dengan menggunakan tiga variabel independen yaitu faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor psikologis serta variabel dependen yaitu keputusan menggunakan jasa bank syariah. Dari segi objek penelitian, penulis mengambil objek nasabah penabung dari PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Pembantu Tulungagung karena penulis ingin mengetahui seberapa besar pengaruh beberapa faktor di atas terhadap keputusan nasabah PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Pembantu Tulungagung menggunakan jasa bank syariah. Pemilihan lokasi penelitian di PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Pembantu Tulungagung karena dengan adanya kenaikan jumlah

¹³ Nur Kholidah dan Muhammad Arifiyanto, *Faktor-faktor...*, hal. 7.

¹⁴ Sufitrayati dan Fanny Nailufar, "*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah di Kota Banda Aceh*", *Ihtiyath*, Vol. 2, No. 1, 2018.

nasabah yang signifikan setiap tahunnya diharapkan bank tersebut mampu untuk selalu menjaga kualitas pelayannya sehingga dapat mempertahankan loyalitas nasabahnya dalam menggunakan bank syariah.

Dari beberapa penjelasan yang telah diuraikan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian secara lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dengan judul **“Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Pembantu Tulungagung)”**.

B. Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan yang penulis identifikasi berdasarkan latar belakang di atas adalah:

1. Faktor pribadi merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Karena faktor pribadi dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, pemasar harus memperhitungkannya ketika merancang strategi pemasaran mereka.
2. Faktor sosial menjadi faktor penentu dalam memberikan nilai dan keinginan konsumen dalam melakukan perilaku membeli. Faktor sosial dapat dilihat dari hubungan dengan teman, keluarga, dan orang tua dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

3. Faktor psikologis menentukan perilaku individu dan mempengaruhi perilaku konsumsi. Jika pemasar tidak paham akan faktor ini, maka akan berpengaruh pada keputusan pembelian.

C. Rumusan Masalah

Beberapa permasalahan yang dapat penulis rumuskan dari latar belakang adalah:

1. Bagaimana pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah?
2. Bagaimana pengaruh faktor sosial terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah?
3. Bagaimana pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah?
4. Bagaimana pengaruh secara simultan antara faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor psikologis terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat diuraikan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menguji adanya pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah.

2. Untuk menguji adanya pengaruh faktor sosial terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah.
3. Untuk menguji adanya pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah.
4. Untuk menguji adanya pengaruh secara simultan antara faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor psikologis terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis

Adapun manfaat secara teoritis dengan adanya penelitian ini adalah untuk memberikan informasi, wawasan, dan kontribusi di dalam keilmuan untuk kemajuan ilmu ekonomi yang nantinya dapat berguna, khususnya pada dunia bisnis di bidang yang berkaitan dengan jasa perbankan. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi pembanding, pertimbangan, dan pengembangan bagi penelitian pada masa yang akan datang di bidang permasalahan yang berkaitan dan memberikan solusi pada permasalahan yang ada.

2. Secara Praktis

Manfaat penelitian secara praktis adalah manfaat dari hasil penelitian yang dapat diterapkan secara langsung. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi berbagai pihak, diantaranya yaitu:

a. Bagi Lembaga

- 1) Sebagai bahan masukan yang bermanfaat dalam mengembangkan PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Pembantu Tulungagung agar kedepannya menjadi lebih baik dalam hal menarik pelanggan, mempertahankan nasabah, dan mempraktikkan kebijakan guna mempertahankan segmen pasar.

b. Bagi Akademik

- 1) Sebagai bahan kajian dan bahan masukan kedepannya dan sebagai sumbangsih pembendaharaan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
- 2) Sebagai bahan dokumentasi dan memperkaya literatur penelitian kepustakaan Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

- 1) Sebagai bahan rujukan atau referensi bagi peneliti selanjutnya di bidang yang sama dengan variabel yang berbeda.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini meliputi keterkaitan antara variabel independen atau variabel bebas dan variabel dependen atau variabel terikat. Di mana pada penelitian ini terdiri dari tiga variabel independen yaitu faktor pribadi (X_1), faktor sosial (X_2), dan faktor psikologis (X_3), sedangkan variabel dependennya adalah keputusan menggunakan jasa bank syariah (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah penabung dari PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Pembantu Tulungagung.

2. Batasan Masalah

Penulis memberikan batasan masalah dalam penelitian ini yang lebih memfokuskan pada faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian yang hanya mengacu pada ketiga variabel yaitu faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor psikologis terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah. Objek dalam penelitian ini adalah nasabah penabung dari PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Pembantu Tulungagung.

G. Penegasan Istilah

Dalam mempermudah pemahaman akan judul penelitian “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Jasa Bank

Syariah (Studi Kasus Nasabah PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Pembantu Tulungagung)”, penegasan istilah yang ada adalah:

1. Definisi Konseptual

- a. Faktor pribadi adalah karakteristik psikologis yang dimiliki oleh individu yang berbeda dengan individu lainnya, yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan yang berguna dalam menganalisis keputusan pembelian konsumen terhadap sebuah produk.¹⁵ Jadi, faktor pribadi merupakan faktor yang berasal dari dalam individu masing-masing yang berbeda satu sama lain.
- b. Faktor Sosial adalah kelompok atau individu yang saling mempengaruhi satu sama lain berdasarkan kebiasaan yang ada dalam kehidupan sehari-hari yang terjadi secara langsung ataupun tidak langsung.¹⁶ Jadi, faktor sosial dipengaruhi oleh lingkungan keluarga dan masyarakat sekitar.
- c. Faktor psikologis adalah motivasi yang ada pada setiap diri seseorang, persepsi atau pandangan seseorang terhadap suatu objek dan pembelajaran dari pengalaman yang didapatkan seseorang untuk selanjutnya bersikap terhadap objek pembelajaran tersebut.¹⁷

¹⁵ Roni Andespa, “*Pengaruh Faktor...*”, hal. 197.

¹⁶ Khairani Rizka Zulas, *et. al.*, “*Pengaruh Religiositas dan Faktor Sosial terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah di Kota Banda Aceh*”, *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, Vol. 3 No. 1, 2020, hal. 4.

¹⁷ Muhammad Rizalun Nashoha, “*Pengaruh Faktor...*”, hal. 186.

Jadi, faktor psikologis berkaitan dengan persepsi dan motivasi seseorang terhadap suatu objek.

- d. Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli.¹⁸ Jadi, keputusan pembelian merupakan hal-hal yang dapat mempengaruhi konsumen dalam pemilihan produk yang akan mereka beli.

2. Definisi Operasional

Definisi operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis judul yang telah diangkat dan untuk melihat apakah konsep dari teori mengenai faktor pribadi, faktor sosial, dan faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan nasabah PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Pembantu Tulungagung menggunakan jasa bank syariah.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar,

¹⁸ Lemiyana, “Pengaruh Produk terhadap Keputusan Nasabah Perbankan Syariah (Studi Kasus Perbankan Syariah di Kota Palembang)”, I-Finance, Vol. 4, No. 1, 2018, hal. 36.

daftar isi, daftar tabel, daftar grafik, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

2. Bagian Utama

BAB I PENDAHULUAN

Terdiri dari (a) latar belakang, (b) identifikasi masalah, (c) rumusan masalah, (d) tujuan penelitian, (e) kegunaan penelitian, (f) ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, (g) penegasan istilah, (h) sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Terdiri dari (a) bank syariah, (b) perilaku konsumen (c) faktor pribadi, (d) faktor sosial, (e) faktor psikologis, (f) keputusan pembelian, (g) penelitian terdahulu, (h) kerangka konseptual, (i) hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Terdiri dari (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) populasi, *sampling*, dan sampel penelitian, (c) sumber data, variabel, dan skala pengukuran, (d) teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, (e) teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Merupakan bab yang berisi hasil penelitian dan temuan penelitian yang meliputi (a) deskripsi objek penelitian, (b) deskripsi data, dan (c) analisis data.

BAB V PEMBAHASAN

Merupakan bab yang berisi pembahasan hasil penelitian.

BAB VI PENUTUP

Terdiri dari (a) kesimpulan dan (b) saran.

3. Bagian Akhir

Terdiri dari (a) daftar pustaka, (b) lampiran-lampiran, (c) surat pernyataan keaslian skripsi, dan (d) daftar riwayat hidup.