



Jumlah bank syariah di Indonesia saat ini mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, dari bank yang berbasis konvensional namun sekarang berkembang dengan membuka bank syariah dengan produk perbankan syariah yang diusung dan tentu saja bank syariah yang sudah berdiri sejak lama perlahan kini banyak yang telah merger. Hal ini menunjukkan bahwa bank syariah memiliki posisi yang menarik di mata masyarakat. Kehadiran bank syariah disambut baik oleh masyarakat dan tentu saja mengundang berbagai respon dari berbagai kalangan masyarakat, hal yang mendasar yaitu seperti pada pelayanan, kemudian kemudahan akses dalam memperoleh pendanaan, dan respon masyarakat terkait dengan keberagaman produk-produk yang ditawarkan.

Hal-hal dalam perbankan syariah telah diatur dalam Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 atas perubahan Undang-undang Nomor 7 tahun 1992. Selanjutnya dalam Pasal 1 ayat (1) UU No. 21 tahun 2008 tentang Bank Syariah, dinyatakan bahwa: “Perbankann Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya”.<sup>4</sup>

Banyak yang sudah mengulas terkait kurangnya sosialisasi bank-bank syariah ke masyarakat yang ada di Indonesia. Meskipun negara Indonesia yang mayoritasnya berpenduduk dengan beragama muslim terbanyak namun perbankan syariah di Indonesia hanya berada pada peringkat ke-5 di dunia.

---

%3D&twoadfnorfeauf=MjAyNC0wNS0wMSAxNzo0NDoxOQ%3D%3D, diakses 18-03-2024

<sup>4</sup>Veithzal Rivai, Arviyan Arifin, *Islamic Banking* (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hal. 32

Sudah lebih dari 25 tahun sistem dari perbankan syariah telah beroperasi namun sampai tahun 2023 perkembangan market share di Indonesia hanya meningkat sebanyak 0,49% yaitu memperoleh 7,63% dibandingkan tahun 2022 yang hanya mendapat 7,14%, harapannya di akhir tahun 2024 Indonesia dapat mencapai dan menembus 8%.<sup>5</sup> Berbanding terbalik dengan negara Malaysia yang pada tahun 2023 telah mencapai market share di sektor perbankan syariah sebanyak 46% hal ini tidak diragukan karena di negara Malaysia itu sendiri banyak yang membuka industri keuangan syariah yang sangat beragam disamping industri keuangan konvensional.<sup>6</sup>

Berdasarkan dari beberapa data tersebut menunjukkan bahwa hadirnya bank syariah di Indonesia ternyata belum sepenuhnya dapat mengubah preferensi masyarakat Indonesia yang notabene mayoritas Muslim karena kurangnya pemahaman dan juga rendahnya pengetahuan mengenai bank syariah. Disisi lain bank konvensional di Indonesia justru lebih mendominasi di seluruh lapisan masyarakat itu sendiri, disamping itu masih banyak tantangan dan juga permasalahan yang sedang dihadapi oleh perbankan syariah dalam proses perkembangannya. Dalam proses pelaksanaan perbankan syariah juga memiliki kendala diantaranya belum optimal secara merata SDM yang dimiliki oleh perbankan syariah, persepsi dan preferensi yang salah

---

<sup>5</sup>Arlina Laras, “Ekonom BSI Ramal Pangsa Pasar Perbankan Syariah Tembus 8% Tahun Depan” dalam <https://finansial.bisnis.com/read/20231121/231/1716539/ekonom-bsi-ramal-pangsa-pasar-perbankan-syariah-tembus-8-tahun-depan#:~:text=Bisnis%20syariah-,Ekonom%20BSI%20Ramal%20Pangsa%20Pasar%20Perbankan%20Syariah%20Tembus%208%25%20Tahun,%2C14%25%20pada%20Juni%202022., diakses 18-03-2024>

<sup>6</sup>Kementerian Keuangan Republik Indonesia, Ditjen Perbendaharaan, Direktorat PKN “Babak Baru Optimalisasi Kas Negara Syariah” dalam <https://djp.kemenkeu.go.id/direktorat/pkn/id/data-publikasi/berita-terbaru/2925-babak-baru-optimalisasi-kas-negara-syariah.html#:~:text=Perbankan%20di%20negeri%20jiran%20tersebut,46%25%20pada%20bulan%20Mei%202023. Diakses 18-03-2024>

tentang perbankan syariah diantaranya beranggapan bahwa bank syariah adalah sama dengan bank konvensional padahal dalam kenyataannya kedua bank tersebut memiliki perbedaan yang cukup signifikan dalam objek dan praktiknya. Namun, jika dilihat dari fungsi secara besar dalam bank syariah ini tidak jauh berbeda dengan bank konvensional dimana keduanya berfungsi sebagai lembaga yang dapat menghimpun dana dari masyarakat dan kemudian disalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat yang membutuhkannya.

Kehidupan sehari-hari perilaku konsumen sangatlah beragam, dalam islam perilaku konsumen haruslah mencerminkan hubungan manusia dengan Allah SWT. Islam telah mengajarkan dan mengatur perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya yaitu tidak menyimpang dengan agama dan ajaran Islam. Berkaitan dengan preferensi dan perilaku konsumen muslim, banyak konsumen yang memberikan ekspektasi dan harapannya sebagai standard dan juga acuan. Tidak sedikit konsumen yang menaruh harapan dalam suatu produk yang akan dipilihnya. Dalam konteks preferensi disini konsumen muslim umumnya memiliki harapan berupa perkiraan tentang apa saja yang ia dapatkan karena preferensi merupakan hasil dari evaluasi.

Sehingga preferensi dan perilaku konsumen merupakan hal yang sangat berkaitan dengan keputusan memilih atau menggunakan suatu barang atau jasa, dapat dikatakan apabila preferensi dan perilaku terhadap perbankan syariah baik maka preferensinya cenderung terhadap perbankan syariah.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup>Kasmir, *Bank Islam (Analisis Fiqih dan Keuangan)* (Jakarta: Pustaka SM, 2004), hal. 17

## **B. Identifikasi Masalah**

1. Konsumen memiliki preferensi yang mencerminkan preferensi mereka terhadap produk atau layanan yang mereka gunakan, dan hal ini dapat menjadi dasar untuk meneliti preferensi konsumen Muslim terhadap layanan perbankan syariah. Faktor-faktor seperti budaya, baik agama maupun umum, serta aspek sosial, pribadi, dan psikologis dapat menjadi kunci dalam merancang strategi pemasaran dan layanan perbankan syariah yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen Muslim. Memahami proses psikologis dasar konsumen, seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap, dapat membantu memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen Muslim untuk memilih layanan perbankan syariah. Dalam hal layanan perbankan syariah, faktor-faktor seperti harga, kualitas, pelayanan, model dan kemasan, variasi produk, suasana, lokasi, dan promosi juga tidak boleh diabaikan. Mengetahui preferensi pelanggan Muslim dapat membantu dalam desain produk, menentukan harga, dan menyediakan layanan yang memenuhi etika dan prinsip syariah.
2. Salah satu masalah yang paling menonjol adalah bagaimana konsumen Muslim di Kabupaten Tulungagung menggunakan layanan perbankan syariah. Cara konsumsi setiap orang berbeda-beda, dan banyak faktor, termasuk motivasi internal dan eksternal, memengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Motivasi internal berasal dari kepribadian dan sifat positif seseorang, serta motivasi eksternal yang berasal dari lingkungan sosial seseorang, tingkat pendidikan, dan faktor eksternal lainnya. Keputusan

konsumen Muslim untuk menggunakan layanan perbankan syariah dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal ini. Ketika bisnis syariah dimasukkan ke Indonesia, terutama di Kabupaten Tulungagung, yang mayoritas penduduknya adalah Muslim, muncul tantangan. Istilah-istilah dan konsep operasional yang tampak rumit harus dipahami dengan mudah, yang merupakan salah satu kendala yang disebutkan di atas. Bisnis syariah juga harus bersaing dengan lembaga keuangan konvensional yang lebih besar dan lebih dikenal masyarakat. Orang-orang sudah terbiasa dengan istilah seperti bunga, pinjaman, dan sebagainya, yang telah menjadi bagian dari kosa kata mereka. Pelaku bisnis syariah merasa tidak yakin tentang masa depan bisnis mereka karena dominasi lembaga keuangan konvensional di pasar.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan antara lain sebagai berikut:

1. Apakah Preferensi berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat tulungagung menggunakan layanan perbankan syariah?
2. Apakah Perilaku Konsumen Muslim berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat tulungagung menggunakan layanan perbankan syariah?
3. Apakah dari Preferensi dan Perilaku Konsumen Muslim secara simultan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat tulungagung menggunakan layanan perbankan syariah?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah maka dapat diketahui bahwa tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan Preferensi terhadap keputusan masyarakat tulungagung menggunakan layanan perbankan syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan Perilaku Konsumen Muslim terhadap keputusan masyarakat tulungagung menggunakan layanan perbankan syariah.
3. Untuk mengetahui Preferensi dan Perilaku Konsumen Muslim secara simultan berpengaruh terhadap terhadap keputusan masyarakat tulungagung menggunakan layanan perbankan syariah.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat baik secara praktis maupun manfaat secara teoritis.

##### **a. Manfaat Praktis**

###### **1. Bagi Penulis**

Manfaat dari penelitian yang saat ini dilakukan yaitu dapat menambah pengalaman lebih serta ilmu baru yang mendalam lagi bagi peneliti tentang cakawala penelitian yang lebih baik lagi kedepannya.

###### **2. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumbangan pemikiran yang berguna sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi

manajemen untuk memperbaiki kebijakan dan prosedur perusahaan atau pembiayaan, sehingga diharapkan bisa digunakan untuk mengatasi masalah.

3. Bagi Universitas

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pihak Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung serta memberikan kontribusi dan menambah pengetahuan mengenai Pengaruh Preferensi Dan Perilaku Konsumen Muslim Terhadap Keputusan Masyarakat Tulungagung Menggunakan Layanan Perbankan Syariah.

4. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan yang lebih mendalam dan mendetail mengenai Pengaruh Preferensi Dan Perilaku Konsumen Muslim Terhadap Keputusan Masyarakat Tulungagung Menggunakan Layanan Perbankan Syariah.

b. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam bidang keilmuan maupun dalam pengembangan ilmiah dari peneliti maupun pembaca mengenai Pengaruh Preferensi Dan Perilaku Konsumen Muslim Terhadap Terhadap Keputusan Masyarakat Tulungagung Menggunakan Layanan Perbankan Syariah yang mana dapat mengetahui pemahaman perilaku konsumen dan dinamika perekonomian. Penelitian ini v juga memberikan wawasan mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen dalam memilih layanan perbankan



syariah, sehingga mampu menjelaskan teori ekonomi dan keuangan yang ada serta memberikan kontribusi berharga kepada para literatur akademis dengan menyediakan bukti empiris yang kuat.

#### **F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

Agar penelitian lebih fokus dan tidak menyimpang, maka penulis membatasi variabel dan objek yang digunakan dalam penelitian dengan menentukan masyarakat di sekitar Kabupaten Tulungagung yang beragama Islam dengan batasan umur 18-60 Tahun.

Domain yang digunakan adalah hubungan antara dua variabel. Variabel tersebut adalah variabel X terhadap Y, dan variabel tersebut terdiri dari dua variabel bebas yaitu preferensi (X1), perilaku konsumen muslim (X2). Selain itu, juga terdapat variabel terikat atau biasa dikenal dengan *dependen*, dimana *dependen* dalam penelitian ini adalah keputusan menggunakan layanan perbankan syariah(Y).