

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebelum pasar barang dan jasa modern terbentuk, kegiatan transaksi barang dan jasa di laksanakan dengan cara sederhana, misalnya barter yaitu: transaksi barang dan jasa yang dilaksanakan dengan cara saling tukar menukar barang atau pertemuan langsung antara pihak yang mengalami surplus barang dan jasa tertentu dengan pihak yang mengalami kekurangan barang/jasa.² Dengan adanya perantara, pasar barang dan jasa menjadi lebih berkembang sesuai perkembangan masyarakat dan kebutuhannya. Kehadiran pihak perantara, baik dalam pengertian lembaga maupun pengertian fisik, menjadi sesuatu yang sangat penting dalam perekonomian.³

Kontradiksi dari era tradisional diatas, perkembangan dunia keuangan di era tahun 2000-an telah mengalami banyak kemajuan di Indonesia setelah keterpurukan selama masa krisis ekonomi tahun 1998 yang lalu. Kemajuan tersebut ditunjukkan melalui jumlah dana yang mampu diserap dari masyarakat dan disalurkan kembali ke masyarakat terus meningkat dengan diiringi pengembangan kualitas serta layanan yang diberikan semakin baik. Perkembangan lembaga keuangan berkembang dengan pesat. Terbukti dengan banyak berdiri lembaga-lembaga keuangan dari berskala mikro maupun makro. Munculnya lembaga-lembaga keuangan tersebut berangkat dari semakin berkembangnya aktivitas perekonomian masyarakat dan membutuhkan institusi yang bertugas mengelola uang yang mereka miliki guna untuk memudahkan aktivitas ekonomi. Lembaga Keuangan adalah setiap perusahaan yang bergerak di

² Abdul Rahman., “Budaya Barter Dalam Pusaran Globalisasi Pasar: Kasus Desa Labala, Nusa Tenggara Timur (Reviving The Barter Culture In The Age Of Market Globalization: The Case Of Labara Village, East Nusa Tenggara)”, *Jurnal Kebudayaan*, Vol.14 No.2 Tahun 2019.

³ Jamal Wiwoho., “Peran Lembaga Keuangan Bank Dan Lembaga Keuangan Bukan Bank Dalam Memberikan Distribusi Keadilan Bagi Masyarakat”, *Masalah-Masalah Hukum*, Vol.43 No.1 Tahun 2014.

bidang keuangan, menghimpun dana, menyalurkan dana atau kedua-duanya.⁴

Secara umum lembaga keuangan dapat di kelompokkan dalam 2 bentuk yaitu bank dan bukan bank, dimana perbedaan utama antara kedua lembaga tersebut adalah pada penghimpunan dana. Dalam penghimpunan dana secara tegas disebutkan bahwa bank dapat menghimpun dana baik secara langsung maupun tidak langsung dari masyarakat sedangkan lembaga keuangan bukan bank hanya dapat menghimpun dana secara tidak langsung dari masyarakat. Sedangkan dalam hal penyaluran dana, tidak memberikan perbedaan secara tegas, Bank dapat menyalurkan dana untuk tujuan modal kerja, untuk tujuan investasi. Hal ini tidak berarti bahwa lembaga keuangan bukan bank tidak diperbolehkan menyalurkan dana untuk tujuan modal kerja dan konsumsi.⁵

Bank berasal dari kata Italia *banco* yang artinya bangku. Bangku inilah yang dipergunakan bankir untuk melayani kegiatan operasionalnya kepada nasabah. Istilah bangku secara resmi dan populer menjadi bank. Bank termasuk perusahaan industri jasa karena produknya hanya memberikan pelayanan jasa kepada masyarakat. Secara sederhana bank dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya.⁶ Bank merupakan tempat simpan pinjam yang paling aman dan resmi serta sah menurut hukum. Oleh sebab itu konsumen tidak perlu khawatir untuk melakukan transaksi. Akan tetapi konsumen juga harus cerdas dalam memilih bank yang sesuai dengan keinginan konsumen itu sendiri. Hal ini disebabkan karena setiap bank memiliki karakter dan kriteria masing-masing, tergantung konsumen dalam memilih bank yang paling sesuai.⁷

Menurut undang-undang perbankan nomor 10 tahun 1998 yang dimaksud dengan

⁴ Soemitra Andri, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: kencana, 2009) hal. 60–63.

⁵ Jamal Wiwoho., “Peran Lembaga Keuangan Bank Dan Lembaga Keuangan Bukan Bank Dalam Memberikan Distribusi Keadilan Bagi Masyarakat”, *Masalah-Masalah Hukum*, Vol.43 No.1 Tahun 2014.

⁶ Nurul Ichsan Hasan, *Perbankan Syariah: Sebuah Pengantar* (Jakarta: GP Press Group, 2014) hal. 3.

⁷ Luhur Prasetyo., “Perkembangan Bank Syariah Pasca UU 21 Tahun 2008”, *Al-Tahrir: Jurnal Pemikiran Islam*, Vol.12 No.1 Tahun 2012.

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank menghimpun dana masyarakat kemudian menyalurkan dananya kepada masyarakat dengan tujuan untuk mendorong peningkatan taraf hidup rakyat banyak. Bank bukanlah suatu hal yang asing bagi masyarakat di negara maju. Masyarakat di negara maju sangat membutuhkan keberadaan bank. Bank dianggap sebagai suatu lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan.

Aktivitas keuangan yang sering dilakukan masyarakat di negara maju antara lain aktivitas penyimpanan dana, investasi, pengiriman uang dari satu tempat ke tempat lain atau dari satu daerah ke daerah lain dengan cepat dan aman, serta aktivitas keuangan lainnya. Bank juga merupakan salah satu lembaga yang mempunyai peran sangat penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian suatu negara, bahkan pertumbuhan bank di suatu negara dipakai sebagai ukuran pertumbuhan perekonomian negara tersebut.⁸

Dilihat dari jenisnya bank terbagi menjadi dua jenis, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional yaitu bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang mana dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran berdasarkan prosedur dan ketentuan yang telah ditetapkan, sedangkan bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Merembaknya kantor bank konvensional yang berdiri, masyarakat mulai dihadapkan pada banyak pilihan akan produk simpanan yang ditawarkan oleh bank konvensional yang begitu banyak jumlahnya. Bagi nasabah, pelayanan yang diberikan oleh bank sangatlah penting. Kualitas pelayanan nasabah merupakan hal pokok yang tidak boleh diabaikan bagi suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa perbankan. Hal tersebut sangat penting karena mengingat peranan nasabah yang sangat besar

⁸ Ismail M B A, *Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi* (Kencana, 2018) hal. 1.

dalam kontribusi pendapatan secara langsung maupun secara tidak langsung untuk mendukung eksistensi perusahaan.⁹

Sejalan dengan itu, bank konvensional adalah lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi pasar dan menggunakan system bunga dalam transaksi keuangan.¹⁰ Bank ini menyediakan layanan perbankan, seperti simpanan, pinjaman, dan produk investasi. Di Indonesia, jumlah bank konvensional telah berkembang pesat seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan kebutuhan masyarakat akan layanan perbankan.¹¹ Berdasarkan data terbaru, terdapat lebih dari 100 bank konvensional yang beroperasi di seluruh nusantara.¹² Di Kabupaten Tulungagung, beberapa bank konvensional yang menonjol antara lain Bank Mandiri, BRI (Bank Rakyat Indonesia), dan BCA (Bank Central Asia). Pemilihan ketiga bank ini didasarkan pada popularitas dan jumlah nasabah yang signifikan, yang mencerminkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan yang mereka tawarkan.

Bank Mandiri, sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia, dikenal dengan berbagai produk dan layanan yang komprehensif, mulai dari tabungan hingga pinjaman.¹³ Bank Rakyat Indonesia (BRI) juga memiliki posisi penting, terutama dalam memberikan layanan kepada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), yang merupakan tulang punggung ekonomi nasional.¹⁴ Sementara itu, Bank Central Asia (BCA) dikenal dengan layanan perbankan digital yang canggih dan kemudahan akses

⁹ Deni Haryanto, Husein Maruahey, dan Agus Suarman Sudarsa., “Implementasi Kebijakan Intensif Roleplay Customer Service dan Pengaruhnya Terhadap Kualitas Pelayanan Nasabah di Kantor PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Cabang Bogor”, *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, Vol.4 No.4 Tahun 2021.

¹⁰ Muhammad Irsyad., “Perbandingan Perbankan Konvensional Dan Syariah (Studi Mengenai Perbedaan)”, *Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum*, Vol.4 No.2 Tahun 2023.

¹¹ Annisa Indah Mutiasari., “Perkembangan Industri Perbankan Di Era Digital”, *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, Vol.9 No.2 Tahun 2020.

¹² Lucky Nugroho and Herda Nezzim Bararah., “Pengaruh Good Corporate Governance Dan Biaya Operasional Dan Pendapatan Operasional (BOPO) Terhadap Stabilitas Keuangan Bank Umum Syariah Di Indonesia Tahun 2012-2017”, *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, Vol.6 No.2 Tahun 2018.

¹³ Imas Rizki Amalia Kinanthi and Uswatun Chasanah., “Strategi Digital Marketing Livin By Mandiri Dalam Meningkatkan Nasabah (Bank Mandiri Yogyakarta)”, *Syntax Idea*, Vol.5 No.11 Tahun 2023.

¹⁴ Rully Trihantana, Ermi Suryani, And Putri Mey Dina., “Memprogramkan Akses Pembiayaan Syariah Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Desa Karehkel, Kecamatan Leuwiliang, Kabupaten Bogor”, *Sahid Development Journal*, Vol.2, No.2 Tahun 2023.

bagi nasabah, menjadikannya pilihan utama bagi generasi muda dan pelaku bisnis.¹⁵ Ketiga bank ini tidak hanya menawarkan produk perbankan yang beragam, tetapi juga memiliki jaringan cabang yang luas, sehingga memudahkan masyarakat Tulungagung untuk mengakses layanan perbankan dengan efisien. Dengan memahami betapa pentingnya pelayanan nasabah, terdapat data untuk menunjukkan jumlah nasabah pada bank konvensional. Data ini tidak hanya memberikan gambaran mengenai posisi pasar bank, tetapi juga menggambarkan dampak dari kualitas pelayanan yang diberikan terhadap pertumbuhan jumlah nasabah bank konvensional pada tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1

Jumlah Nasabah pada Bank Konvensional tahun 2020-2024

No.	Nama Bank	Jumlah Nasabah Bank				
		2020	2021	2022	2023	2024
1.	Bank Mandiri	25 juta	26 juta	27 juta	28 juta	29 juta
2.	Bank Rakyat Indonesia (BRI)	70 juta	74 juta	76 juta	78 juta	80 juta
3.	Bank Central Asia (BCA)	30 juta	32 juta	34 juta	36 juta	37 juta

Sumber: website masing-masing bank

Berdasarkan data tabel 1.1 menunjukkan bahwa estimasi jumlah nasabah bank konvensional di Indonesia, terlihat bahwa masing-masing bank memiliki pertumbuhan yang signifikan dari tahun ke tahun. Untuk Bank BRI (Bank Rakyat Indonesia), jumlah nasabahnya menunjukkan angka yang sangat tinggi, mencapai 70 juta pada tahun 2020 dan diperkirakan meningkat menjadi 80 juta pada tahun 2024. Hal ini menunjukkan dominasi BRI di pasar perbankan, terutama dalam melayani segmen mikro dan kecil. Di posisi kedua, Bank Mandiri mengalami pertumbuhan yang stabil, mulai dari 25 juta nasabah pada tahun 2020 dan diperkirakan mencapai 29 juta pada tahun 2024. Meskipun jumlah nasabahnya lebih rendah dibandingkan BRI, Bank Mandiri tetap

¹⁵ Ifna Umirahmah., “Pengaruh Teknologi Finansial (Fintech) Terhadap Strategi Perbankan Pada Pt. Bank Central Asia (Bca)”, *Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis*, Vol.1 No.1 Tahun 2022.

dikenal sebagai salah satu bank terkemuka di Indonesia dengan berbagai produk dan layanan yang komprehensif.

Sementara itu, Bank Central Asia (BCA) menunjukkan pertumbuhan yang konsisten, dari 30 juta nasabah pada tahun 2020 menjadi 38 juta pada tahun 2024. BCA dikenal dengan layanan perbankan digital yang canggih, sehingga menarik banyak nasabah, terutama di kalangan generasi muda dan pelaku bisnis. Ketiga bank ini memiliki jumlah nasabah yang besar, perbandingan ini memberikan gambaran yang jelas mengenai posisi mereka di pasar perbankan Indonesia, di mana BRI dan BCA menunjukkan daya tarik yang kuat, sementara Bank Mandiri tetap menjadi bank besar yang memiliki basis nasabah yang loyal.

Dengan pertumbuhan yang signifikan di sektor perbankan konvensional, perkembangan sektor Perbankan Syariah di Indonesia juga tidak kalah pentingnya. Sedangkan Bank Syariah di Indonesia, yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI), Bank Muamalat Indonesia, dan Bank Central Asia Syariah (BCAS). Bank Muamalat Indonesia menjadi pelopor pertama Perbankan Syariah di Indonesia.¹⁶ Berdiri tahun 1991, bank ini diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan pemerintah serta dukungan dari Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha muslim. Berdirinya Bank Syariah di Indonesia merupakan suatu indikasi akan adanya kemudharatan dari sistem bunga (riba). Ini merupakan sebuah prospek yang cerah dari sektor keuangan syariah di Indonesia. Terlebih setelah lahirnya Undang-undang nomor 21 tentang Perbankan Syariah tahun 2008, Undang-undang tersebut menjadi pijakan hukum yang kuat serta sebagai bukti pengakuan hadirnya Perbankan Syariah di Indonesia.¹⁷

¹⁶ Ihsan Rambe., “Analisis Kinerja Keuangan Pada Pt Bank Muamalat Indonesia Tbk”, *Jurnal Al-Iqtishad*, Vol.16 No.1 Tahun 2020.

¹⁷ Suryani., “Sistem Perbankan Islam Di Indonesia: Sejarah Dan Prospek Pengembangan”, *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol.3 No.1 Tahun 2012.

Dengan demikian, bank syariah adalah Lembaga perbankan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah islam.¹⁸ Bank ini tidak menggunakan system bunga (riba) dan menerapkan prinsip bagi hasil dalam setiap transaksi. Oleh karena itu, karakteristik sistem Perbankan Syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan. Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi, Perbankan Syariah menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat dinikmati oleh seluruh golongan masyarakat tanpa terkecuali.¹⁹

Perbankan Syariah berkembang sangat pesat baik dari sisi pertumbuhan aset maupun pertumbuhan kelembagaan atau jaringan. Namun pertumbuhan Perbankan Syariah yang sangat pesat tersebut belumlah cukup dibandingkan dengan kebutuhan masyarakat akan layanan Perbankan Syariah. Dibandingkan dengan bank konvensional dimana kemudahan bertransaksi sangat mudah karena jaringan bank konvensional sangat besar dan cabangnya juga sangat besar sehingga memudahkan masyarakat untuk bertransaksi dan sebagian besar masyarakat juga sudah menggunakan produk perbankan konvensional dari pada produk bank syariah, tidak hanya masyarakat luas saja yang menggunakan bank konvensional, bahkan mahasiswa juga menggunakannya.²⁰

Sejak tahun 2013, perbankan syariah di Indonesia telah tumbuh pesat.²¹

¹⁸ Muhammad Tho'in., "Kompetensi Sumber Daya Manusia Bank Syariah Berdasarkan Prinsip-Prinsip Syariah Islam (Studi Kasus Pada BNI Syariah Surakarta)", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol.2 No.3 Tahun 2016.

¹⁹ Saputro Satria Dwi., "Sejarah Dan Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia", *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Perbankan Islam*, Vol.3 No.1 Tahun 2015.

²⁰ Edy Wibowo, *Mengapa Memilih Bank Syariah?: Kedudukan Nasabah Terhadap Bank Dalam Hubungannya Dengan Penerapan Metode Bunga Di Bank Konvensional Dan Metode Bagi Hasil Di Bank Syariah: Suatu Tinjauan Hukum* (Ghalia Indonesia, 2005) hal. 21.

²¹ Muhammad Iqbal Fasa., "Tantangan Dan Strategi Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia", *Islamic Economics Journal*, Vol.2 No.1 Tahun 2013.

Pemerintah Indonesia juga telah berperan penting dalam mendukung perkembangan Perbankan Syariah melalui berbagai kebijakan dan insentif. Dalam beberapa tahun terakhir, fokus pemerintah telah bergeser dari sekadar mempromosikan Perbankan Syariah menuju penciptaan ekosistem keuangan syariah yang lebih luas. Regulasi Perbankan Syariah di Indonesia telah mengalami perubahan signifikan selama dekade terakhir ini. Pada tahun 2014, pemerintah meluncurkan Rencana Aksi Nasional Perbankan Syariah, yang bertujuan untuk mengembangkan industri ini melalui sejumlah inisiatif, termasuk peningkatan regulasi dan supervisi. Keberhasilan implementasi rencana ini terbukti melalui peningkatan jumlah bank syariah dan produk-produk Perbankan Syariah yang inovatif.²²

Di Indonesia, jumlah bank syariah terus berkembang, dengan lebih dari 30 bank syariah yang beroperasi saat ini. Di Kabupaten Tulungagung, terdapat beberapa bank syariah yang signifikan, antara lain Bank Syariah Indonesia (BSI), Bank Muamalat Indonesia, dan Bank Central Asia Syariah (BCAS). Pemilihan ketiga bank ini didasarkan pada popularitas dan jumlah nasabah yang cukup besar, yang mencerminkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan Perbankan Syariah.

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan hasil merger dari beberapa bank syariah, sehingga memiliki basis nasabah yang luas dan menawarkan berbagai produk perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah. Bank Muamalat Indonesia, sebagai bank syariah pertama di Indonesia, memiliki sejarah yang kuat dan menjadi pilihan utama bagi banyak nasabah yang mencari layanan perbankan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Sementara itu, Bank Central Asia Syariah (BCAS) dikenal dengan inovasi layanan dan kemudahan akses bagi nasabah, terutama dalam layanan digital.²³ Ketiga bank ini tidak hanya menawarkan produk yang beragam tetapi juga berkomitmen untuk

²² Fatimah Tuzuhro and Noni Rozaini., “Perkembangan Perbankan Syariah Diindonesia”, *Peka*, Vol.11 No.2 Tahun 2023.

²³ Putri Kurniasari, Ainun Ni'mah, and Kharis Fadlullah Hana., “Analisis Sinkronisasi Budaya Kerja Sumber Daya Manusia Pada Bank Syariah Indonesia Setelah Merger”, *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol.4 No.1 Tahun 2022.

memberikan layanan yang berkualitas, sehingga mampu menarik minat masyarakat Tulungagung untuk memilih Perbankan Syariah sebagai alternatif yang sesuai dengan prinsip keuangan mereka.

Selain itu, Bank Indonesia, sebagai otoritas moneter di negara ini, telah berperan dalam merancang dan melaksanakan kebijakan yang mendukung pertumbuhan Perbankan Syariah. Mereka telah memperkenalkan regulasi yang mengarah pada peningkatan kualitas layanan dan keamanan Perbankan Syariah. Pada tahun 2016, Bank Indonesia meluncurkan Masterplan Perbankan Syariah 2016-2020, yang menjadi landasan untuk pengembangan strategis Perbankan Syariah di Indonesia.²⁴ Dengan melihat perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia selama sepuluh tahun terakhir, dapat disimpulkan bahwa industri ini telah menunjukkan kemajuan yang signifikan. Pemerintah, regulator, dan pelaku industri telah bekerja sama untuk menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan dan perkembangan Perbankan Syariah.²⁵

Sebagai kompetitor syariah, Bank Syariah Indonesia harus memiliki strategi dalam meningkatkan jumlah nasabah dengan cara menjaga kepercayaan nasabah dan membuat nasabah memiliki loyalitas yang tinggi terhadap Bank Syariah.²⁶ Bentuk strategi lain adalah dengan cara mengidentifikasi potensi calon nasabah baru ada atau tidaknya keinginan nasabah bank konvensional melakukan perpindahan layanan ke bank syariah yang mana mengingat pangsa pasar bank konvensional yang tinggi.²⁷ Peningkatan jumlah nasabah Perbankan Syariah dipengaruhi oleh meningkatnya minat masyarakat terhadap bank syariah tidak terkecuali mahasiswa.

Tidak diragukan lagi bahwa mahasiswa merupakan salah satu lapisan masyarakat

²⁴ Nor Hasanah, M Noor Sayuti, And Lisnawati Lisnawati., “Optimalisasi Regulasi Perbankan Syariah Oleh Bank Indonesia Dan Otoritas Jasa Keuangan Dalam Akselerasi Transformasi Digital”, *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, Vol.13 No.3 Tahun 2024.

²⁵ Fatimah Tuzzuhro, Noni Rozaini, dan Muhamad Yusuf., “Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia”, *Peka: Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi*, Vol.11 No.2 Tahun 2023.

²⁶ Fathan Budiman., “Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Boyolali”, *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, Vol.2 No.5 Tahun 2020.

²⁷ Mukhamad Najib., “Analisis Konsumen Berpindah Merek (BrandSwitcher) Pada Bank Syariah Dan Bank Konvensional (Studi Kasus Pada Nasabah Di Wilayah Darmaga Bogor)”, *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, Vol.4 No.1 Tahun 2009.

yang banyak menggunakan jasa perbankan, termasuk bank syariah. Sebagai mahasiswa yang mendalami studi Perbankan Syariah, diharapkan mereka akan lebih memahami prinsip-prinsip perbankan berdasarkan syariat Islam dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam memilih lembaga keuangan. Namun pada kenyataannya, tidak semua mahasiswa Perbankan Syariah beralih dari bank konvensional ke bank syariah. Meskipun pemahaman mengenai konsep dan operasional bank syariah telah mereka pelajari, berbagai faktor tampaknya masih mempengaruhi keputusan sebagian besar mahasiswa untuk tetap menggunakan bank konvensional. Oleh karena itu, peneliti memilih mahasiswa aktif Program Studi Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung angkatan 2021 sebagai subjek penelitian. Mereka dipilih karena telah memiliki pengetahuan dasar tentang Perbankan Syariah melalui mata kuliah seperti sistem operasional bank syariah dan praktik mini bank. Selain itu, mereka juga telah memiliki pengalaman menggunakan layanan bank syariah minimal selama satu tahun, serta bersedia memberikan informasi dan berbagi pengalaman secara terbuka terkait layanan yang mereka alami. Dengan kriteria tersebut, diharapkan data yang diperoleh lebih relevan, mendalam, dan mewakili bahaya faktor-faktor tersebut antara lain adalah kemudahan akses dan kenyamanan penggunaan layanan bank konvensional, yang sering kali lebih dikenal dan dipahami oleh masyarakat luas.

Selain itu, persepsi tentang risiko dan keuntungan yang lebih besar di bank konvensional, serta ketidakpahaman tentang produk-produk syariah juga menjadi penghalang.²⁸ Oleh karena itu, penting bagi institusi pendidikan dan bank syariah untuk melakukan sosialisasi dan edukasi yang lebih intensif mengenai keunggulan dan manfaat Perbankan Syariah..²⁹ Dengan upaya ini, diharapkan bahwa mahasiswa dan

²⁸ Jessica Patricia Wijaya and Dewi Sri., “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Pada Umkm Di Kota Palembang”, *Jurnal Informasi Akuntansi (JIA)*, Vol.2 No.1 Tahun 2023.

²⁹ Faiqotul Himmah And Fauzatul Laily Nisa., “Tantangan Persebaran Perbankan Syariah Di Indonesia Akibat Kurangnya Kesadaran Masyarakat”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, Vol.1 No.1 Tahun 2024.

masyarakat umum dapat lebih memahami dan memilih bank syariah sebagai solusi keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Perbandingan jumlah nasabah bank syariah pada tabel 1.2 berikut:

Tabel 1.2

Jumlah Nasabah pada Bank Syariah tahun 2020-2024

No.	Nama Bank	Jumlah Nasabah Bank				
		2020	2021	2022	2023	2024
1.	Bank Central Asia Syariah (BCAS)	5 juta	5,5 juta	6 juta	6,5 juta	7 juta
2.	Bank Syariah Indonesia (BSI)	10 juta	12 juta	14 juta	16 juta	18 juta
3.	Bank Muamalat Indonesia	3 juta	3,2 juta	3,5 juta	3,7 juta	4 juta

Sumber: website masing-masing bank

Berdasarkan data estimasi jumlah nasabah pada tabel 1.2, terlihat bahwa bank syariah di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dari tahun 2020 hingga 2024. Bank Syariah Indonesia (BSI) memiliki jumlah nasabah tertinggi, yaitu 18 juta nasabah pada tahun 2024, meningkat dari 10 juta pada tahun 2020. Diikuti oleh Bank Central Asia Syariah (BCAS), yang diperkirakan mencapai 7 juta nasabah pada tahun 2024, meningkat dari 5 juta pada tahun 2020. Sementara itu, Bank Muamalat Indonesia memiliki jumlah nasabah sebanyak 4 juta pada tahun 2024, naik dari 3 juta pada tahun 2020.

Meskipun ketiga bank ini menunjukkan angka nasabah yang bervariasi, perbandingan ini memberikan gambaran mengenai posisi masing-masing bank di pasar Perbankan Syariah. BSI menunjukkan daya tarik yang kuat di kalangan nasabah, sedangkan BCAS dan Bank Muamalat Indonesia, meskipun memiliki jumlah nasabah yang lebih rendah, tetap berperan penting dalam ekosistem Perbankan Syariah di Indonesia. Peningkatan jumlah nasabah ini mencerminkan minat masyarakat yang semakin tinggi terhadap layanan Perbankan Syariah sebagai alternatif yang sesuai dengan prinsip keuangan Islam.

Hal ini sebagian besar disebabkan oleh kepercayaan masyarakat terhadap layanan

berbasis syariah, yang lebih transparan dan sesuai dengan nilai-nilai keislaman. Data survey populix kepada 1.014 muslim Indonesia menyatakan Survei Populix menunjukkan bahwa 73% responden memilih BSI sebagai bank syariah utama karena produk seperti tabungan syariah yang populer dan aksesibilitasnya yang luas. Namun, meskipun terdapat minat yang tinggi terhadap bank syariah, pada tahun 2023, jumlah mahasiswa program studi Perbankan Syariah UIN SATU Tulungagung tercatat sebanyak 494 mahasiswa, namun tidak semuanya menggunakan bank syariah sebagai layanan transaksi. Hal ini disebabkan karena faktor informasi dan pengetahuan yang kurang sehingga mereka masih menggunakan bank konvensional untuk transaksi. Dari jumlah keseluruhan mahasiswa program studi mahasiswa Perbankan Syariah hanya 138 mahasiswa tercatat sebagai nasabah bank syariah.

Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan edukasi dan sosialisasi mengenai manfaat serta keunggulan Perbankan Syariah, terutama di kalangan mahasiswa yang merupakan generasi penerus dan berpotensi menjadi agen perubahan dalam masyarakat. Dengan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang produk dan layanan bank syariah, diharapkan lebih banyak mahasiswa dapat beralih dari bank konvensional ke bank syariah, sehingga dapat mendukung pertumbuhan sektor Perbankan Syariah di Indonesia.

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai perkembangan mahasiswa dalam program studi Perbankan Syariah, berikut adalah tabel 1.3, yang menunjukkan jumlah mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah di UIN SATU Tulungagung dari tahun 2021 hingga 2024. Tabel ini dapat menjadi acuan untuk lebih memahami tren dan pola minat mahasiswa terhadap Perbankan Syariah, serta memberikan informasi yang berguna bagi pihak universitas dan lembaga keuangan dalam merumuskan strategi peningkatan keterlibatan mahasiswa dengan bank syariah.

Tabel 1.3

Jumlah Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah UIN SATU Tulungagung

tahun 2021-2024

Tahun Akademik	Jumlah Mahasiswa
2021	138
2022	122
2023	120
2024	114
Total	494

Sumber: Data Mahasiswa PPDIKTI, diambil oleh peneliti tahun 2024

Berdasarkan tabel 1.3 menunjukkan bahwa jumlah mahasiswa Perbankan Syariah UIN SATU Tulungagung total 494 mahasiswa dalam 5 tahun terakhir, terhitung tahun 2021 samapi 2024. Jumlah ini menjadi tantangan bank syariah dalam memikat dan menarik mahasiswa untuk beralih menjadi nasabah bank syariah. Dalam dunia bisnis, perusahaan dituntut untuk terus berinovasi demi menarik dan mempertahankan pelanggan, agar pendapatannya tetap stabil atau bahkan meningkat. Hal yang sama juga berlaku pada Perbankan Syariah. Jika Perbankan Syariah tidak dapat menawarkan produk dan layanan yang menarik serta bersaing dengan bank konvensional, maka minat mahasiswa dan masyarakat secara umum terhadap bank syariah tidak akan meningkat. Oleh karena itu, inovasi dalam layanan, teknologi, dan strategi pemasaran harus ditingkatkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen modern yang menuntut kemudahan dan efisiensi dalam setiap transaksi keuangan.

Perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia saat ini berada dalam keadaan persaingan yang sangat tinggi, dimana keadaan persaingan dalam merespon semua tuntutan dari konsumen terjadi dengan intensitas yang sangat tinggi. Sehingga setiap perusahaan dituntut untuk selalu memberikan inovasi baru bagi produknya demi mempertahankan pelanggannya agar pendapatannya sesuai dengan yang diharapkan. Jika perusahaan tidak dapat memberikan sesuatu yang baru untuk produknya maka konsumen akan lebih mudah untuk beralih ke produk yang lebih baru demi memenuhi kepuasan dari konsumen tersebut. Oleh karena itu, perilaku konsumen merupakan sesuatu yang sangat penting untuk diperhatikan oleh setiap perusahaan.

Dalam teori perilaku konsumen terdapat perilaku berpindah yang dilakukan oleh konsumen, baik itu berpindah merek ataupun berpindah layanan jasa. Perpindahan konsumen adalah proses dimana individu atau kelompok memilih untuk berpindah dari satu pilihan ke pilihan lain dalam konteks layanan atau produk.³⁰ Perilaku berpindah yang dilakukan konsumen sangat penting dipahami oleh setiap perusahaan agar pelanggan yang dimilikinya sekarang tidak berpindah ke perusahaan lain. Selain itu, perilaku perpindahan merek merupakan suatu fenomena yang kompleks yang dipengaruhi oleh faktor-faktor keperilakuan, persaingan, dan waktu.³¹

Penelitian ini akan meneliti tentang hal-hal apa saja yang berpengaruh terhadap peralihan nasabah muslim bank konvensional ke bank syariah menggunakan pendekatan teori *Push-Pull-Mooring* (PPM). Teori PPM sendiri merupakan teori yang membahas tentang migrasi secara geografis, namun kemudian diadaptasi untuk menganalisis perilaku beralih atau migrasi pada penyedia layanan. Perilaku beralih dapat diartikan sebagai tindakan menyudahi hubungan dengan penyedia produk/jasa awal dan memulai hubungan dengan penyedia produk/jasa yang masih sejenis, ditandai dengan berhentinya membeli dan menggunakan produk/jasa dari layanan tersebut. Dalam melakukan sebuah tindakan tentunya tidak terhindar dari niat berperilaku, oleh sebab itu niat beralih biasanya bertindak sebagai penentu dalam melakukan perilaku beralih.³² *Switching intention* adalah niat atau keinginan individu untuk berpindah dari satu penyedia layanan atau produk ke penyedia lain.³³

Penelitian ini akan berfokus pada niat beralih saja dikarenakan responden yang digunakan pada penelitian ini yaitu mahasiswa Perbankan Syariah UIN SATU

³⁰ Sri Wahyu Putri and Muhartini Salim., “Keterkaitan Faktor Demografi Dengan Motif Berpindah Pilihan Layanan Hotel Berbintang Di Kota Bengkulu”, *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol.12 No.2 Tahun 2017.

³¹ Shellyana Junaidi and Basu Swastha Dharmmesta., “Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol.17 No.1 Tahun 2002.

³² Andina Fasha and Wisnu Yuwono., “Analisis Kriteria Yang Mempengaruhi Milenial Terhadap Niat Pembelian Makanan Organik”, *SEIKO: Journal of Management & Business*, Vol.5 No.1 Tahun 2022.

³³ Rizaldi Yusfiarto, Sunarsih Sunarsih, and Darmawan Darmawan., “Understanding Muslim’s Switching from Cash to m-Payments: Based on Push-Pull-Mooring Framework”, *Journal of Islamic Marketing*, Vol.14, No.2 Tahun 2023.

Tulungagung sebagai nasabah bank konvensional yang belum melakukan migrasi atau peralihan aktual ke penyedia jasa alternatif (bank syariah). Untuk mengetahui niat beralih dengan menggunakan model PPM, faktor-faktor yang digunakan dikelompokkan menjadi faktor pendorong beralih (*Push factor*), faktor penarik beralih (*Pull factor*), dan faktor penambat beralih (*Mooring factor*). Tidak seperti teori-teori lain yang memiliki faktor-faktor yang pasti, faktor-faktor pendorong, penarik, dan penambat dalam model PPM ini tidak pasti, dapat dilakukan penambahan dan pengurangan faktor bergantung pada topik penelitian yang dilakukan.

Faktor pendorong (*Push factor*) merupakan aspek negatif yang mendorong nasabah meninggalkan bank konvensional, seperti ketidakpuasan terhadap layanan atau ketidaksesuaian dengan nilai-nilai syariah.³⁴ Faktor negatif yang ada pada penyedia layanan asal (dalam konteks penelitian ini adalah bank konvensional) yang kemudian mendorong seseorang untuk beralih pada penyedia layanan alternatif (bank syariah).³⁵ Faktor pendorong yang digunakan pada penelitian ini adalah proses layanan transaksi pada bank konvensional seperti ketidakpuasan dan penentuan harga.³⁶ Ketidakpuasan merupakan perasaan kecewa yang disebabkan oleh tidak selarasnya kinerja yang diharapkan konsumen dengan kinerja dari suatu produk atau jasa yang diterima.³⁷ Konsumen yang merasa produk atau jasa yang diterimanya tidak sesuai akan mengeluh dan cenderung memiliki niat beralih pada produk atau jasa lain.³⁸ Selain ketidaksesuaian ekspektasi dan realita pada kinerja produk atau jasa, ketidaksesuaian harga yang harus

³⁴ Aji Kukuh Pramudya and Fitri Zaelina., "Intention of Generation-Z for Switching to Islamic Banks In Banten Province A Push-Pull Mooring Approach", *Journal of Business Management and Islamic Banking*, Vol.2, No.2 Tahun 2023.

³⁵ Septia Oktoraini, Ni Made Eka Mahadewi, and I Ketut Murdana., "Faktor Pendorong (Push Factor) Dan Faktor Penarik (Pull Factor) Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Domestik Ke Desa Wisata Sasak Ende Lombok Tengah", *Journal of Mandalika Review*, Vol.3 No.1 Tahun 2024.

³⁶ Anandhitya Bagus Arianto., "Pengaruh Atribut Produk, Harga, Kebutuhan Mencari Variasi Dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Dari Samsung Galaxy Series Di Kota Malang", *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol.11 No.2 Tahun 2013.

³⁷ Lien Bunga Eden., "Dampak Implementasi Iso 9001: 2008 Terhadap Kinerja Divisi Purchasing Di PT. Spektra Megah Semesta Cabang Surabaya", *Jurnal Akuntansi (AKUNESA)*, Vol.4 No.1 Tahun 2015.

³⁸ Aida W Batubara and Arlina Nurbaity Lubis., "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Word of Mouth Mahasiswa Program Studi Diploma III Administrasi Perpajakan FISIP USU", *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, Vol.14 No.2 Tahun 2014.

dibayarkan dengan harga yang diharapkan juga dapat meningkatkan kemungkinan seseorang untuk berpindah ke penyedia jasa lain.³⁹

Kemudian faktor kedua adalah faktor penarik (*Pull factor*), yang mencakup daya tarik yang ditawarkan oleh bank syariah, seperti prinsip syariah, etika bisnis yang lebih islami, dan produk-produk keuangan yang kompetitif.⁴⁰ Faktor positif yang ada pada penyedia layanan alternatif yang memikat konsumen penyedia layanan asal memiliki keinginan untuk beralih.⁴¹ Faktor penarik pada penelitian ini adalah kemudahan yang ditawarkan oleh bank syariah sebagai alternatif kedayatarikan yang mana merupakan karakteristik dari penyedia layanan alternatif yang dapat menarik perhatian konsumen lain.⁴² Salah satu daya tarik bank syariah untuk mendapatkan nasabah adalah tidak adanya biaya administrasi bulanan yang dibebankan kepada nasabah. Dengan tidak adanya biaya administrasi bulanan, mahasiswa berminat beralih ke bank syariah.

Selanjutnya faktor penambat (*Mooring factor*) merupakan faktor-faktor yang berhubungan dengan hambatan atau kemudahan dalam proses transaksi, seperti keterkaitan emosional atau administratif dengan bank konvensional.⁴³ Faktor *mooring* memfasilitasi maupun menghambat peralihan konsumen penyedia layanan asal ke penyedia layanan alternatif.⁴⁴ Faktor penambat dapat berperan sebagai faktor yang mendukung ataupun menghambat hubungan faktor pendorong dengan niat beralih dan faktor penarik dengan niat beralih. Faktor penambat yang digunakan pada penelitian ini

³⁹ Novita Dian Utami and Hening Widi Oetomo., “Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, Vol.4 No.5 Tahun 2015.

⁴⁰ Hilda Monoarfa et al., “Switching Intention of Conventional Bank Customers to Sharia Bank Based on Push-Pull-Mooring Theory”, *Journal of Islamic Marketing*, Vol.15, No.8 Tahun 2024.

⁴¹ Usnan Usnan, Ahmad Indarta, and Fuad Hasyim., “Dampak Konflik Israel-Palestina Terhadap Niat Beralih (Switching Intention) Pada Pembelian Konsumen: Pendekatan Push-Pull-Mooring”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol.10 No.3 Tahun 2024.

⁴² Syariful Anhar Harahap and Dwita Hadi Rahmi., “Pengaruh Kualitas Daya Tarik Wisata Budaya Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Nusantara Ke Kotagede”, *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, Vol.16 No.2 Tahun 2020.

⁴³ Raden Ayu Nurlinda and Chairul Anam., “Factors Influencing Customer Switching Intentions in Online Food Delivery: A Perspective of The Push-Pull-Mooring Model”, *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Vol.10, No.1 Tahun 2024.

⁴⁴ Vicky Djusmin and Raden Teduh Dirgahayu., “Push Pull Mooring Dan Psychological Ownership Terhadap Perilaku Beralih Pengguna Instant Messaging”, *Indonesian Journal of Information Systems*, Vol.2 No.1 Tahun 2019.

adalah aksesibilitas layanan bank syariah.⁴⁵ Kemudahan aksesibilitas yang ditawarkan oleh bank syariah termasuk aplikasi *Byond* yang dapat digunakan oleh mahasiswa untuk melakukan transaksi dimana saja mereka berada. Selain itu, pegawai bank syariah memberikan layanan secara khusus dan dapat berkomunikasi secara pribadi sehingga memberikan kemudahan aksesibilitas mahasiswa yang memudahkan pemenuhan kebutuhan mereka di bank syariah.

Temuan yang beragam mengenai niat berpindah menunjukkan bahwa penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor ini diperlukan. Selain itu yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini menggunakan subjek penelitian peralihan nasabah bank konvensional ke bank syariah, sedangkan pada subjek penelitian ini belum pernah dilakukan penelitian dengan menggunakan model PPM. Penelitian ini juga dilakukan setelah transformasi bank syariah dimulai dengan penggabungan bank syariah, sehingga diharapkan diperoleh hasil yang berbeda. Beberapa peneliti terdahulu terkait faktor-faktor yang mempengaruhi perpindahan layanan transaksi dari bank konvensional ke bank syariah telah diteliti oleh beberapa peneliti diantaranya:

Pertama, Shovia Indah Firdiyanti dan rekan-rekan telah melakukan penelitian tentang *Competition in Business: Analysis of Factors Affecting Customers Switching Intention of Conventional Banks to Islamic Bank in Central Java*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap religius, daya tarik alternatif, dan norma subjektif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berpindah nasabah. Meskipun ada potensi besar untuk peralihan nasabah ke bank syariah di kalangan masyarakat Muslim, masih terdapat tantangan dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran akan produk dan layanan bank syariah. Penelitian ini membuka peluang untuk eksplorasi lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah

⁴⁵ Alya E Sjioen and Ingrid Febrianty Makaweru., “Pengaruh Kemenarikan Alternatif Dan Biaya Berpindah Terhadap Niat Beralih Pengguna Kartu Xl Axiata”, *Among Makarti*, Vol.13 No.2 Tahun 2021.

dalam berpindah ke bank syariah.⁴⁶

Kedua, Aji Kukuh Pramudya dan Fitri Zaelina telah meneliti tentang *Intention of Generation-Z for Switching to Islamic Banks in Banten Province: A Push-Pull Mooring Approach*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor push dan pull memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berpindah, sementara faktor mooring tidak berpengaruh. Penelitian ini menciptakan gap yang menarik untuk diteliti lebih lanjut mengingat banyaknya pelanggan yang berpotensi beralih ke bank syariah, namun belum sepenuhnya melakukannya.⁴⁷

Ketiga, Maulidati Rahmah dan rekan-rekan telah meneliti tentang Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Switching Intention* dalam Memprediksi *Switching Behavior* Nasabah Bank Konvensional Beralih ke Bank Syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun terdapat potensi peralihan nasabah, attitude towards switching dan norma subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beralih, sementara *perceived behavioral control* memiliki pengaruh positif. Penelitian ini menciptakan peluang untuk eksplorasi lebih lanjut terkait faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam beralih ke bank syariah.⁴⁸

Berdasarkan penelitian terdahulu, peneliti tertarik melakukan penelitian terhadap mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dengan judul **“Pengaruh Proses Layanan Transaksi, Kemudahan Yang Ditawarkan, Dan Aksesibilitas Terhadap *Switching Intention* Nasabah Bank Konvensional Ke Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung)”**.

⁴⁶ Shovia Indah Firdiyanti dkk., “Competition in Business: Analysis of Factors Affecting Customers Switching Intention of Conventional Banks to Islamic Banks in Central Java”, *Jurnal Alwatzikhoebillah: Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, Vol.8 No.2 Tahun 2022.

⁴⁷ Aji Kukuh Pramudya and Fitri Zaelina., “Intention of Generation-Z for Switching to Islamic Banks In Banten Province A Push-Pull Mooring Approach”, *Journal of Business Management and Islamic Banking*, Vol.2 No.2 Tahun 2023.

⁴⁸ Maulidati Rahmah Setioputri, Janti Gunawan, and Geodita Woro Bramanti., “Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Switching Intention Dalam Memprediksi Switching Behavior Nasabah Bank Konvensional Yang Beralih Ke Bank Syariah”, *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, Vol.9 No.2 Tahun 2019.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka identifikasi masalah yang dijadikan bahan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Mahasiswa mengalami ketidakpuasan terhadap layanan yang diberikan oleh bank konvensional saat melakukan transaksi.
2. Mahasiswa merasa terbebani oleh biaya administrasi bulanan atau biaya transaksi yang tinggi di bank konvensional.
3. Keterikatan emosional, loyalitas, dan kebiasaan yang tidak sesuai dengan prinsip syariah pegawai bank konvensional menjadi kendala dan menghambat aksesibilitas layanan perbankan bagi mahasiswa

C. Rumusan Masalah

Dari uraian yang tertera di latar belakang, maka masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah proses layanan transaksi berpengaruh terhadap *switching intention* mahasiswa Perbankan Syariah UIN SATU Tulungagung?
2. Apakah kemudahan yang ditawarkan bank syariah berpengaruh terhadap *switching intention* mahasiswa Perbankan Syariah UIN SATU Tulungagung?
3. Apakah aksesibilitas berpengaruh terhadap *switching intention* mahasiswa Perbankan Syariah UIN SATU Tulungagung?
4. Apakah proses layanan transaksi, kemudahan yang ditawarkan, dan aksesibilitas bank syariah berpengaruh secara simultan terhadap *switching intention* mahasiswa Perbankan Syariah UIN SATU Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh proses layanan transaksi terhadap *switching intention* mahasiswa Perbankan Syariah UIN SATU Tulungagung
2. Untuk menguji pengaruh kemudahan yang ditawarkan bank syariah

terhadap *switching intention* mahasiswa Perbankan Syariah UIN SATU Tulungagung

3. Untuk menguji pengaruh aksesibilitas terhadap *switching intention* mahasiswa Perbankan Syariah UIN SATU Tulungagung
4. Untuk menguji pengaruh secara simultan proses layanan transaksi, kemudahan yang ditawarkan, dan aksesibilitas bank syariah terhadap *switching intention* mahasiswa Perbankan Syariah UIN SATU Tulungagung

E. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Teoretis

Memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi niat perpindahan konsumen, khususnya dalam konteks Perbankan Syariah. Dengan mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh faktor proses layanan transaksi, kemudahan yang ditawarkan, dan aksesibilitas bank syariah terhadap keputusan mahasiswa untuk beralih dari bank konvensional ke bank syariah, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur yang ada dan memberikan perspektif baru dalam kajian perilaku konsumen. Temuan dari penelitian ini tidak hanya akan menambah wawasan akademis, tetapi juga dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yang membahas dinamika perpindahan konsumen di sektor perbankan.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Perbankan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai suatu sumber informasi dan masukan kepada lembaga keuangan terutama syariah sebagai pertimbangan untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadikan perilaku nasabah untuk berpindah. Sehingga Lembaga perbankan dapat mempertahankan nasabah dengan memaksimalkan kemampuan yang dimiliki.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan kepada lembaga akademik dalam pengembangan kurikulum dan program studi. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, lembaga dapat menyesuaikan materi ajar dan penelitian yang relevan, serta mempersiapkan mahasiswa dengan pengetahuan yang *up-to-date* dan aplikatif dalam dunia Perbankan Syariah.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada masyarakat mengenai kelebihan dan kekurangan dari sistem perbankan konvensional dan syariah, khususnya terkait layanan transaksi, kemudahan akses, serta manfaat yang ditawarkan. Dengan informasi ini, masyarakat dapat membuat keputusan keuangan yang lebih rasional dan sesuai dengan nilai-nilai yang diyakini. Penelitian ini juga turut mendorong peningkatan literasi keuangan syariah di tengah masyarakat.

d. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat menjadi referensi akademik dan praktis bagi mahasiswa, khususnya yang menempuh studi di bidang Perbankan Syariah. Mahasiswa akan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi switching intention nasabah, sehingga mereka lebih siap menghadapi tantangan dunia kerja. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi acuan dalam penyusunan tugas akhir atau penelitian lanjutan dengan topik yang relevan.

e. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan yang mendukung pengembangan industri perbankan syariah di Indonesia. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi

preferensi masyarakat terhadap layanan keuangan, pemerintah dapat mengeluarkan regulasi yang mendorong pertumbuhan bank syariah, meningkatkan inklusi keuangan, serta memperkuat sistem ekonomi berbasis syariah yang berkelanjutan dan inklusif.

f. Bagi peneliti Selanjutnya

Memberi pemahaman kepada peneliti selanjutnya terkait pengaruh proses layanan transaksi, kemudahan yang ditawarkan, dan aksesibilitas bank syariah terhadap *switching intention* mahasiswa Perbankan Syariah UIN SATU Tulungagung sehingga dapat menjadi rujukan untuk melaksanakan penelitian yang lebih luas.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Penelitian ini berfokus pada mahasiswa Perbankan Syariah di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka untuk beralih dari bank konvensional ke bank syariah, dengan fokus pada faktor pengaruh proses layanan transaksi terhadap *switching intention* mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, faktor pengaruh kemudahan-kemudahan yang ditawarkan oleh bank syariah terhadap *switching intention* mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dan pengaruh aksesibilitas terhadap *switching intention* mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Data yang dikumpulkan bersifat kuantitatif, diperoleh melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji regresi linear berganda untuk melihat pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap preferensi mahasiswa dalam memilih layanan bank syariah.

2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian hanya mencakup mahasiswa dari Program Studi Perbankan Syariah di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasi untuk mahasiswa di program studi lain atau di perguruan tinggi yang berbeda. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Ini bisa membatasi peneliti dalam menangkap informasi yang lebih mendalam mengenai preferensi dan pengalaman individu responden.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a. *Switching Intention*

Switching intention adalah niat atau keinginan individu untuk berpindah dari satu penyedia layanan atau produk ke penyedia lain.⁴⁹ Dalam konteks perbankan, hal ini merujuk pada niat nasabah untuk berpindah dari bank konvensional ke bank syariah.

b. Bank Konvensional

Bank konvensional adalah lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi pasar dan menggunakan system bunga dalam transaksi keuangan.⁵⁰ Bank ini menyediakan layanan perbankan, seperti simpanan, pinjaman, dan produk investasi.

⁴⁹ Rizaldi Yusfiarto, Sunarsih Sunarsih, and Darmawan Darmawan., "Understanding Muslim's Switching from Cash to m-Payments: Based on Push-Pull-Mooring Framework", *Journal of Islamic Marketing*, Vol.14, No.2 Tahun 2023.

⁵⁰ Muhammad Irsyad., "Perbandingan Perbankan Konvensional Dan Syariah (Studi Mengenai Perbedaan)", *Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum*, Vol.4 No.2 Tahun 2023.

c. Bank Syariah

Bank syariah adalah Lembaga perbankan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah islam.⁵¹ Bank ini tidak menggunakan system bunga (riba) dan menerapkan prinsip bagi hasil dalam setiap transaksi.

d. Perpindahan Konsumen

Perpindahan konsumen adalah proses dimana individu atau kelompok memilih untuk berpindah dari satu pilihan ke pilihan lain dalam konteks layanan atau produk.⁵²

e. Proses Layanan Transaksi

Proses Layanan Transaksi adalah persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan perbankan saat melakukan transaksi. Proses ini dipengaruhi oleh *Push factors* sebagai aspek negatif yang mendorong nasabah meninggalkan bank konvensional, seperti ketidakpuasan terhadap layanan atau ketidaksesuaian dengan nilai-nilai.⁵³

f. Kemudahan yang Ditawarkan

Kemudahan yang ditawarkan merujuk pada berbagai fasilitas atau layanan yang mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi. Kemudahan ini dipengaruhi oleh *Pull factors* yang mencakup daya tarik yang ditawarkan oleh bank syariah, seperti prinsip syariah, etika bisnis yang lebih islami, dan produk-produk keuangan yang kompetitif.⁵⁴

g. Aksesibilitas

⁵¹ Muhammad Tho'in., "Kompetensi Sumber Daya Manusia Bank Syariah Berdasarkan Prinsip-Prinsip Syariah Islam (Studi Kasus Pada BNI Syariah Surakarta)", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol.2 No.3 Tahun 2016.

⁵² Sri Wahyu Putri and Muhartini Salim., "Keterkaitan Faktor Demografi Dengan Motif Berpindah Pilihan Layanan Hotel Berbintang Di Kota Bengkulu", *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol.12 No.2 Tahun 2017.

⁵³ Aji Kukuh Pramudya and Fitri Zaelina., "Intention of Generation-Z for Switching to Islamic Banks In Banten Province A Push-Pull Mooring Approach", *Journal of Business Management and Islamic Banking*, Vol.2, No.2 Tahun 2023.

⁵⁴ Hilda Monoarfa et al., "Switching Intention of Conventional Bank Customers to Sharia Bank Based on Push-Pull-Mooring Theory", *Journal of Islamic Marketing*, Vol.15, No.8 Tahun 2024.

Aksesibilitas merupakan tingkat kemudahan yang diterima nasabah untuk memperoleh dan menggunakan produk. Kemudahan ini di dorong oleh faktor *Mooring* yang berkaitan dengan hambatan atau kemudahan dalam proses transaksi, seperti keterkaitan emosional atau administratif dengan bank konvensional.⁵⁵

2. Definisi Operasional

Dari definisi yang telah diartikan di atas secara konseptual, penelitian yang berjudul "*Switching Intention* Nasabah dari Bank Konvensional ke Bank Syariah Berdasarkan Teori *Push Pull Mooring* (Studi kasus mahasiswa Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung)" bertujuan untuk menguji pengaruh proses layanan transaksi, kemudahan yang ditawarkan, dan aksesibilitas bank syariah terhadap *switching intention* mahasiswa Perbankan Syariah UIN SATU Tulungagung untuk berpindah dari bank konvensional ke bank syariah. Penelitian ini mengacu pada teori *push-pull-mooring* yang menjelaskan bahwa terdapat faktor pendorong (*push factors*) yang membuat nasabah merasa tidak puas dengan layanan bank konvensional, seperti tingginya biaya dan kurangnya kesesuaian dengan nilai-nilai syariah. Sebaliknya, terdapat faktor penarik (*pull factors*) yang membuat bank syariah lebih menarik, seperti prinsip perbankan yang sesuai dengan ajaran Islam, produk yang lebih menguntungkan, serta pelayanan yang lebih baik. Selain itu, *mooring factors*, yang mencakup kemudahan akses, lokasi, dan teknologi yang digunakan, juga berperan penting dalam mempengaruhi keputusan nasabah untuk beralih. Dengan menganalisis ketiga faktor ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika perpindahan nasabah dan bagaimana faktor-faktor

⁵⁵ Raden Ayu Nurlinda and Chairul Anam., "Factors Influencing Customer Switching Intentions in Online Food Delivery: A Perspective of The Push-Pull-Mooring Model", *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Vol.10, No.1 Tahun 2024.

tersebut saling berinteraksi dalam konteks Perbankan Syariah di kalangan mahasiswa.

H. Sistematika Penulisan

Dalam bagian ini mencakup uraian terkait ringkasan materi yang dibahas pada penelitian ini. penelitian ini disusun sebagai tugas akhir dalam bentuk skripsi yang dibagi dalam beberapa bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

1. BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai 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 skripsi.

2. BAB II

LANDASAN TEORI

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai a) deskripsi teori (teori-teori yang terkait dengan variabel pada judul penelitian), b) kajian penelitian terdahulu, c) kerangka konseptual, d) hipotesis penelitian.

3. BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai a) pendekatan dan jenis penelitian, b) populasi, sampling dan sampel penelitian, c) sumber data, variabel, dan skala pengukuran, d) teknik pengumpulan data, e) teknik analisis data.

4. BAB IV

HASIL PENELITIAN

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai a) gambaran umum objek penelitian, b) hasil penelitian.

5. BAB V

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai hasil dari pengujian yang telah dilakukan dengan jelas dan sistematis.

6. BAB VI

PENUTUP

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai a) Kesimpulan, b) saran. Pada bagian akhir terdiri dari daftar rujukan, lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, serta daftar riwayat hidup.