

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan dunia usaha dalam berbagai jenis industri, tidak akan pernah pupus karena pergeseran zaman. Demikian juga dengan perkembangan industri perbankan yang tidak jauh berbeda tingkat perkembangannya dengan industri-industri lainnya. Dengan menyesuaikan zaman dan adanya kebutuhan serta masukan dari masyarakat luas, perbankan yang ada saat ini banyak mengalami perkembangan. Perkembangan ini diwujudkan dalam bentuk yang bervariasi baik dari segi inovasi produk, prinsip, sistem operasionalnya serta pergeseran paradigma sampai pada pengkonversian diri.

Perkembangan sistem keuangan syariah semakin kuat dengan ditetapkannya dasar-dasar hukum operasional melalui UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan yang telah dirubah dalam UU No. 10 tahun 1998, UU No. 23 tahun 1999, UU No. 9 tahun 2004 tentang Bank Indonesia, dan UU No. 21 tahun 2008 tentang bank syariah. Tentu dukungan regulasi dari pemerintah ini memberikan peluang bagi beroperasinya bank dengan system syariah. Dalam kata pengantar buku "*Jejak-Jejak Ekonomi Syari'ah*" oleh M. Luthfi Hamidi, Kepala Biro Perbankan Syari'ah Bank Indonesia mengatakan:

Fenomena meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap keberadaan sistem perbankan sesuai dengan prinsip syari'ah mendapat respon positif dari pemerintah yang antara lain melalui dikeluarkannya UU No.7 tahun 1992 tentang perbankan yang menetapkan bahwa

perbankan di Indonesia menganut dual banking system, yaitu perbankan konvensional dan perbankan syariah¹.

Perkembangan perbankan syariah tidak hanya terlihat dari sisi penambahan kuantitas saja, namun juga dari sisi sistem dan layanan. Sebelumnya pada bank umum syariah maupun unit syariah hanya boleh melayani calon nasabah di kantor cabang syariah atau kantor cabang pembantu. Namun sejak *office-channeling* yang didasari Peraturan BI Nomor 8/3/PBI/2006 dan berlaku efektif Mei 2007 pelayanan jasa *financing*, seperti pembukuan rekening, setor, transfer, kliring, dan tarik tunai bisa dilakukan di cabang bank umum yang mempunyai unit syariah. Dengan penerapan *office-channeling* ini, percepatan pertumbuhan sistem layanan bank akan segera terwujud.

Keberhasilan sistem keuangan syariah hingga sekarang ini tidak semata-mata atas adanya dukungan regulasi pemerintah, namun juga didukung oleh kualitas dan pelayanan yang diberikan oleh lembaga tersebut. Lembaga keuangan syariah yang dalam hal ini adalah perbankan syariah secara umum, dianggap oleh sebagian orang sebagai alternatif bagi masyarakat yang sudah jenuh dengan sistem ekonomi kapitalis, sebuah sistem ekonomi yang sudah lama mendunia yang selalu mengutamakan kekayaan pribadi berdampak pada ketidakmerataan distribusi kekayaan sehingga banyak terjadi kesengsaraan.

¹ M. Luthfi Hamidi, *Jejak-Jejak Ekonomi Syariah*, Jakarta: Senayan Abadi Publishing, 2003, hlm. 1

Namun, disisi lain tidak sedikit masyarakat yang masih menganggap bahwa sistem ekonomi syariah hanya hadir untuk masyarakat muslim. Tidak bisa dipungkiri, paradigma fanatisme agama masih kental terlihat dalam masyarakat kita, sehingga persepsi pasar syariah sendiri hanya dipahami sebagai pasar untuk kaum muslim saja pasar yang "tertutup" untuk kalangan Non- muslim . Padahal, sistem bagi hasil yang merupakan salah satu elemen penting dari pasar syari'ah sudah sejak lama diterapkan Negara-negara Eropa, terutama Inggris². Bank syari'ah adalah "pasarnya" kaum muslim saja tidak tepat karena sistem pelayanan bank syari'ah tidak hanya digunakan untuk kaum muslim, melainkan dapat digunakan oleh kaum muslim dan non-muslim. Kemudian bagaimana dengan nama syari'ah dan apakah yang dapat ditawarkan untuk menarik para nasabah, sedangkan nama syari'ah belum menjadi daya tarik nomor 1 bahkan dikalangan umat Islam sendiri.

Masyarakat muslim yang menggunakan jasa perbankan syari'ah menganggap bahwa bunga adalah *riba*. Hal ini secara tegas dinyatakan dalam Al-Qur'an yaitu dalam Surat Al-Baqarah ayat 278-279³, yang berbunyi:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ
 فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِن تُبْتِغُوا فَلَکُمْ رُءُوسُ

أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلُمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

² Hermawan Kartajaya, dan Muhammad Syakir Sula, *Syari'ah Marketing*, Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006, hlm 25.

³ Departemen Agama, *Al-Qur'an Terjemah*, Jakarta: Yayasan Penyelenggara atau Penerjemah Al-Qur'an, 1971, hlm 69-70

“Hai orang-orang yang beriman bertaqwalah kepada Allah Swt dan tinggalkanlah sisa riba (yang belum dipungut), jika kamu orang-orang yang beriman. Maka jika tidak melakukannya (meninggalkan sisa riba) maka ketahuilah bahwa Allah Swt dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertobat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu, kamu tidak menganiaya dan tidak pula di aniaya”.

Pelarangan riba ternyata tidak hanya terdapat dalam Islam, melainkan jauh sebelum Islam ada. Di India Kuno, hukum yang berdasarkan Weda, kitab suci tertua agama Hindu, mengutuk riba sebagai sebuah dosa besar dan melarang operasi bunga. Dalam agama Kristen, pelarangan atau restriksi keras atas riba berlaku selama lebih dari 1400 tahun. Secara umum, semua kontrol ini menunjukkan bahwa penarikan bunga apapun dilarang⁴.

Mengutip dari bukunya M. Syafi'i Antonio yang berjudul "*Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*" menyatakan bahwa: Orang-orang Yahudi dilarang mempraktikkan pengambilan bunga. Pelarangan ini banyak terdapat dalam kitab suci mereka, baik dalam *Old Testament* (Perjanjian Lama) maupun Undang-undang Talmud. Kitab Deuteronomy (Ulangan) pasal 23 ayat 19 menyatakan :

*“Janganlah engkau membungakan uang kepada saudaramu, baik uang maupun bahan makanan, atau apapun yang dapat dibungakan”*⁵

Melihat fenomena tersebut, masyarakat mulai sadar bahwa bankbank konvensional yang ada saat ini tidak bisa menjadi solusi terbaik dari problem-problem yang masyarakat hadapi, sehingga masyarakat melirik kembali

⁴ Latifa M. Alguad dan Marvyn K. Lewis, *Perbankan Syariah Prinsip Praktik Prospek*, Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2003, hlm 264.

⁵ M. Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: dari Teori dan Praktek*, Jakarta: Gema Insani Press, Cet. I, 2001, hlm 43.

ajaran Islam yang bebas riba. Perbankan syari'ah merupakan suatu badan usaha yang fungsinya sebagai penghimpun dana dari masyarakat dan penyalur dana kepada masyarakat, yang sistem dan mekanisme kegiatan usahanya berdasarkan hukum Islam sebagaimana yang diatur dalam AlQur'an dan Al-Hadist⁶.

Dalam penelitian ini, Peneliti ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah non- muslim menjadi nasabah di Bank Syari'ah. Karakteristik jiwa kapitalisme yang lazim melekat pada kalangan non- muslim , sewajarnya menjadikan Bank Konvensional yang memiliki sistem kapitalis sebagai sarana investasi yang menjanjikan. Pada kenyataannya, sebagian besar nasabah non- muslim juga tertarik untuk menyimpan dananya di perbankan Syari'ah. Keputusan masyarakat non- muslim menjadi nasabah di Bank Syari'ah dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Penelitian yang dilakukan Bank Indonesia dan Universitas Brawijaya Tahun 2000 membagi faktor yang mempengaruhi *Bank customer's decisions process* yaitu (1) *Marketing Stimuli (Product, Price, Promotion, place)*; (2) *Other Stimuli (Economy)*; dan (3) *Bank Customer's Characteristics (Cultural, Social, Personal, Psychological)*. Bagi responden yang sudah menjadi nasabah Bank Syari'ah, sebagian besar mereka sudah memahami Bank Syari'ah, baik secara penuh (58,3%) maupun secara sebagian (25%). Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat individu untuk memilih Bank Syari'ah antara lain;

⁶ Rachmadi Usman, *Aspek-Aspek Hukum Perbankan Islam di Indonesia*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2002, hlm 93

(1) Informasi dan Penilaian, (2) Humanisme dan Dinamis, (3) Ukuran dan Fleksibilitas Pelayanan, (4) Kebutuhan, (5) Lokasi, (6) Keyakinan dan Sikap, (7) Materialisme, (8) Keluarga, (9) Peran dan Status, (10) Kepraktisan dalam Menyimpan Kekayaan, (11) Perilaku pasca pembelian, (12) Promosi Langsung, dan (13) Agama⁷.

Oleh sebab itu faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dari nasabah untuk menggunakan jasa perbankan syari'ah, sangat penting diperhatikan oleh pihak manajemen perbankan demi kelangsungan dan tetap eksisnya lembaga tersebut. Diminati atau tidaknya suatu lembaga keuangan sangat dipengaruhi 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 untuk menggunakan jasa lembaga keuangan syari'ah. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan jasa layanan perbankan adalah konsumsi, pendapatan, produk, atau jenis tabungan, lokasi, pelayanan, kesadaran masyarakat dan promosi⁸. Termasuk juga didalamnya *religijs stimuli* yang merupakan faktor pengetahuan dan pengamalan keberagaman yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan ekonomi⁹.

⁷ BI dan UNBRAW, *Potensi, Preferensi, dan Perilaku Masyarakat Terhadap Bank Syari'ah : Studi Pada Wilayah Propinsi Jawa Tengah*, Executive Summary, 2000, hlm 11-12.

⁸ Moch Darsyah Sinungan, *Manajemen Dana Bank*, Jakarta: Rineka Cipta, 1990, hlm 88.

⁹ Anita Rahmawaty, *Analisis Pemicu Perbedaan Motivasi Nasabah Berafiliasi Antara Bank Konvensional dan Bank Syari'h di Semarang*, Kumpulam Makalah ACIS "Penguatan Peran Perguruan Tinggi Agama Islam Dalam Meningkatkan Daya Saing Bangsa" Palembang, 2008., hlm 48.

Faktor lain yang mempengaruhi seseorang berminat menjadi nasabah pada sebuah bank adalah reputasi. Suatu bank yang mempunyai reputasi yang baik akan dipercaya oleh nasabahnya. Sebuah bank dipandang mempunyai reputasi apabila bank itu diakui dan dipercaya sebagai perusahaan jasa dengan nama baiknya di mata masyarakat¹⁰. Mekanisme lembaga keuangan syari'ah dengan menggunakan sistem *Profit sharing* (bagi hasil), nampaknya menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat bisnis. Salah satu karakteristik bank syari'ah adalah *profit sharing* (bagi hasil). Jika dalam mekanisme ekonomi konvensional menggunakan instrument bunga, maka dalam mekanisme ekonomi islam dengan menggunakan instrument *profit sharing* (bagi hasil). Bagi hasil menurut terminologi asing dikenal dengan *profit sharing*. *Profit sharing* dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba. Secara definitif *profit sharing* diartikan: “distribusi beberapa bagian dari laba pada para pegawai dari suatu perusahaan”¹¹. Serta promosi yang merupakan faktor penentu bagi minat nasabah, apakah produk yang dipasarkan dapat diterima oleh masyarakat luas atau tidak.

Kondisi diatas menarik apabila dikaitkan dengan minat nasabah non-muslim yang memilih menjadi nasabah di bank syari'ah. Sebagaimana telah kita ketahui, disini berarti bahwa sistem yang dijalankan adalah dengan berdasarkan prinsip-prinsip syari'ah. Perbankan syariah bukan hanya menjadi kebutuhan masyarakat Indonesia tapi juga telah menjadi kecenderungan dunia

¹⁰ Iis Maryani, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syari'ah Mandiri (Studi kasus pada nasabah Bank Syari'ah Mandiri Cabang Semarang)*, Semarang: Skripsi UNDIP Manajemen, 2005, hlm 23.

¹¹ Drs. Muhamad, M. Ag., *Manajemen Bank Syari'ah*, Yogyakarta: AMPYKPN, 2002, hlm 101.

internasional, termasuk negara-negara non- muslim , seperti Inggris, beberapa negara Eropa, China, India, dan Singapura¹².

Dalam penelitian kali ini, penulis memilih Bank Muamalat KCP. Tulungagung sebagai obyek penelitian karena bank tersebut merupakan salah satu perusahaan perbankan yang mengaplikasikan sistem syari'ah. Dalam perjalanannya, pertumbuhan nasabah di Bank Muamalat tersebut, tidak hanya terdiri dari kaum muslim saja, melainkan dari kalangan non- muslim pun banyak yang menjadi nasabah di Bank Muamalat KCP. Tulungagung. Hal tersebut diwujudkan dengan terus bertambahnya jumlah nasabah yang menggunakan sistem layanan jasa Bank Muamalat.

Akhirnya penulis mengambil judul **“Faktor-Faktor Keputusan Nasabah Non- muslim memilih Tabungan Syariah pada Bank Muamalat KCP”**.

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada faktor -faktor nasabah non- muslim yang memilih tabungan bank syariah dengan adanya keunggulan-keunggulan yang di tawarkan oleh Bank Muamalat KCP. Tulungagung.

C. Tujuan Penelitian

¹² Bank Indonesia, *Kebijakan Pengembangan dan Operasional Perbankan Syariah*, Disampaikan oleh pak Slamet dalam Rangka KKL Fakultas Syariah IAIN Wlisongo, Pada Tanggal 02 Juni 2009.

Membahas tentang faktor –faktor nasabah non-muslim yang memilih tabungan bank syariah dengan adanya keunggulan–keunggulan yang ditawarkan oleh Bank Muamalat KCP. Tulungagung.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan secara Praktis

a. Kegunaan untuk lembaga yang diteliti

Bagi bank syariah yang menjadi tempat penelitian diharapkan penelitian ini mampu memberikan masukan untuk meningkatkan tentang bagaimana meyakinkan nasabah non- muslim untuk menabung di bank syariah.

b. Kegunaan untuk lembaga akademis

Bagi lembaga akademis diharapkan, hasil penelitian ini dapat menjadi dokumen yang berguna bagi acuan sivitas akademika.

c. Kegunaan untuk penelitian yang akan datang

Semoga hasil penelitian ini nantinya mampu menjadi bahan referensi dan penelitian terdahulu untuk penelitian yang akan datang.

2. Kegunaan secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan untuk menambah wawasan tentang nasabah non-muslim yang menggunakan tabungan bank syariah.

E. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam menginterpretasikan beberapa istilah yang digunakan dalam judul skripsi ini, maka penulis merasa perlu untuk menjelaskan beberapa istilah, diantaranya sebagai berikut :

1. Faktor

Faktor berarti hal (keadaan, peristiwa) yang ikut menyebabkan (mempengaruhi) terjadinya sesuatu¹³.

2. Keputusan

Keputusan adalah suatu hal yang di putuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa¹⁴.

3. Nasabah

Nasabah merupakan orang yang bisa berhubungan dengan atau menjadi langganan bank dalam hal keuangan¹⁵

4. Non- muslim

Nasabah yang mempunyai keyakinan di luar agama Islam.

5. Pelayanan

Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya¹⁶.

6. *Religijs stimuli*

¹³ Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, Ed. II, 1994, hlm 37

¹⁴ Ahmad Ulinuha, pengaruh pelayanan pemasaran, (yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002), hal 17

¹⁵ Abdul Rachman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Dalam Suatu Pengantar (Dalam Perspektf Islam)*, Jakarta: Kencana, 2004, hlm 609

¹⁶ Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2002, hlm 152.

Religius stimuli merupakan faktor pengetahuan dan pengamalan keberagaman yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan ekonomi¹⁷.

7. *Profit Sharing*

Dalam kamus ekonomi diartikan sebagai pembagian laba. Dapat berupa bonus uang tunai yang didasarkan pada laba yang diperoleh pada tahun-tahun sebelumnya, atau dapat berbentuk pembayaran mingguan atau bulanan¹⁸.

F. Definisi Operasional

Faktor yang mempengaruhi *nasabah* memilih tabungan bank syariah adalah : (1) *Marketing Stimuli (Product, Price, Promotion, place)*; (2) *Other Stimuli (Economy)*; dan (3) *Bank Customer's Characteristics (Cultural, Social, Personal, Psychological)*. Bagi responden yang sudah menjadi nasabah Bank Syari'ah, sebagian besar mereka sudah memahami Bank Syari'ah, baik secara penuh (58,3%) maupun secara sebagian (25%). Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat individu untuk memilih Bank Syari'ah antara lain; (1) Informasi dan Penilaian, (2) Humanisme dan Dinamis, (3) Ukuran dan Fleksibilitas Pelayanan, (4) Kebutuhan, (5) Lokasi, (6) Keyakinan dan Sikap, (7) Materialisme, (8) Keluarga, (9) Peran dan Status, (10) Kepraktisan.

Dari data yang telah diperoleh nantinya data akan di analisis apakah faktor nasabah non- muslim memilih tabungan bank syariah.

¹⁷ *Ibid*, hlm 48

¹⁸ Drs. Muhammad, M. Ag., *op.cit.* hlm 101