

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini, industri perbankan di Indonesia berkembang khususnya bank, memiliki posisi yang baik dalam hal menghubungkan mereka yang punya uang dan mereka yang membutuhkan. Mayoritas masyarakat Indonesia beragama Islam, sehingga harus mengikuti kaidah pergaulan Islami dalam mengatur aktivitasnya, khususnya di bidang keuangan. Salah satu strateginya adalah dalam pemilihan produk perbankan syariah (seperti bank syariah). Bank syariah dikenal dengan bank Islam tanpa riba. Riba di sini berarti menetapkan bunga atau melebihkan jumlah pinjaman pokok secara bathil, dan riba hukumnya haram. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S Al-Baqarah: 275.

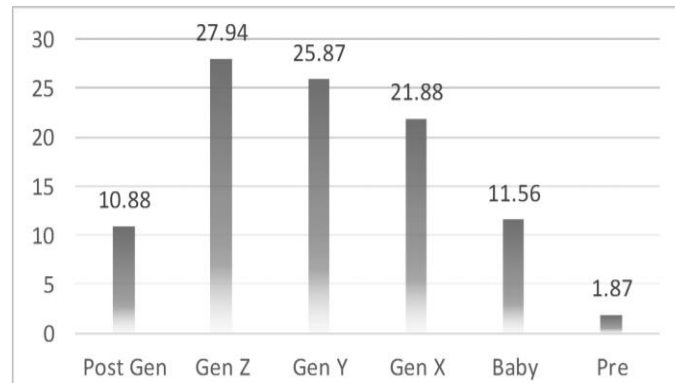
الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا
الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ
إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ - ٢٧٥

Yang

artinya : “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah.”

Bank syariah diharapkan dapat menstabilkan perekonomian Indonesia. Memenuhi kebutuhan masyarakat akan layanan keuangan syariah berdasarkan Al- Qur'an dan As-Sunnah. Tidak terlepas dari ketatnya persaingan yang terjadi antar bank yang menjadi pesaing bank syariah yaitu bank konvensional yang telah memiliki tempat di kalangan

masyarakat dengan berbagai pengetahuan, informasi, serta metode yang dimiliki oleh bank konvensional untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.



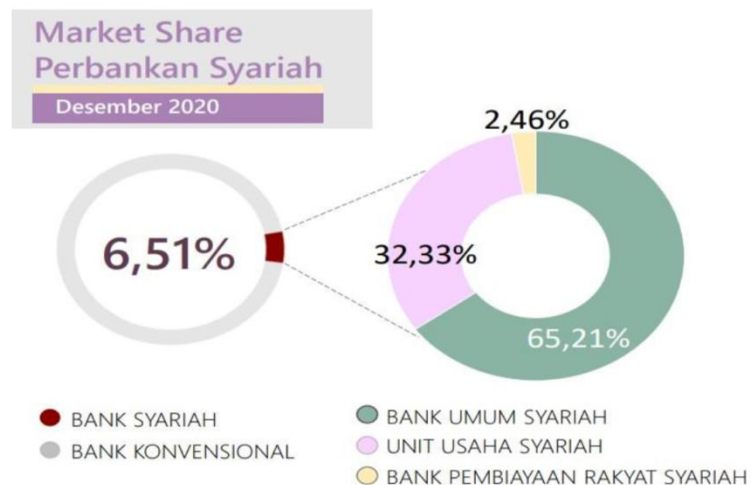
Sumber : Badan Pusat Statistik 2021

Dari gambar diatas menunjukkan bahwa komposisi penduduk Indonesia didominasi oleh Generasi Z sebesar 27,94 persen dan Generasi Milenial sebesar 25,87 persen. Generasi Z menjadi generasi yang penting bagi masa depan ritel dan daya beli yang tinggi, hal tersebut disebabkan bahwa Generasi Z memfokuskan diri untuk menghasilkan uang dan menabung menjadi prioritas utama (Arnani, 2021). Jumlah Generasi Z yang mendominasi Indonesia menjadikan bank harus memberikan perhatian terhadap generasi tersebut. Ciri Generasi Z yang memberikan prioritas pada kegiatan menabung dapat menjadi peluang bagi bank sebagai salah satu segmen yang harus dilayani.

Perbankan syariah harus hadir saat ini untuk memenuhi kebutuhan Generasi Z. Generasi ini sangat berpotensi dan memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap perkembangan dan kemajuan negara di masa yang akan datang. Tentu saja, ini merupakan peluang besar bagi banksyariah dalam mendapatkan pangsa pasar dengan strategi tersebut. Pelanggan lama juga memainkan peran penting dalam pemilihan produk/jasa. Apalagi

dalam menghadapi persaingan global dan kemajuan teknologi, setiap orang memiliki akses terhadap segala macam informasi mengenai siapa yang terbaik, paling inovatif dan paling efektif.

Generasi Z adalah target yang tepat untuk pemasaran Islami karena Di Indonesia didominasi oleh generasi Z terlebih lagi generasi Z sangat fasih dalam dunia teknologi dan memiliki pemahan intuitif tentang dunia kerja dunia digital yang dimana pada saat ini teknologi yang tersedia sudah sangat maju.



Sumber :
Otoritas Jasa
Keuangan 2021
Pangsa pasar

bank syariah Indonesia masih kecil dibandingkan bank konvensional, menurut grafik, perbankan syariah 6,18 persen berbanding 93,12 persen. Mengingat potensi kekuatannya, sangat besar mengingat Indonesia adalah negara Muslim. Namun faktanya, bisnis bank konvensional lebih banyak daripada bank syariah, hal ini menunjukkan bahwa mayoritas umat Islam Indonesia lebih memilih bank konvensional . Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi bank syariah karena mampu mengelola kondisi ekonomi global dan bersaing dengan bank konvensional. Selain itu, banyak faktor yang menghambat

perkembangan perbankan syariah, yang mengindikasikan bahwa masyarakat Indonesia yang berlatar belakang mayoritas Muslim tidak menggunakan perbankan syariah

Indonesia termasuk dalam pasar yang berpotensi dalam mengembangkan keuangan dan ekonomi syariah dengan negara yang mayoritas beragama islam terbesar. Oleh karena itu, perkembangan layanan secara digital yang canggih dapat menarik masyarakat secara luas terutama Generasi Z dalam penggunaan layanan dan produk perbankan syariah. Generasi Z adalah orang yang lahir antara tahun 1995-2012, yang mana usia mereka kini adalah antara 10 hingga 27 tahun (Stillman, 2018). Perlunya memberikan perhatian pada generasi ini karena mayoritas dari generasi ini kini termasuk usia kerja dan telah menjadi penduduk yang dominan di indonesia yaitu sebesar 27,94%.

Selain pemenuhan kebutuhan atas layanan keuangan, fitur desain dapat berpengaruh pada aspek spiritual dan sosial. Konsumen kini membutuhkan pilihan produk/jasa. Terjadinya persaingan dalam skala global akan mempermudah masyarakat untuk mendapatkan informasi mengenai pribadi yang baik, efektif dan kreatif. Tingkat keimanan atau religiusitas dapat digunakan untuk mempengaruhi keputusan konsumen. Perilaku ekonomi umumnya ditentukan oleh tingkat kepercayaan individu tau masyarakat. Sikap ini membentuk orientasi pelanggan dan perilaku produk dipasr.

Dorongan ini juga berlaku untuk perilaku menghindar. Dalam skenario ini, bank syariah mampu mengembangkan strategi dengan melakukan promosi jangka panjang atas layanan keuangan syariah. Selain itu, penerapan keahlian dan pengetahuan perbankan syariah saat ini dalam sistem perbankan syariah akan menciptakan peningkatan dan kekuatan sistem perbankan syariah (Zuhal, 2010).

Perlu diingat bahwa negara-negara dengan budaya yang beragam dan heterogen tidak

hanya perlu konsisten dalam literasi data mereka, tetapi mereka juga perlu mengetahui data dan pengetahuan mereka untuk menentukan budaya mereka. Banyak faktor kunci yang dikontrol secara ketat secara internal dari input eksternal.

Ini merupakan tantangan bagi bank syariah, dalam kondisi ekonomi global yang unik, karena bank syariah harus mengalami dan menghadapi kondisi tersebut melalui cara yang paling efektif dan efisien untuk menarik modal. Cara yang efisien tergantung pada lingkungan organisasi, banyak faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah khususnya generasi Z seperti religiusitas, pengetahuan, dan *electronic banking* ketika mereka memutuskan untuk menggunakan produk di perbankan syariah.

Pengetahuan adalah kondisi dimana perilaku seorang individu berubah sesuai dengan pengalaman yang pernah dialami. Oleh karena itu, jika konsumen mendapat informasi yang baik, mereka akan mengembangkan opini mereka tentang produk/jasa dan akan mampu membuat keputusan yang lebih baik. Dengan kata lain, pengetahuan dari masing-masing individu berdasarkan pengalaman mereka masing-masing (bukti empiris) yang merupakan pengetahuan yang dapat menjadi paradigma pemikiran agar menjadi pertimbangan untuk memilih suatu produk yang mereka pilih.(Muslih, 2012)

Selain itu, religiusitas untuk menghindari friksi dimana religiusitas bisa menjadi dasar untuk menentukan pilihan penggunaan produk dimana seseorang nasabah dapat menentukan antara bank syariah maupun bank konvensional. Oleh karena itu religiusitas dapat menjadi faktor penentu dalam keputusan menabung. Penelitian Abimantra (2013), Abdallah (2015), Junaidi (2015), serta Eko Yuliawan (2011) mengatakan terdapat faktor yang mendominasi dalam pengaruh keputusan menabung masyarakat di bank syariah yaitu faktor agama.

Electronic Banking termasuk produk layanan yang ditawarkan perbankan saat ini melalui pengembangan internet dan teknologi. Pengguna perbankan online menggunakan ponsel untuk melakukan transaksi perbankan. Dengan perbankan online, nasabah tidak perlu bekerja langsung di kantor fisik bank. Dengan meningkatnya jumlah pengguna perbankan elektronik, muncul ancaman dan risiko. Seperti penipuan dan penipuan di aplikasi perbankan online. Skema penipuan lain yang dikembangkan di Indonesia melibatkan PT. Bank Negara Indonesia Tbk. Menurut Syarifudin (2013), aplikasi perbankan online termasuk dalam layanan keuangan digital yang mempunyai korelasi positif dengan pendapatan bank, namun secara signifikan tidak berpengaruh (Kustina & Sugiarto, 2020).

Yogyakarta merupakan daerah yang dijuluki sebagai kota pelajar dikarenakan banyaknya pusat-pusat Pendidikan yang berdiri di Yogyakarta, dimana terdapat mahasiswa yang tergolong dalam generasi Z khususnya pengguna jasa perbankan syariah yang berpotensi untuk mendorong perekonomian Syariah di Indonesia.

Merujuk pada pemaparan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Dan *Electronic Banking* Terhadap Keputusan Generasi Z Menggunakan Jasa Perbankan Syariah”.

B. Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang masalah di atas, dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah Religiusitas berpengaruh terhadap keputusan generasi Z menggunakan jasa bank syariah?
- b. Apakah Pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan generasi Z menggunakan jasa

bank syariah ?

- c. Apakah *Electronic Banking* berpengaruh terhadap keputusan generasi Z menggunakan jasa bank syariah?

C. Tujuan Penelitian

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

- a. Untuk mengetahui religiusitas berpengaruh terhadap keputusan generasi Z menggunakan jasa bank syariah.
- b. Untuk mengetahui pengetahuan Islam berpengaruh terhadap keputusan generasi Z menggunakan jasa bank syariah.
- c. Untuk mengetahui apakah *Electronic Banking* berpengaruh terhadap keputusan generasi Z menggunakan jasa bank syariah.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pengetahuan terkait faktor pengaruh keputusan nasabah dalam penggunaan layanan perbankan syariah dengan harapan penelitian ini dapat menjadi acuan penelitian serupa di masa depan.

2. Manfaat Praktisi

- a. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan penulis terkait pengaruh religiusitas, pengetahuan, dan *electronic banking* terhadap keputusan generasi Z menggunakan jasa perbankan syariah.
- b. Bagi pihak luar, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan evaluasi dan masukan nasabah dalam pemilihan dan penentuan jasa bank syariah

yang akan digunakan.

- c. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan dalam mempertimbangkan melakukan penelitian terkait pengaruh religiusitas, pengetahuan, dan *electronic banking* terhadap keputusan generasi Z menggunakan jasa perbankan syariah.