

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank Syariah merupakan Lembaga Keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana. Penghimpunan dana tersebut didapat dari masyarakat dan sesuai syariat Islam yang dilandaskan berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist. Bank Syariah memang masih terbilang baru dalam bisnis keuangan di Indonesia. Tetapi sudah menunjukkan perkembangan yang positif sejak awal kemunculannya. (Pratiwi, 2018: 1). Perkembangan Bank Syariah dapat dilihat pada tabel berikut:

Table 1.1

Perkembangan Total Aset, Jaringan Bank dan Jaringan Kantor

INDIKATOR Bank Umum Syariah	OKTOBER 2019	NOVEMBER 2019
Total Aset (dalam miliar Rupiah)	333.790	335.482
Jumlah Bank	14	14
Jumlah Kantor	1.905	1.914
KC	478	480

KCP	1.229	1.237
KK	198	197
ATM	2.824	2.824

Sumber: www.ojk.go.id,2019

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa perkembangan Bank Syariah termasuk cepat. Alasan dikatakan cepat berkembang adalah karena masyarakat Muslim memiliki keyakinan yang kuat tentang unsur riba yang ada pada Bank Konvensional yang sudah jelas dilarang oleh agama Islam. (Arifin, 2002: 8).

Bank Syariah memiliki keunggulan utama yang tidak dimiliki oleh Bank Konvensional, yaitu pada setiap transaksi yang dilakukan bank Syariah murni terhindar dari keharaman yang dilarang agama dan bank Syariah juga memiliki kewajiban membayar zakat sebesar 2,5% dari setiap keuntungan pertahunnya. Maka dapat dikatakan juga bahwa secara tidak langsung nasabah Bank Syariah ikut membayar zakat. (Saputro, 2018: 3).

Bank Syariah juga memiliki perbedaan dengan bank Konvensional yang membuat adanya pengaruh terhadap minat masyarakat muslim bertransaksi di Bank Syariah. Berikut ini perbedaan yang terdapat pada Bank Konvensional dan Bank Syariah:

Table 1.2
Perbedaan Bank Konvensional dan Bank Syariah

No	Bank Konvensional	Bank Syariah
1.	Bebas Nilai	Berinvestasi pada usaha yang halal
2.	Sistem Bunga	Atas dasar Bagi Hasil, margin keuntungan dan <i>fee</i>
3.	Besaran Bunga yang tetap	Besaran bagi hasil berubah-ubah tergantung kinerja usaha
4.	<i>Profit oriented</i> (kebahagiaan dunia saja)	<i>Profit dan falah oriented</i> (kebahagiaan dunia dan akhirat)
5.	Hubungan Debitur – Kreditur	Pola Hubungan: 1. Kemitraan (<i>musyarakah</i> dan <i>mudharabah</i>) 2. Penjual dan pembeli (<i>murabahah, salam</i> dan <i>istishna</i>) 3. Sewa menyewa (<i>ijarah</i>) 4. Debitur – kreditur; dalam pengertian <i>equity holder (qard)</i>
6.	Tidak ada Lembaga sejenis dengan Dewan Pengawas Syariah	Ada Dewan Pengawas Syariah (DPS)

Sumber: <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/PBS-dan-Kelembagaan.aspx>

Perbedaan ini membuat bank Syariah memiliki standar untuk kemajuan dan keberhasilan dari setiap usaha yang dilakukan, yaitu kerjasama, keikutsertaan, kesadaran dan minat masyarakat terhadap bank syariah dapat membuat bank syariah melaksanakan tugasnya dengan baik. Tugas Bank Syariah adalah untuk mensejahterakan masyarakat agar terlepas dari sistem bunga atau yang biasa disebut dengan riba. (Suryani, 2017: 10).

Standar kemajuan dan keberhasilan Bank Syariah ini didasari karena bank-bank Konvensional telah banyak meniru dan menawarkan produk-produk Bank Syariah. Alasan bank Konvensional melakukan hal tersebut dilatarbelakangi oleh pasar umat Islam yang tumbuh diperkirakan sebesar 15% pertahunnya. (Arifin, 2002: 6).

Penelitian ini dilakukan di daerah Kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul DI Yogyakarta dengan jumlah penduduk 129.233 jiwa dan jumlah penduduk beragama muslim 94.908 jiwa. Jika dibulatkan sekitar 90% penduduk Kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul adalah pemeluk agama Islam. (BPS Kabupaten Bantul, 2018: 58). Akan tetapi, banyaknya jumlah masyarakat muslim bukan berarti banyak juga nasabah bank Syariah, karena pada kenyataannya masih ada masyarakat muslim yang belum bertransaksi di Bank Syariah. Hal ini disebabkan oleh faktor yang mempengaruhi minat masyarakat, yaitu mulai dari faktor persepsi dimana masih banyak masyarakat muslim yang tidak mengenal betul tentang bank Syariah dan menganggap bahwa bank Syariah sama dengan bank konvensional. (Herawati, 2018: 2).

Selanjutnya faktor fasilitas berpengaruh terhadap minat karena fasilitas yang memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi langsung dengan adanya ATM yang mudah diakses dan mudah dijangkau dapat memuaskan masyarakat yang akan membuat masyarakat berminat untuk melakukan transaksi di bank Syariah dan juga faktor promosi produk jasa dan produk lainnya yang

dipromosikan sesuai dengan kebutuhan, jelas dan mudah dimengerti sehingga dapat menarik minat nasabah. (Saputro, 2018: 4). Disamping itu, masih banyak lagi faktor yang mempengaruhi minat masyarakat bertransaksi di bank syariah seperti faktor lokasi, faktor kualitas pelayanan dan faktor-faktor lainnya. Penulis mengambil tiga variabel untuk dilakukan uji analisis data, yaitu faktor persepsi, faktor fasilitas dan faktor promosi.

Peneliti memilih masyarakat daerah Kasihan Bantul untuk diteliti karena beberapa alasan. Alasan pertama karena banyaknya jumlah penduduk muslim di daerah Kasihan (berdasarkan data BPS) tetapi masih ada masyarakat yang belum bertransaksi di Bank Syariah, sementara saat ini masyarakat nonmuslim sudah banyak yang menjadi nasabah bank Syariah, alasan kedua karena sedikitnya ATM Bank Syariah terdekat di Kasihan, alasan ketiga karena minimnya kantor layanan Bank Syariah di Kasihan dan alasan terakhir karena banyaknya mahasiswa yang tinggal di daerah Kasihan tapi belum semua menjadi nasabah bank Syariah padahal untuk di daerah ini sudah ada dua Universitas yang memiliki jurusan perbankan Syariah yaitu Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan Universitas ALMA ATA. Alasan-alasan ini dianggap mempengaruhi minat masyarakat Kasihan. Maka berdasarkan uraian yang telah disebutkan, penulis mengambil judul **“PENGARUH PERSEPSI, FASILITAS DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MASYARAKAT MUSLIM BERTRANSAKSI DI BANK SYARIAH”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis membuat pertanyaan penelitian, sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh dalam faktor persepsi, fasillitas dan promosi secara simultan terhadap minat masyarakat muslim bertransaksi di bank Syariah?
2. Apakah terdapat pengaruh dalam faktor persepsi, fasilitas dan promosi secara parsial terhadap minat masyarakat muslim bertransaksi di bank Syariah?
3. Apakah faktor yang paling berpengaruh di antara ketiga faktor (persepsi, fasilitas dan promosi) terhadap minat masyarakat dalam bertransaksi di bank Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang ada, maka penelitian ini mempunyai tujuan yang ingin dicapai oleh penulis. Tujuan tersebut dapat dilihat berdasarkan dari masalah-masalah yang telah tercantum dalam identifikasi masalah yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dalam faktor persepsi, fasilitas dan promosi terhadap minat masyarakat muslim bertransaksi di bank Syariah.

2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dalam faktor persepsi, fasilitas dan promosi secara parsial terhadap minat masyarakat muslim bertransaksi di bank Syariah.
3. Untuk mengetahui apakah faktor yang paling berpengaruh di antara ketiga faktor (persepsi, fasilitas dan promosi) terhadap minat masyarakat dalam bertransaksi di bank Syariah.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk lingkungan masyarakat diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan wawasan dan pemahaman tentang guna pengaruh persepsi, fasilitas dan promosi terhadap minat masyarakat muslim dan bisa dijadikan pertimbangan untuk menambah minat bertransaksi di bank Syariah.
2. Bagi pihak bank Syariah, diharapkan dari hasil penelitian ini bisa diketahui kekurangan dan kelebihan dan juga bisa dipakai sebagai untuk meningkatkan kinerjanya.
3. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan peneliti sendiri tentang perbankan Syariah dan untuk penelitian lain yang menjadikan judul sebagai sumber data penelitian.