

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang semakin maju didukung dengan kemajuan teknologi dari tahun ke tahun semakin memudahkan kehidupan masyarakat. Masyarakat dimanjakan untuk mencapai kebutuhan yang mereka inginkan khususnya dalam kebutuhan pembiayaan melalui lembaga keuangan. Lembaga perbankan sebagai salah satu lembaga keuangan yang ada di negara kita sistem operasionalnya dengan menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan selanjutnya disalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman.

Bank merupakan mitra dalam rangka memenuhi kebutuhan keuangan masyarakat sehari-hari. Bank dijadikan tempat untuk melakukan berbagai transaksi yang berhubungan dengan keuangan seperti tempat mengamankan uang, melakukan investasi, pengiriman uang, melakukan pembayaran, atau melakukan penagihan. Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. Pengertian Bank menurut UU nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan/ bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Kasmir, 2008: 9-10).

Bank syariah hadir sebagai lembaga keuangan yang diminati oleh masyarakat, dikarenakan prinsip operasional dan produk bank syariah yang diterapkan tidak mengandung riba (bunga). Bank syariah mempunyai tujuan membangun masyarakat menjadi mitra yang baik. Melihat peran pokok perbankan yang penting sebagai lembaga perantara keuangan maka hal dasar yang sangat dibutuhkan oleh pihak perbankan saat ini adalah kepercayaan dan keyakinan dari nasabah.

Kepercayaan yang dimaksud adalah nasabah tidak hanya mempercayai akan fungsi dan peran dari perbankan itu sendiri, tetapi bagaimana perbankan mampu memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabahnya sehingga menjadi suatu kesatuan kemitraan yang saling membutuhkan. Kepercayaan nasabah yang diberikan untuk menyimpan dananya, maka pihak Bank dapat memberikaan suatu perlindungan dan jaminan atas dana tersebut. Disamping itu pihak perbankan juga mengharapkan masyarakat dapat percaya bahwa bank akan mampu memenuhi kebutuhan nasabahnya.

Perbankan syariah berusaha untuk melayani kebutuhan masyarakat secara luas dan menyeluruh. Kebutuhan masyarakat dapat dilihat dari perilaku nasabahnya yang mencerminkan mengapa seseorang pribadi melakukan pembelian jasa dan bagaimana pribadi tersebut memilih dan membeli produk baik yang menabung maupun yang meminjam sehingga dapat meningkatkan efektifitas kinerja bank. Secara umum calon nasabah yang akan menabung tentu memilih bank yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan.

Setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menabung.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa Bank Syariah adalah persepsi. Persepsi nasabah terhadap bank syariah sangat penting karena persepsi konsumen mempengaruhi perilaku aktual konsumen. Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler, 2009: 166).

Persepsi (*perception*) menurut Kotler (2009: 180) adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran tentang sesuatu. Setiap orang mempunyai persepsi berbeda tentang obyek yang sama karena tiga proses pemahaman meliputi: atensi selektif (perhatian), distorsi selektif (rangsangan), serta retensi selektif (sikap dan keyakinan).

Atensi selektif (perhatian) adalah alokasi pemrosesan kapasitas terhadap beberapa rangsangan, antara lain: (1) Orang cenderung lebih memperhatikan rasangan yang berhubungan dengan kebutuhannya saat ini, (2) Orang cenderung lebih memperhatikan rasangan yang mereka antisipasi, (3) Orang cenderung lebih memperhatikan rasangan yang deviasinya besar dalam hubungannya dengan ukuran normal rangsangan. Dalam masalah tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa masyarakat lebih mengutamakan kebutuhannya yang sifatnya memilih-milih dalam arti mencari solusi yang

terbaik dalam memutuskan sesuatu agar tidak menimbulkan penyesalan dikemudian hari, contohnya dalam menyimpan uangnya di Bank harus benar-benar mengkondisikan keadaan yang lebih aman (Kotler, 2009:180).

Distorsi selektif (rangsangan) adalah kecenderungan untuk menerjemahkan informasi dengan cara yang sesuai dengan konsep awal. Konsumen sering mendistorsi informasi agar konsisten dengan keyakinan dan ekspektasi dari merek dan produk yang sudah ada sebelumnya. Distorsi selektif dapat bekerja untuk keunggulan pemasar yang memiliki merek kuat ketika konsumen mendistorsi informasi merek netral atau tidak jelas untuk membuatnya lebih positif (Kotler, 2009:180).

Retensi selektif (sikap dan keyakinan) adalah mengingat point bagus tentang sebuah produk yang kita sukai dan merupakan point bagus tentang produk pesaing. Retensi selektif bekerja untuk keunggulan merek-merek kuat, artinya dalam hal ini konsumen lebih cenderung fokus kepada suatu produk yang mereka sukai berdasarkan pemikiran dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan (Kotler, 2009:180).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Adawiyah menunjukkan bahwa persepsi merupakan faktor tertinggi yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih bank dengan menggunakan variabel dari faktor persepsi, faktor proses, faktor bukti fisik, faktor harga, faktor orang, faktor sosial, faktor lokasi. Hasil dari penelitian untuk faktor persepsi memiliki *eigen value* sebesar 7,693 dan mampu menjelaskan 32,056 persen variasi dari seluruh variabel yang ada (Adawiyah, 2010: 191-201). Berdasarkan

hasil penelitian tersebut disimpulkan bahwa masih kurangnya pihak bank dalam memberikan pelayanan kinerja kepada pihak nasabah terutama dalam memberikan jasa pelayanan, sehingga menimbulkan berbagai macam persepsi masyarakat setelah mengambil keputusan menjadi nasabah.

Persepsi masyarakat tentang bank syariah belum tentu sama dengan yang lain, contohnya salah satu dari masyarakat tersebut tertarik dan mengambil keputusan menjadi nasabah karena bank tersebut menggunakan sistem bagi hasil (bukan bunga) dan masyarakat yang lain menjadi nasabah karena faktor syariah yang tidak mengandung unsur riba dan tidak mengandung materi yang diharamkan.

Bank Syariah Mandiri merupakan bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*) sesuai diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Dalam operasionalnya Bank Syariah menggunakan beberapa skema yang bersesuaian dengan prinsip syariah, yaitu tidak adanya unsur riba dan tidak mengandung materi yang diharamkan serta mendapatkan keuntungan dengan sistem bagi hasil. Riba adalah tambahan atas pinjaman dari pertukaran pada suatu jenis barang yang sama (Danupranata, 2010: 14).

Semakin banyak keberadaan Bank Syariah di Yogyakarta maka pihak Bank harus terus menjaga eksistensi dalam menjalankan fungsi operasional guna untuk tetap menjalin kepercayaan kepada nasabah. Dari beberapa uraian diatas penulis mengangkat suatu tema penelitian terhadap

“Persepsi dan Alasan Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta)”.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah persepsi nasabah tentang Bank Syariah Mandiri?
2. Faktor- faktor apakah yang menjadi alasan nasabah untuk memilih Bank Syariah Mandiri sebagai tempat transaksi atau investasi?