

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Budaya perbankan merupakan suatu faktor penting dalam menentukan kesuksesan suatu lembaga keuangan. Hal ini disebabkan karena budaya perbankan yang buruk, seperti tidak peka terhadap perubahan lingkungan bisnis, tidak mau berubah, bertahan dengan pola pikir lama dan pola kerja lama adalah faktor utama yang menyebabkan kemunduran perbankan (Triwidya, 2014: 2).

Bagi dunia perbankan, khususnya di Indonesia, semaraknya kegiatan perbankan baru dilakukan di-Era tahun 1980-an. Sebelumnya, dunia perbankan di Indonesia masih bersifat pasif, dalam arti hanya menunggu nasabah datang ke bank. Cara-cara seperti ini kemudian berubah dan ditinggalkan, karena ternyata masyarakat kurang mengerti fungsi perbankan. Bahkan ada kesan angker yang diberikan kepada dunia perbankan pada saat itu (Kasmir, 2010: VII).

Pada umumnya perbankan yang sukses merupakan perbankan yang mempunyai budaya kerja yang kuat. Kegiatan usaha penghimpunan dana, penyaluran dana dan pelayanan jasa bank berdasarkan prinsip syariah yang dilakukan oleh bank merupakan jasa perbankan. Dalam melaksanakan jasa perbankan dimaksud bank wajib memenuhi prinsip syariah. Pemenuhan prinsip syariah dimaksud dilaksanakan dengan memenuhi ketentuan pokok hukum Islam antara lain prinsip keadilan dan keseimbangan (*adl wa tawazun*). Kemaslahatan (*maslahah*), universalisme (*alamiyah*) serta tidak mengandung *gharar*, *maysir*, *riba zalim* dan *objek haram* (Taswan, 2010: 59).

Dalam prakteknya bank juga memiliki fungsi sebagai lembaga perantara keuangan antara masyarakat yang kelebihan dana dengan masyarakat yang kekurangan dana. Masyarakat kelebihan dana maksudnya adalah masyarakat yang memiliki dana yang berlebihan kemudian disimpan di bank. Dana yang disimpan di bank aman, karena terhindar dari kehilangan dan kerusakan. Penyimpanan uang di bank, di samping aman juga menghasilkan bunga dari uang yang disimpan. Oleh bank dana simpanan masyarakat ini disalurkan kembali kepada masyarakat yang kekurangan dana (membutuhkan dana). Bagi masyarakat yang kekurangan dana atau membutuhkan dana dalam rangka membiayai suatu usaha atau kebutuhan rumah tangga, mereka dapat menggunakan pinjaman ke bank. Kepada masyarakat yang akan diberikan pinjaman diberikan berbagai persyaratan yang harus segera dipenuhi masyarakat peminjam juga dikenakan bunga dan biaya administrasi yang besarnya tergantung masing-masing bank (Kasmir, 2010: 10).

Penelitian ini penting untuk dilakukan dalam objek dunia perbankan syariah, dikarenakan jantung perekonomian terletak pada dunia perbankan. Sistem perbankan syariah masih menjadi sesuatu yang perlu diperbincangkan lebih lanjut dikarenakan bank syariah menggunakan *prinsip profit and loss sharing* yang berbeda pada sistem perbankan konvensional. Mayoritas masyarakat di Indonesia beragama Islam, maka dari pada itu perbankan syariah di Indonesia menjadi suatu peluang bisnis yang besar dan terjamin.

Berdirinya bank-bank syariah yang ada di Indonesia menjadi suatu perubahan sistem bank yang ada selama ini menjadi ke dalam sistem syariat Islam. Menjadikan prinsip syariat Islam yang digunakan dalam perbankan syariah sebagai sistem operasinya. Bank konvensional dan bank syariah sangat berbeda itu dapat dilihat dari sistemnya.

Bank syariah merupakan suatu sistem yang berdasarkan syariat (hukum) Islam. Dalam melakukan transaksi ketertarikan antara pihak bank syariah dengan nasabahnya disebut dengan akad. Dalam perbankan konvensional prinsip dasar penghimpun dana dan penyalur dana dari masyarakat tidak ada sedangkan di dalam perbankan syariah prinsip dasar penghimpun dana dan penyalur dana harus sesuai fatwa dewan. Dari penjelasan tersebut kita menjadi tahu tentang perbedaan yang terletak pada keduanya karena banyak orang bertanya apa perbedaan antara perbankan syariah dan perbankan konvensional (Afriani, 2014:2).

Permasalahan yang dihadapi oleh lembaga perbankan saat ini terutama dalam mempromosikan budaya perbankan syariah yaitu masih terdapat banyak pendapat yang menganggap bahwa bank syariah dan bank konvensional adalah sama. Menurut mereka masih terlalu banyak celah dan lubang yang menganga di mana kita bisa melihat dengan amat jelas di dalamnya ada begitu banyak pelanggaran syariat Islam. Bahkan meski sudah ada semacam Dewan Pengawas Syariah (DPS) di *level internal* ataupun Dewan Syariah Nasional (DSN) dari *eksternal*, namun banyak yang menilai celah dan lubang pelanggaran syariah masih tetap nampak nyata (www.rumahfiqih.com).

Maka dari itu dari penelitian ini bertujuan untuk meninjau lebih spesifik pada sisi pengaruh *strategi internal* dan *public relation* terhadap budaya perbankan syariah PT. BPRS BDW Yogyakarta di masyarakat dalam mewujudkan sistem syariah yang dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas. Pengertian sistem dalam kamus bahasa Indonesia *public* itu umum/orang banyak/masyarakat luas sedangkan *relations* itu hubungan (Kamisa, 1997: 424). *Public* dalam *public relation*, hanya merupakan kelompok orang (manusia-manusia yang sedang hidup bermasyarakat), yang mempunyai hubungan

dengan kepentingan tertentu yang timbul karna adanya masalah tertentu, yaitu *issue*. Yang dimaksud dengan *issue* disini adalah problem yang menuntut untuk mendapatkan penyelesaian. Kelompok tersebut dapat berada dalam wilayah tertentu, dapat pula bertebaran dan berjauhan di dalam masyarakat luas (Setyodarmodjo, 1997-2).

Lembaga keuangan dengan demikian dapat dipahami bahwa setiap perusahaan yang kegiatannya berkaitan dengan bidang keuangan. Kegiatan usaha lembaga kegiatan dapat berupa menghimpun dana dengan menawarkan berbagai skema, menyalurkan dana dengan berbagai skema atau melakukan kegiatan menghimpun dana dan menyalurkan dana sekaligus, di mana kegiatan usaha lembaga keuangan yang ada, maka dalam operasional lembaga keuangan dapat berbentuk lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan syariah. Lembaga keuangan syariah secara esensial berbeda dengan lembaga keuangan konvensional baik dalam tujuan, mekanisme, kekuasaan, ruang lingkup serta tanggung jawabnya. Setiap institusi dalam lembaga keuangan syariah menjadi bagian *integral* dari sistem keuangan syariah lembaga keuangan syariah bertujuan membantu mencapai tujuan sosioekonomi masyarakat Islam (Soemitra, 2009:29).

Nilai penting membangun budaya organisasi di lembaga keuangan syariah adalah berkenan dengan upaya pencapaian tujuan dan kinerja lembaga keuangan syariah itu sendiri. harapan dari adanya budaya organisasi yang solid dilingkungan lembaga keuangan syariah adalah meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga tersebut. Upaya untuk mengembangkan budaya organisasi di lembaga keuangan syariah terutama berkenan tugas pimpinan selaku *leader* dan *manager* di lembaga keuangan syariah. Dalam hal ini pimpinan hendaknya mampu melihat lingkungan organisasinya

secara *holistik*. Melalui pedalaman dan pemahamannya tentang budaya organisasi di lembaga keuangan syariah , maka ia akan lebih baik lagi dalam memberikan penajaman tentang nilai, keyakinan, dan sikap yang penting guna meningkatkan *stabilitas* dan pemeliharaan lingkungan kerjanya (www.wikipedia.com).

Membangun budaya berarti menentukan dan mendukung nilai-nilai asumsi-asumsi, dan keyakinan-keyakinan tertentu. Artinya, kita membuat pilihan-pilihan tentang bagaimana kita mulai menghadapi perubahan, mencapai tujuan, dan bekerja sama. Nilai-nilai tertentu kurang lebih bermanfaat dalam mendukung fungsi-fungsi utama ini. Artinya, asumsi-asumsi yang dibuat seseorang, keyakinan-keyakinan yang dipegang seseorang, dan nilai-nilai yang dihidupi seseorang membuat suatu perbedaan dalam cara seseorang mendekati masalah-masalah dan isu-isu yang khas dalam kehidupan organisasi (Saskhin dan Sashkin, 2011: 120).

Di antara *research gap* tersebut yang membahas mengenai strategi *public relations* penelitian yang dilakukan Triwidya (2014:5) menunjukkan bahwa menerapkan budaya perusahaan adalah untuk meningkatkan dan mempertahankan budaya yang ada untuk mencapai tujuan perusahaan. Demikian halnya dengan budaya baru yang merupakan salah satu kontribusi dalam meningkatkan pelayanan di perusahaan. Kemudian penelitian yang dilakukan Rifki Fahmi (2011:2) perusahaan yang harus dikomunikasikan dari manajemen puncak. Sedangkan kebanggaan, artinya tiap individu yang ada dalam suatu perusahaan harus bangga terhadap tempatnya bekerja sehingga selalu menjaga etika dalam bekerja. Sementara itu, dengan sabar menjaga nilai-nilai etika maka dalam jangka panjang akan membawa keberhasilan. Kemudian penelitian Ardhooyo (2013) peran dan fungsi utama HUMAS (*public relation*) berperan pula dalam

mempromosikan perusahaan sangat signifikan dalam mendukung manajemen mencapai tujuan perusahaan melalui strategi komunikasinya efektif mempromosikan produk perusahaan melalui kegiatan-kegiatan. Sedangkan penelitian Putra (2012) menitik beratkan pada penguatan kelembagaan perusahaan memberikan wewenang sepenuhnya, menjalankan fungsinya sebagai pelayanan peningkatan kelembagaan perusahaan strategi memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang.

Salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang sudah menerapkan budaya perbankan syariah adalah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bangun Drajat Warga Yogyakarta yang selanjutnya disebut PT. BPRS BDW Yogyakarta. PT. BPRS BDW Yogyakarta merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang telah berdiri sejak tahun 1993. Maksud dan tujuan dari lembaga keuangan syariah ini adalah untuk menjalankan usaha dalam bidang usaha sebagai Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang semata-mata beroperasi dengan sistem bagi hasil, baik terhadap pihak debitur maupun krediturnya. Selain itu PT. BPRS BDW Yogyakarta juga menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk deposito berjangka dan tabungan, serta memberikan pembiayaan bagi pengusaha kecil atau masyarakat pedesaan (<http://www.bprs-bdw.co.id>).

Latar belakang di atas didapatkan beberapa permasalahan mengenai pengaruh *strategi internal public relation* terhadap budaya perbankan syariah. Permasalahan tersebut diantaranya permasalahan yang dihadapi oleh lembaga perbankan saat ini terutama dalam pengaruh budaya perbankan syariah yaitu masih banyaknya masyarakat yang kurang percaya dan menganggap lembaga perbankan syariah itu sama dengan lembaga keuangan bank konvensional. Maka perlu dilakukan penelitian yang lebih rinci

dan *spesifik* lagi mengenai khususnya *strategi internal* dan *public relation* dalam budaya perbankan syariah. Dengan alasan tersebut maka peneliti melakukan penelitian dengan judul: “ **PENGARUH STRATEGI INTERNAL DAN PUBLIC RELATION TERHADAP BUDAYA PERBANKAN SYARIAH DI MASYARAKAT** “. Penelitian ini mengambil objek pada PT. BPRS BDW Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan dan terkait juga dengan peneliti terdahulu tentang pengaruh *strategi internal* dan *public relation* terhadap budaya perbankan syariah dimasyarakat (kasus PT. BPRS BDW Yogyakarta), maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut :

1. Apakah *strategi internal* berpengaruh signifikan terhadap budaya perbankan syariah pada PT. BPRS BDW Yogyakarta?
2. Apakah *public relation* berpengaruh signifikan terhadap budaya perbankan syariah pada PT. BPRS BDW Yogyakarta?
3. Apakah lingkungan *strategi internal* dan *public relation* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap budaya perbankan syariah pada PT. BPRS BDW Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini antara lain, Yaitu:

1. Menganalisis apakah *strategi internal* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap budaya perbankan pada PT. BPRS BDW Yogyakarta.

2. Menganalisis apakah *public relation* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap budaya perbankan pada PT. BPRS BDW Yogyakarta.
3. Menganalisis apakah *strategi internal* dan *public relation* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap budaya perbankan syariah pada PT. BPRS BDW Yogyakarta.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah :

1. Bagi Akademisi

a. Bagi Penulis

Sebagai proses pembelajaran yang memberi tambahan pengetahuan serta pengalaman sehingga peneliti dapat mengembangkan ilmu yang didapat di program studi Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan sebagai perbandingan antara teori dan realita di lapangan.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan yang luas dan mendalam mengenai pengaruh *strategi internal* dan *public relation* terhadap budaya perbankan syariah di masyarakat (kasus: PT. BPRS BDW Yogyakarta) serta untuk memberikan acuan referensi dan saran pemikiran bagi kalangan akademisi untuk menunjang perkembangan penulisan selanjutnya.

2. Bagi Praktisi

a. Bagi Pemerintah

Sebagai masukan dan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan dibidang ekonomi khususnya sektor perbankan.

b. Bagi Masyarakat

Sebagai sarana informasi terkait tentang lembaga keuangan syariah yang diperoleh saat ini dan yang akan datang terhadap lembaga-lembaga perbankan syariah yang ada di Indonesia.

c. Bagi Instansi Terkait (Perbankan Syariah di Indonesia)

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi perbankan syariah di indonesia mengenai pengaruh *strategi internal* dan *public relation* terhadap budaya perbankan syariah di masyarakat(kasus: PT. BPRS BDW Yogyakarta) baik itu faktor *internal* manajemen bank syariah tersebut maupun berbagai ancaman dari luar (*eksternal*) demi perkembangan dan keberlangsungan bank syariah di Indonesia.