

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank Syariah merupakan bank yang melaksanakan kegiatan operasionalnya berlandaskan pada prinsip syariah Islam. Berdasarkan dengan jenisnya, Bank Syariah dibagi menjadi 2 (dua) jenis, yaitu Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) (UU Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, 2008) Bank yang melakukan kegiatan usahanya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam yang berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadis sebagai dasar hukumnya dapat dikatakan juga sebagai definisi dari Bank Syariah. Bank Syariah termasuk ke dalam salah satu Lembaga Keuangan Syariah (LKS) dan di negara Indonesia, perkembangan Lembaga Keuangan Syariah (LKS) dapat dinilai sangat pesat. (Sumantri, 2019). Perkembangan Bank Syariah dijadikan sebagai tolak ukur dalam keberhasilan eksistensi ekonomi Islam di Indonesia. Hal ini terbukti pada tahun 1998 saat Indonesia mengalami krisis moneter yang mengakibatkan banyaknya bank konvensional dilikuidasi karena sistem bunganya dianggap gagal dan akhirnya tenggelam, sementara bank yang menggunakan sistem syariah tetap mampu bertahan dan eksis hingga sekarang. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menjalankan fungsi pengaturan dan fungsi pengawasan pada Bank Syariah sebagaimana halnya pada bank konvensional mulai dari bagian pelaksanaan prinsip kehati-hatian hingga tata kelola yang baik, tetapi sistem pengaturan dan pengawasannya disesuaikan dengan ciri khas sistem operasional pada perbankan syariah yang semestinya (Otoritas Jasa Keuangan, 2017b).

Tanggal 01 Februari 2021 adalah tanggal yang bersejarah bagi dunia perbankan syariah di Indonesia, karena 3 Bank BUMN memutuskan untuk merger, yaitu Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah, dan BNI Syariah bergabung menjadi satu entitas baru dan diberi nama Bank Syariah Indonesia (BSI). Tujuan mergernya 3 Bank BUMN ini untuk menghadirkan layanan yang jauh lebih lengkap, kapasitas permodalan yang lebih baik dan mempunyai jangkauan yang lebih luas dengan cara menyatukan keunggulan-keunggulan dari masing-masing Bank Syariah tersebut. Sinergi dari 3 perusahaan induk yaitu Bank Mandiri, BRI, dan BNI terus mendorong Bank Syariah Indonesia (BSI) supaya mampu bersaing pada tingkat global dan hal ini didukung oleh komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN. Kehadiran Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah satu bentuk usaha atau ikhtiar pemerintah dalam melahirkan Bank Syariah yang diharapkan dapat menjadi energi baru pada pembangunan ekonomi di Indonesia untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat luas serta menjadi Bank Syariah kebanggaan umat. Bank Syariah Indonesia (BSI) juga dijadikan cerminan wajah perbankan syariah di Indonesia yang mencerminkan sifat universal, modern, dan tentunya memberikan kebaikan bagi semesta alam (Bank Syariah Indonesia, 2021). Bank Syariah di Indonesia aktif diawasi oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) yang tugas utamanya yaitu mengawasi produk-produk lembaga keuangan syariah agar tidak melenceng dan selalu sejalan dengan prinsip-prinsip syariah Islam.

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) pada tahun 2010 merilis fatwa mengenai Cicil Emas, yaitu dalam fatwa No. 77/DSN-MUI/V/2010 yang menjelaskan tentang kebolehan dalam mengadakan transaksi jual beli emas secara tidak tunai, baik itu dilakukan dengan jual beli biasa maupun dilakukan dengan jual beli *murabahah*,

hukumnya adalah boleh (*mubah, jaiiz*) selagi emas tersebut tidak menjadi alat tukar yang resmi seperti uang. Emas merupakan logam mulia yang dapat dikatakan paling disukai oleh masyarakat luas untuk dijadikan investasi atau digunakan sebagai perhiasan sehari-hari. Harga emas setiap tahunnya cenderung naik mulai dari sekitar 5% hingga 20% per tahun, maka dari itu emas banyak dimanfaatkan sebagai bentuk investasi. Investasi emas dianggap paling aman bagi orang-orang awam yang ingin melakukan investasi tetapi belum berani mengambil resiko tinggi. Bank Syariah Mandiri (sekarang bernama Bank Syariah Indonesia) memanfaatkan hal tersebut dengan mengeluarkan produk investasi berupa cicil emas pada tahun 2013. Produk ini dikeluarkan untuk menjawab kebutuhan masyarakat akan produk investasi yang memiliki resiko rendah dan memberikan peluang kepada masyarakat untuk mempunyai logam mulia (emas batangan) minimal berat 10gram sampai 250gram dengan cara dicicil menggunakan akad *murabahah* (jual-beli) yang jaminannya diikat oleh akad *rahn* (gadai).

Bank Syariah Indonesia (BSI) memperkuat bisnis cicil emas melalui perjanjian kerjasama dengan Jamkrindo Syariah (JamSyar) pada tanggal 24 Maret 2021 di Jakarta. Perjanjian kerjasama ini bertujuan untuk meningkatkan layanan prima perbankan, mendukung pertumbuhan bisnis-bisnis syariah dan juga sebagai bentuk kerjasama dalam penjaminan kepemilikan emas. Cicil emas adalah salah satu produk dari BSI yang sangat diminati karena dapat memfasilitasi masyarakat untuk mempunyai logam mulia berbentuk emas batangan. Penentuan harga emas ditentukan pada saat melakukan akad menggunakan akad *murabahah* (jual-beli) dan akad *rahn* (gadai) yang pembayaran emasnya dilakukan secara cicilan (tidak tunai) (Bank Syariah Indonesia, 2021b). Produk cicil emas meningkat pada awal tahun 2022 karena harga emas

terus naik dan akan terus tumbuh cukup baik seiring dengan meningkatnya kemampuan masyarakat (F. Sari, 2022). Bapak Hery Gunardi selaku Direktur Utama Bank Syariah Indonesia (BSI) mengatakan bahwa jumlah nasabah BSI pada awal peresmian merger ada sebanyak 15 juta rekening dan jumlah tersebut ditargetkan akan bertambah sekitar 1 juta hingga 1,5 juta per tahun (Yogatama, 2021). Perlu disayangkan bahwa potensi jumlah nasabah yang besar ini ternyata tidak secara otomatis membuat masyarakat luas mengetahui dan mengerti tentang produk-produk yang dihasilkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) selain dari produk tabungan.

Berdasarkan observasi peneliti masih ada masyarakat di lingkungan sekitar peneliti terutama dilingkungan keluarga-keluarga terdekat yang belum mengetahui bahwa Bank Syariah Indonesia memiliki produk cicil emas. Hanya ada 6 dari 40 orang saja yang mengetahui tentang produk cicil emas, itupun hanya sekedar mengetahui nama produknya saja tidak dengan cara dan detail produknya. Enam (6) orang yang mengetahui mengenai produk cicil emas ini berusia 20 – 24 tahun yang dapat dikatakan sebagai gen Z. Kalangan ibu-ibu dan bapak-bapak masih kurang mengetahui bahwa sejak tahun 2013 Bank Syariah Mandiri sudah mempunyai produk cicil emas. Sedikit demi sedikit diberikan pengertian mengenai produk cicil emas yang sekarang ada pada Bank Syariah Indonesia (BSI), beberapa sanak keluarga mulai mencari tahu mengenai produk tersebut di internet dan sosial media Bank Syariah Indonesia sebagai bentuk ketertarikan setelah mendapat informasi. Hal ini terjadi karena sosialisasi memiliki salah satu sarana yaitu sarana promosi, dan menurut William J. Stanton (2011) promosi merupakan sebuah upaya yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk memberitahu, membujuk, dan memperkenalkan produk dari perusahaan tersebut kepada masyarakat

luas. Melihat dari permasalahan ini, Bank Syariah Indonesia (BSI) perlu melakukan peningkatan kegiatan sosialisasi mengenai produk-produk perbankan dan keuangan syariah kepada para masyarakat maupun nasabahnya secara menyeluruh dan Bank Syariah Indonesia (BSI) juga perlu melakukan kegiatan promosi dengan lingkup yang lebih luas lagi supaya nasabah dapat memahami produk dengan baik serta meningkatkan minat nasabah terhadap produk-produk yang dipasarkan terutama produk cicil emas.

Sosialisasi dapat dikatakan sebagai satu hal yang sangat penting bagi semua individu, karena dengan adanya sosialisasi kita dapat mengetahui, mengenal, hingga memahami satu sama lain. Sosialisasi adalah sarana yang paling ampuh dalam menarik minat nasabah dan juga untuk mempertahankan nasabah, karena tujuan dari sosialisasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan adalah untuk memperkenalkan berbagai jenis produk yang dimiliki serta mempengaruhi nasabah untuk bergabung dengan produk yang ditawarkan. Begitu juga dengan Bank Syariah Indonesia (BSI) perlu melakukan kegiatan sosialisasi sebagai bentuk promosi dalam memasarkan produknya supaya dapat memahami kebutuhan dan keinginan nasabah serta meningkatkan keuntungan melalui peningkatan jumlah nasabah.

Penelitian ini mengacu kepada penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Zahra Zulchayra, Azharsyah, dan Ana Fitria (2020) yang mengukur pengaruh dari sosialisasi dan pengetahuan terhadap minat investasi pada Pasar Modal Syariah. Penelitian ini dengan penelitian Zahra Zulchayra, dkk memiliki perbedaan, yaitu penelitian ini menggunakan minat nasabah dalam produk cicil emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Tangerang Karawaci Mutiara tahun 2022, sedangkan

pada penelitian Zahra Zulchayra, dkk menggunakan minat investasi pada Pasar Modal Syariah tahun 2020. Perbedaannya terletak di variabel dependen, objek penelitian, dan juga tahun pelaksanaan penelitiannya.

Penelitian Zahra Zulchayra, dkk (2020) menghasilkan bahwa variabel sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi, penelitian Zahra Zulchayra, dkk didukung oleh penelitian Mubarak (2018) yang mengatakan bahwa sosialisasi berkontribusi dalam meningkatkan variabel minat sebesar 56%. Penelitian lain yang dilakukan oleh Firman Hidayat dan Kayati (2020) menyimpulkan bahwa variabel sosialisasi berpengaruh positif terhadap minat (Hidayat & Kayati, 2020), tetapi dalam hasil penelitian Nurhayati (2021) dinyatakan bahwa pengaruh dari variabel sosialisasi terhadap minat relatif kecil (Nurhayati, 2021)

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul **“PENGARUH SOSIALISASI BANK SYARIAH TERHADAP MINAT NASABAH DALAM PRODUK CICIL EMAS PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA KCP TANGERANG KARAWACI MUTIARA”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Sosialisasi pada Bank Syariah dinilai penting untuk menjadi salah satu upaya dalam meningkatkan jumlah nasabah suatu bank, karena itu Bank Syariah Indonesia perlu melakukan sosialisasi secara rutin supaya nasabah dan calon nasabah semakin mengerti mengenai

produk dan jasa perbankan serta membuat nasabah berminat untuk bergabung pada produk atau jasa yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia (BSI).

2. Produk cicil emas merupakan produk yang mempunyai potensi berkembang yang bagus pada era digital saat ini, oleh sebab itu Bank Syariah Indonesia (BSI) perlu melakukan cara untuk menambah nasabah yang salah satu caranya adalah memperluas dan memaksimalkan sosialisasi.

C. Batasan Masalah

Pembatasan masalah bertujuan untuk membatasi pembahasan pokok permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian, supaya penelitian tersebut menjadi lebih fokus, terarah, tidak menyimpang dari sasaran utama dan tidak menimbulkan kesimpangsiuran pada hasil penelitian, maka peneliti akan membatasi masalah penelitian ini pada:

1. Penelitian hanya berfokus mengenai sosialisasi Bank Syariah terhadap minat nasabah dalam produk cicil emas pada Bank Syariah Indonesia.
2. Penelitian dilaksanakan pada salah satu Kantor Cabang Pembantu Bank Syariah Indonesia yaitu KCP Tangerang Karawaci Mutiara.
3. Penelitian dilakukan pada tahun 2022.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian batasan masalah di atas, maka rumusan masalah untuk penelitian ini adalah “Apakah sosialisasi Bank Syariah berpengaruh terhadap minat nasabah dalam produk cicil emas pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Tangerang Karawaci Mutiara?”

E. Tujuan Penelitian

Tujuan merupakan target yang ingin dicapai dalam melaksanakan suatu kegiatan. Berdasarkan pada rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh sosialisasi Bank Syariah terhadap minat nasabah dalam produk cicil emas pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Tangerang Karawaci Mutiara.

F. Manfaat Penelitian

1. Akademisi

Hasil dari penelitian ini semoga dapat memberikan sebuah wawasan baru dan menambah pengetahuan bagi para pembaca, serta diharapkan juga dapat menjadi penelitian rujukan sebagai referensi kepada calon peneliti yang hendak melaksanakan penelitian yang berkaitan dengan sosialisasi Bank Syariah terhadap minat nasabah dalam produk cicil emas.

2. Peneliti

Penelitian ini memberikan wawasan tentang hal baru yang berkaitan dengan pengetahuan bagi peneliti dan dapat dijadikan sebagai sarana pembelajaran dalam mengaplikasikan ilmu, mengidentifikasi dan menganalisis permasalahan yang terdapat pada dunia perbankan syariah. Proses penelitian dan hasil penelitian yang didapat membuat ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh peneliti menjadi lebih luas, khususnya yang menyangkut tentang sosialisasi produk cicil emas pada perbankan syariah.

3. Lembaga Perbankan Syariah

Hasil akhir dari terselesaikannya penelitian ini diharapkan dapat memberi sebuah kontribusi yang baik untuk lembaga perbankan syariah di Indonesia sebagai usaha meningkatkan kinerja dalam hal

memberikan pemahaman kepada masyarakat luas mengenai produk-produk yang dimiliki oleh perbankan, terkhusus produk cicil emas sebagai produk investasi yang menjanjikan dan diharapkan dapat menjadi sebuah tolak ukur dalam tingkat keberhasilan sosialisasi untuk mengetahui minat nasabah terhadap produk cicil emas.

G. Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian skripsi ini disusun dengan sistematika berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan memberikan gambaran umum mengenai pola pikir dari keseluruhan isi yang terdapat dalam skripsi ini. Peneliti dalam BAB I menguraikan secara lengkap mengenai latar belakang masalah penelitian, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat dari dilaksanakannya penelitian ini, serta dijelaskan juga mengenai bagaimana sistematika penulisan penelitian skripsi.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Mengacu kepada penelitian-penelitian terdahulu, pada BAB II peneliti menjelaskan mengenai landasan teori dan rincian penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan sosialisasi, minat nasabah, produk cicil emas BSI, dan hubungan antar variabel, serta menyajikan hipotesis model atau gambar penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Metode penelitian memaparkan mengenai apa metodologi yang dipergunakan untuk menguji variabel pada penelitian ini, hal-hal yang dibahas dalam BAB III diantaranya ada

ruang lingkup penelitian, sumber data yang digunakan, teknik mengumpulkan data, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, definisi operasional dan pengukuran variabel, dan juga menguraikan tentang teknik analisis data apa saja yang digunakan.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab hasil penelitian adalah bab terpenting yang menjawab hasil akhir dari suatu penelitian. Bab ini akan menjelaskan profil objek penelitian secara singkat, hasil wawancara, dan memaparkan hasil dari uji statistik serta analisis data yang telah dilakukan pada penelitian ini secara lengkap.

BAB V : PENUTUP

Penutup atau BAB V terdiri dari kesimpulan, keterbatasan dalam melaksanakan penelitian, saran, dan bab ini merupakan bab terakhir dalam skripsi. Bab V memuat tentang kesimpulan hasil penelitian yang didapat dari analisis data yang telah dipaparkan pada bab IV, serta memuat saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk peneliti mendatang dalam melakukan penelitian selanjutnya.