

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan sendiri yaitu perusahaan yang berperan dalam bidang ekonomi sebuah Negara termasuk Indonesia. Perbankan yaitu lembaga keuangan yang mempunyai kegiatan menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat. Lembaga keuangan yang menjalankan kegiatannya masih berdasarkan syariat Islam adalah Perbankan Syariah.¹ Berbagai bentuk transaksi berdasarkan prinsip Islam yang dilakukan Perbankan Syariah salah satunya adalah melarang adanya riba tersebut ditegaskan dalam Surah Al-Imran ayat 130

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا
اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

*rtinya : Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung.*²

¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT.Rajagrafindo Persada, 2016). h.12

² Depertemen Agama, *Al-Kafi Mushaf Al- Qur'an* (Bandung: CV. Penerbit Diponogoro, 2013). h.66

Berdasarkan ayat ini Allah menolak riba dalam proses transaksi di Perbankan Syariah karena sistem riba diharamkan dalam agama Islam dan dalam ayat ini juga Allah memerintahkan untuk menjalankan usaha sesuai dengan ajaran agama agar selamat dunia dan akhirat.

Perbankan Syariah sendiri memiliki tiga fungsi utama yang dijalankan yaitu meminjamkan uang, menyalurkan uang dan memberikan jasa pengiriman uang.³ Perbankan Syariah sendiri mampu menarik perhatian masyarakat, sehingga Perkembangan Perbankan Syariah sendiri terbilang cukup pesat hampir di setiap daerah terdapat Perbankan Syariah. Perbankan Syariah diuntut untuk mampu bersaing dengan Bank Konvensional yang tergolong berdiri lebih dulu dibanding dengan Perbankan Syariah, peminat Bank Konvensional juga tergolong masih tinggi. Pemikiran dan praktik pemasaran kontemporer berfokus pada kepuasan pelanggan. Hanya perusahaan yang memiliki kemampuan untuk membangun dan mempertahankan pelanggan mereka yang dapat menang dalam persaingan. Sangat penting untuk memahami perilaku

³ Dwi Suwikyo, *Analisis Laporan Keuangan Perbankan Syariah* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2016). h.35

pelanggan secara keseluruhan. Karena nasabah itu sendiri yang memutuskan antara perbankan Syariah atau konvensional.

Pedagang merupakan orang yang melakukan pertukaran niaga, membeli dan memperjual belikan produk yang tidak di produksinya dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Peran Pedagang adalah aktif dalam kegiatan perekonomian masyarakat. Manfaat yang diberikan oleh pedagang termasuk meningkatkan pendapatan, memberikan lapangan pekerjaan, yang mengurangi jumlah pengangguran, memberikan banyak peluang bagi masyarakat untuk mengembangkan potensinya, dan memiliki kemampuan untuk memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. Para pedagang tidak boleh dipandang sebelah mata.

Perbankan Syariah dapat menggunakan pedagang pasar sebagai target yang tepat untuk mendapatkan lebih banyak klien untuk meningkatkan produknya. Salah satunya yaitu pedagang Pasar Kranggot yang peneliti fokuskan sebagai tempat penelitian. Dimana dalam hal ini Pasar Keranggot merupakan satu-satunya pasar tradisional yang berukuran cukup besar di Kota Cilegon dengan jumlah pedagang kurang lebih 2,438

pedagang. Pasar Kranggot juga merupakan pasar yang letaknya dekat dengan Perbankan Syariah, sehingga pedagang pasar tentu tidak asing dengan sistem Perbankan Syariah. Pasar Kranggot menjadi sumber untuk memenuhi kebutuhan pangan warga masyarakat Kota Cilegon.

Tabel 1 1
Jumlah Pedagang

No	Jenis Bangunan	Jumlah
1	Kios	678
2	Los	288
3	Auwing	1287
4	Lahan swadaya	185
TOTAL		2438 ⁴

Berdasarkan jumlah pedagang pasar diatas, pedagang yang berjualan di dalam bangunan kios sejumlah 678 pedagang, pedagang yang berjualan di dalam bangunan los sejumlah 288, pedagang yang berjualan di dalam bangunan awning sejumlah 1278 pedagang, dan pedagang yang berjualan di lahan swadaya sejumlah 185 pedagang. Jumlah pedagang tersebut yang

⁴ Data Sub Bagian Tata Usaha, UPTD (Unit Pelaksanaan Teknis Dinas) Pasar Baru Kranggot, Cilegon, Banten.

menjadi target marketing perusahaan perbankan untuk menggunakan pembiayaan di perbankan syariah.

Pedagang Pasar Kranggol menggunakan 3 jenis modal yaitu modal sendiri, modal konsinyasi, dan modal pinjaman. Pembiayaan di Perbankan Syariah bisa dibilang sangat dibutuhkan oleh pedagang pasar apalagi mendekati bulan Ramadhan yang pada kenyataannya membutuhkan banyak suntikan modal. Tentu dalam proses pengambilan suatu keputusan pedagang pasar dipengaruhi oleh banyak faktor baik itu dari dalam atau dari luar. Faktor dari dalam yang mempengaruhi pedagang dalam mengambil keputusan adalah pelayanan yang satset, mampu menjaga rahasia, staf yang ramah, lokasi, serta keunggulan dan variabel produk. Sedangkan faktor dari luar adalah sistem bauran pemasaran. Dalam mengambil keputusan menggunakan suatu produk pembiayaan atau jasa oleh pedagang (nasabah) tentu pedagang mempertimbangkan berbagai faktor. Ada banyak sekali faktor yang bisa mempengaruhi keputusan nasabah diantaranya yaitu kepercayaan, produk dan reputasi.

Kepercayaan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah, disebabkan Perbankan Syariah sendiri merupakan perusahaan yang berorientasi pada kepercayaan sehingga kepercayaan merupakan suatu hal yang sangat penting untuk menjalin kerja sama. Tanpa kepercayaan dari nasabah, Bank tidak dapat membangun kemitraan antar Perbankan Syariah dan nasabah.⁵ Oleh karena itu, penting bagi Perbankan Syariah untuk dipercaya oleh nasabah. Kepercayaan nasabah juga bisa timbul akibat loyalitas dari Perbankan, kemampuan melayani dengan baik nasabah juga bisa dijadikan sesuatu yang harus diberi perhatian oleh perusahaan Perbankan untuk mengambil kepercayaan nasabah. Selanjutnya yaitu perusahaan Perbankan harus memiliki integritas yang baik, perusahaan Perbankan harus bisa memenuhi semua kewajibannya terhadap nasabah dan yang terakhir yaitu keterbukaan antara nasabah dan pihak Perbankan Syariah. Jika sudah ada kepercayaan antara Perbankan Syariah dan nasabah, akan lebih mudah untuk membangun kerja sama yang menguntungkan kedua belah pihak. Keuntungan bagi pihak

⁵ Endang Tri Wahyuni, 'Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah', *Jurnal Ekonomi Bisnis Islam*, h.684.

bank, yaitu dapat menumbuhkan loyalitas nasabah dan pihak pelanggan mendapatkan produk yang tepat sesuai dengan kebutuhan.

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan dengan tujuan menarik perhatian pelanggan untuk digunakan sesuai kebutuhan.⁶ Kualitas produk yang baik juga sangat diperlukan dimiliki oleh perusahaan Perbankan Syariah. Produk juga merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh Perbankan Syariah untuk mendapatkan pelanggan. Sehingga bukan rahasia lagi setiap perusahaan perbankan terus membuat inovasi-inovasi produk untuk terus menarik nasabah. Bukan rahasia juga kita sebagai nasabah tentu ingin mendapatkan produk yang sesuai dengan apa yang kita butuhkan. Sehingga bank harus mempertimbangkan keinginan dan kebutuhan klien secara berkala. Dengan demikian, penting bagi Perbankan Syariah untuk mempertahankan dan mengembangkan berbagai macam produk, layanan, dan skema keuangan yang beragam dan sesuai kebutuhan nasabah.

⁶ Morissan, *Periklanan Komunikas Pemasaran Terpadu* (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2007). h.75

Perbankan Syariah muncul sebagai pilihan perbankan yang kredibel yang dapat diakses oleh semua populasi Indonesia. Semakin banyak orang yang menggunakan barang dan produk syariah maka semakin berkembang perbankan syariah disemua kalangan.

Reputasi mungkin menjadi salah satu aspek yang diperlukan oleh Perbankan. karena alasan utama nasabah memutuskan menggunakan pembiayaan di Perbankan Syariah adalah reputasi Bank itu sendiri. Dengan menggunakan hukum Islam dalam proses kegiatan Perbankannya, membuat reputasi Perbankan Syariah menjadi baik. Reputasi juga tidak kalah pentingnya bagi layanan Perbankan Syariah, dengan reputasi yang baik dapat menjadi sumber modal utama bagi Perbankan untuk dapat menjalin proses kerja sama antara Bank dan nasabah. Belum lagi jika perusahaan lengkap dengan pelayanan yang baik yang memuaskan nasabah. Segala sesuatu yang berhubungan dengan kepuasan nasabah menjadi prioritas utama bagi perusahaan Perbankan untuk terus mengembangkan reputasinya guna menarik perhatian nasabah.

Reputasi merupakan aset tidak terwujud suatu perusahaan, namun merupakan aset terpenting yang dimiliki suatu perusahaan. Oleh sebabnya perusahaan membangun reputasi sebuah perusahaan Perbankan dengan baik. Komunikasi juga tidak kalah penting dalam membangun reputasi yang baik karena dengan komunikasi yang baik pelanggan dapat dengan mudah mengetahui apa saja yang ada didalam perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepercayaan pedagang pasar (nasabah) terhadap Perbankan Syariah, produk Perbankan Syariah dan reputasi Perbankan Syariah terhadap keputusan penggunaan pembiayaan di Perbankan Syariah. Hal ini membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan Produk dan Reputasi Terhadap Keputusan Penggunaan Pembiayaan Di Perbankan Syariah” (Studi Pada Pedagang Pasar Kota Cilegon).**

B. Identifikasi Masalah

Dengan mempertimbangkan masalah diatas , masalah berikut dapat di identifikasi:

1. Pedagang Pasar Kranggol mayoritas muslim tapi masih sedikit yang menjadi nasabah Perbankan Syariah
2. Produk yang baik tidak selalu membuat pedagang pasar yakin untuk menggunakan pembiayaan di Perbankan Syariah
3. Reputasi yang baik menjadi dasar penilaian untuk dijadikan mitra kerja sama oleh pedagang Pasar Kota Cilegon.
4. Pikiran nasabah yang masih tidak bisa membedakan Perbankan Syariah dan Bank konvensional.

C. Batasan Masalah

Dengan mempertimbangkan latar belakang masalah diatas, fokus penelitian ini adalah:

1. Fokus penelitian ini adalah kepercayaan, produk, dan reputasi Perbankan Syariah pada Pedagang Pasar Kranggol Kota Cilegon.

2. Penelitian ini fokus pada keputusan nasabah dalam penggunaan pembiayaan di Perbankan Syariah pada Pedagang Pasar Kranggan Kota Cilegon.

D. Perumusan Masalah

1. Bagaimana kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan Pedagang Pasar Kranggan Kota Cilegon menggunakan pembiayaan di Perbankan Syariah?
2. Bagaimana produk berpengaruh terhadap keputusan Pedagang Pasar Kranggan Kota Cilegon menggunakan pembiayaan di Perbankan Syariah?
3. Bagaimana reputasi berpengaruh terhadap keputusan Pedagang Pasar Kranggan Kota Cilegon menggunakan pembiayaan di Perbankan Syariah?
4. Bagaimana kepercayaan, produk, dan reputasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan Pedagang Pasar Kranggan Kota Cilegon menggunakan pembiayaan di Perbankan Syariah?

E. Tujuan Penelitian

Dengan mempertimbangkan masalah diatas, tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap keputusan Pedagang Pasar Kranggol Kota Cilegon menggunakan pembiayaan di Perbankan Syariah.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh produk terhadap keputusan Pedagang Pasar Kranggol Kota Cilegon menggunakan pembiayaan di Perbankan Syariah.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh reputasi terhadap keputusan Pedagang Pasar Kranggol Kota Cilegon menggunakan pembiayaan di Perbankan Syariah.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan, produk, dan reputasi secara simultan terhadap keputusan Pedagang Pasar Kranggol Kota Cilegon menggunakan pembiayaan di Perbankan Syariah.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang terkait dengan penelitian tentang pengaruh kepercayaan, produk, dan reputasi terhadap keputusan pedagang menggunakan pembiayaan di Perbankan Syariah.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi sarana belajar untuk mengaplikasikan sedikit ilmu untuk mengidentifikasi permasalahan yang biasa terjadi pada Perbankan Syariah, sehingga peneliti dapat menambah ilmu pengetahuan, khususnya menyangkut tentang pengaruh kepercayaan, produk dan reputasi terhadap keputusan penggunaan pembiayaan di Perbankan Syariah.

3. Bagi Masyarakat Luas

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sedikit manfaat, terutama bagi mereka yang kurang mengenal perbankan syariah tetapi berminat dalam menggunakan pembiayaan di Perbankan Syariah.

G. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab kesatu membahas tentang latar belakang penelitian, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORETIS

Bab kedua membahas tentang paparan teori yaitu uraian sistematis dari teori-teori yang telah dikemukakan oleh para ahli mengenai variabel-variabel penelitian yang dibahas, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ketiga membahas secara menyeluruh setiap aspek penelitian. Ini mencakup waktu dan tempat penelitian, variabel yang digunakan, dan jenis tehnik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data.

BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab ke empat berisi tentang sejarah tempat penelitian, karakteristik responden, deskripsi hasil dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini mencakup kesimpulan dan rekomendasi atau saran dari penelitian.