

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada hakikatnya, bank adalah suatu badan yang menjalankan fungsi intermediasi keuangan atau dengan kata lain menghimpun uang dari masyarakat dalam bentuk pembiayaan. Indonesia memiliki dua jenis konsep perbankan pada sistem operasionalnya, yakni bank konvensional dan bank syariah. Bank Syariah tunduk pada Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008, Bank Syariah adalah bank yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah atau prinsip-prinsip hukum Islam yang ditentukan oleh fatwa Asosiasi Ulama Indonesia, seperti prinsip keadilan dan keseimbangan (*adl wa tawazun*), kebahagiaan (*maslahah*), universalisme (alamiyah) dan tidak mengandung benda *gharar*, *masyir*, riba, dzalim dan haram.<sup>1</sup>

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia saat ini bisa dibilang sangat pesat. Persaingan di dunia perbankan juga semakin ketat. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyiarkan data tersebut pada Agustus 2021. Dalam data itu, terdapat 13 Bank Umum Syariah (BUS) dan 20 Unit Usaha Syariah (UU) yang tersebar di seluruh Indonesia. Bank umum syariah yang tersebar di seluruh Indonesia memiliki 499 kantor cabang (KC), 1.351

---

<sup>1</sup> Adrianto & Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)*, (Surabaya : CV. Penerbit Qiara Media, 2019), h. 14.

kantor cabang pembantu (KCP) dan 194 kantor kas (KK). Data tersebut mengalami peningkatan apabila dibandingkan jumlah bank syariah di tahun 2020. Pada tahun 2020, bank umum syariah memiliki 480 KC, 1.246 KCP, dan 196 KK. Sedangkan pada tahun 2019, bank umum syariah memiliki 477 KC, 1.207 KCP, dan 201 KK. Dari data tersebut menunjukkan bank umum syariah mengalami perkembangan yang cukup baik dengan semakin menyebarnya KC dan KCP ke seluruh daerah di Indonesia.

Selain BUS, Unit Usaha Syariah (UUS) pada tahun 2021 memiliki 168 KC, 169 KCP dan 70 KK. Sama halnya dengan BUS, UUS juga mengalami perkembangan yang cukup baik. Dari data yang dirilis oleh OJK, pada tahun 2019 UUS memiliki 155 KC, 149 KCP, dan 55 KK. Kemudian, mengalami peningkatan pada tahun 2020 dengan memiliki 160 KC, 164 KCP, dan 62 KK.

Terakhir, Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) memiliki 177 Kantor Cabang (KC) dan 306 kantor kas (KK). Tahun 2021 menjadi tahun yang cukup bagus bagi lembaga keuangan syariah, karena selain BUS dan UUS, BPRS juga mengalami peningkatan pada jumlah jumlah KC dan KK yang tadinya hanya 101 KC dan 203 KK pada tahun 2019, serta pada tahun 2020 yang memiliki 168 KC dan 286 KK.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Otoritas Jasa Keuangan (OJK) “Statistik Perbankan Syariah”, 2021, h. 5-7, <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/Pages/Daftar-Alamat-Kantor-Pusat-Bank-Umum-Dan-Syariah.aspx>, diakses pada 10 November 2021, pukul 16.47 WIB

Seiring berkembangnya zaman, persaingan bank syariah dan konvensional menjadi semakin sengit. Hal itu ditunjukkan dengan banyaknya UUS yang dimiliki oleh bank-bank konvensional. Dalam rangka bersaing dengan bank-bank konvensional sekaligus mengembangkan potensi ekonomi halal di Indonesia, pemerintah melakukan merger bank-bank syariah yang dimiliki oleh BUMN yakni Bank Mandiri Syariah, BNI Syariah dan BRI Syariah menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI).

Indonesia memiliki jumlah penduduk 272.248,5 Juta<sup>3</sup> dan tercatat mayoritas penduduknya yaitu beragama Islam, dengan jumlah sekitar 231 Juta yang setara dengan 86,7% dari populasi Indonesia dan 13% jika dibandingkan dengan total populasi muslim di dunia.<sup>4</sup> Ini akan menjadi peluang yang sangat baik bagi perbankan syariah di Indonesia, karena sebagai pemeluk agama mayoritas tentunya akan ada kecenderungan konsumsi kolektif sesuai syariat Islam. Namun kenyataannya, hingga saat ini pangsa pasar perbankan syariah hanya memiliki 6, 55%<sup>5</sup> dibandingkan dengan Negara lain. Hal ini disebabkan kurangnya pemahaman

---

<sup>3</sup>Badan Pusat Statistik (BPS) “Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun” <https://www.bps.go.id/indicator/12/1975/1/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun.html>, diakses pada 10 November 2021, pukul 17.01 WIB.

<sup>4</sup>Nurhadi, “Negara Dengan Penduduk Muslim Terbanyak di Indonesia”, *Tempo*, (2021, <https://dunia.tempo.co/read/1516427/10-negara-dengan-penduduk-muslim-terbanyak-di-dunia/full&view=ok>), diakses pada 10 November 2021, pukul 18.36 WIB.

<sup>5</sup>Shelma Racmahyanti, “Perbankan Syariah Indonesia Tumbuh Positif ditengah Pandemi”, *Idxchannel*, 2021, <https://www.idxchannel.com/economics/ojk-perbankan-syariah-indonesia-tumbuh-positif-di-tengah-pandemi>, diakses 10 November 2021, pukul 21.28 WIB.

atau kesadaran masyarakat terhadap produk dan sistem perbankan syariah, serta lemahnya persaingan dan terbatasnya jaringan.

Menghadapi kondisi seperti itu, pelaku pasar perbankan harus bekerja keras untuk meningkatkan atau mempertahankan daya saing bank. Perbankan perlu memperkuat sosialisasi kepada masyarakat, juga perlu mengetahui strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan. Alat yang efektif untuk meningkatkan sosialisasi dan menentukan strategi pemasaran perbankan syariah adalah dengan memiliki informasi tentang karakteristik, perilaku dan kecenderungan masyarakat terhadap perbankan syariah. Informasi-informasi mengenai masyarakat tersebut dalam sudut pandang ekonomi disebut dengan preferensi konsumen.<sup>6</sup>

Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan atau minat konsumen di antara berbagai pilihan produk dan/atau layanan yang tersedia. Secara umum, preferensi didefinisikan sebagai pilihan seseorang untuk menyukai atau tidak menyukai suatu produk atau jasa. Preferensi konsumen dapat diketahui dengan mengukur kegunaan dan kepentingan relatif dari setiap atribut yang ada dalam suatu produk atau jasa. Preferensi terhadap barang dan jasa dipengaruhi oleh sejumlah faktor, diantaranya faktor sosial, faktor pribadi, faktor budaya dan juga faktor psikologis.

---

<sup>6</sup> Zainun Nadhifah, "Analisis Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jepara" (thesis Fakultas Syariah dan Hukum UNISU Jepara, 2020), h. 2.

Di dalam faktor psikologis, terdapat keyakinan atau keagamaan yang juga memengaruhi preferensi konsumen. Menurut Kim dalam jurnal Handayani, agama bukanlah kesenangan sementara yang dapat diubah dengan perubahannya tren pemasar, melainkan tren jangka panjang di mana agama dapat dilihat sebagai variabel yang berharga dalam upaya memahami perilaku pelanggan. Dan menurut Muhammad dan Mizersky dalam jurnal Handayani, ketaatan beragama adalah salah satu faktor penting yang mempengaruhi konsumen di pasar, yang menunjukkan seberapa besar seseorang menganut nilai-nilai pragmatis yang stabil dan tidak sering berubah.<sup>7</sup>

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lia Aprilia dan kawan-kawan pada Prosiding Webinar Nasional Program Studi Sarjana Akuntansi Universitas Pamulang<sup>8</sup> faktor keagamaan dapat memengaruhi nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah. Semakin tinggi tingkat keagamaan suatu individu maka semakin tinggi individu tersebut menggunakan jasa bank syariah. Namun, pada penelitian tersebut juga disebutkan peningkatan kualitas layanan juga harus dilakukan untuk meningkatkan minat konsumen dalam menggunakan jasa bank syariah.

---

<sup>7</sup> Handayani R, dkk, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Melalui Kepercayaan Merek" dalam *Jurnal Distribusi : Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, Vol. 6, No. 2 (September 2018), h.47-48.

<sup>8</sup> Lia Aprilia, "Pengaruh Faktor Keagamaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Bank Syariah", dalam jurnal *Prosiding Webinar Nasional "Covid-19 Pandemic and Current Issue in Accounting Research"*, h. 76-77.

Di sisi lain, dalam penelitian yang dilakukan oleh Kurniati pada Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia<sup>9</sup> selain faktor agama, kualitas layanan sumber daya manusia, kualitas keamanan dan lokasi yang dekat dengan konsumen juga memengaruhi minat konsumen dalam memilih produk bank syariah. Berbeda dengan dua penelitian sebelumnya, Asra Idriyansyah Purba pada penelitian yang dilakukan kepada pegawai Kementerian Agama Tanjung Balai, faktor agama tidak memiliki pengaruh dalam pemilihan produk bank syariah oleh konsumen, namun justru faktor ekonomi yang cenderung memengaruhi para staf kementerian agama dalam memilih produk bank syariah.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan preferensi keagamaan untuk menganalisis keputusan nasabah dalam memilih produk perbankan syariah. Peneliti memilih preferensi keagamaan sebagai variabel karena faktor keagamaan memiliki peranan penting dalam memengaruhi konsumen. Selain itu, preferensi keagamaan juga dapat dijadikan sebagai instrumen *Syariah Marketing* atau konsep pemasaran spritual. Konsep tersebut terbilang masih baru maka diperlukan terobosan-terobosan strategi bisnis yang ideal.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Kurniati, "Analisis dan Preferensi Nasabah Muslim dan Nasabah Non Muslim Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah di Provinsi DIY (Studi Kasus di Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta dan Pembangunan Daerah DIY Syariah)" dalam *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. 2, No. 2 (Desember 2012), h.272.

<sup>10</sup> Asra Idriyansyah Purba, "Preferensi Pegawai Negeri Sipil Kementerian Agama Tanjung Balai Dalam Memilih Pembiayaan di Bank

Prefensi keagamaan sebagai instrumen dari *Syariah Marketing* sangat relevan apabila dilakukan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk bank syariah. Seperti diketahui bersama, bank syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan usaha dengan prinsip-prinsip Islam, maka perlu dilakukan penelitian apakah prefrensi keagamaan memengaruhi nasabah dalam memilih produk.<sup>11</sup>

Peneliti melakukan penelitian di Bank BSI KCP Serang Cikande 2 karena bank tersebut merupakan salah satu KCP BSI yang menjadi Top 10 KCP BSI di Provinsi Banten. *Branch Manager* BSI KCP Serang Cikande 2, Asep Saepul menjelaskan bahwa pencapaian tersebut terjadi karena adanya kepuasan nasabah dalam menggunakan produk/jasa di bank tersebut.<sup>12</sup>

Berdasarkan uraian yang diberikan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **Pengaruh Preferensi Keagamaan Terhadap Pemilihan Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Nasabah BSI KCP Serang Cikande 2 Tahun 2021)**.

---

Syariah” dalam *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, Vol. 2, No. 1, (April 2021), h.54.

<sup>11</sup> Lia Aprilia, “Pengaruh Faktor Keagamaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Bank Syariah”, dalam jurnal *Prosiding Webinar Nasional “Covid-19 Pandemic and Current Issue in Accounting Research”*, h. 75.

<sup>12</sup> Asep Saepul M, *Branch Manager* BSI KCP Serang Cikande 2, Tanggal 27 Januari 2022.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah maka identifikasi masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berkembangnya perbankan syariah saat ini belum diimbangi dengan peningkatan keputusan masyarakat dalam memilih produk atau jasa bank syariah.
2. Terdapat banyak faktor yang memengaruhi preferensi konsumen dalam memilih produk bank syariah.
3. Alat yang efektif untuk meningkatkan sosialisasi dengan menentukan strategi pemasaran perbankan syariah adalah dengan memiliki informasi tentang, karakteristik, perilaku, dan preferensi masyarakat terhadap perbankan syariah.

## **C. Batasan Masalah**

Batasan ruang lingkup dalam penelitian ini fokus terhadap permasalahan yang ada agar tujuan dari penelitian ini tidak menyimpang dari sasarannya. Oleh karena itu, penulis akan membatasi penelitian ini pada :

1. Fokus penelitian hanya mengenai pengaruh preferensi terhadap produk perbankan syariah
2. Penelitian ini dilakukan pada nasabah yang memilih produk atau jasa perbankan syariah di BSI KCP Serang Cikande 2

## **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah diatas, penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu :



1. Apakah preferensi keagamaan berpengaruh terhadap pemilihan produk perbankan syariah?
2. Berapa besar pengaruh preferensi keagamaan terhadap pemilihan produk perbankan syariah?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan utama yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah preferensi keagamaan berpengaruh terhadap pemilihan produk perbankan syariah.
2. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh preferensi keagamaan terhadap pemilihan prooduk perbankan syariah

#### **F. Manfaat Penelitian**

1. Akademisi

Harapan penulis, penelitian yang ditulis ini dapat memberikan wawasan serta pengetahuan baru bagi para pembaca dan menjadi tambahan referensi bagi penelitian terkait preferensi keagamaan terhadap pemilihan produk perbankan syariah.

2. Lembaga Perbankan Syariah

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan untuk menentukan strategi dalam meningkatkan kualitas produk terhadap para nasabah, serta hal-hal yang dapat mendukung bank kearah yang lebih baik.

### 3. Peneliti

Bagi Penulis, penelitian ini bermanfaat untuk mengimplementasikan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan. Khususnya di bidang perbankan syariah. Selain itu, tidak lain adalah sarana untuk menambahkan pemahaman dalam informasi dan pengetahuan terkait dengan preferensi keagamaan terhadap produk perbankan syariah.

## G. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Dalam melakukan penelitian seringkali adanya pembahasan yang sama walaupun tujuan yang diteliti tersebut berbeda. Dari penelitian ini, penulis mendapatkan temuan sumber diskusi lain yang lebih awal membicarakan pengaruh preferensi keagamaan terhadap pemilihan produk perbankan syariah :

**Tabel 1.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Penulis dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Lia Aprilia, dkk. "Pengaruh Faktor Keagamaan dan Kualitas	1. faktor keagamaan terhadap keputusan nasabah menggunakan	1. Subjek penelitian mereka yaitu nasabah Bank Mandiri Syariah	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa faktor keagamaan dan kulaitas pelayanan

	<p>Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Bank Syariah”<sup>13</sup></p>	<p>jasa bank syariah</p> <p>2. Metode penelitiannya sama-sama kuantitatif</p> <p>3. Teknik pengumpulan datanya sama-sama menggunakan angket</p>	<p>Cabang Pamulang. Sedangkan peneliti subjek penelitiannya yaitu pada nasabah BSI KCP Serang Cikande 2</p> <p>2. Teknik analisis data yang mereka gunakan yaitu analisis regresi linier berganda, sedangkan peneliti menggunakan analisis regresi linier sederhana</p>	<p>berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah</p>
--	---	---	---	--

---

<sup>13</sup> Lia Aprilia, “Pengaruh Faktor Keagamaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Bank Syariah”, dalam jurnal *Prosiding Webinar Nasional “Covid-19 Pandemic and Current Issue in Accounting Research”*, h. 75.

2.	Kurniati “Analisis dan Preferensi Nasabah Muslim dan Nasabah Non Muslim Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah di Provinsi DIY (Studi Kasus di Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta dan Pembangunan Daerah DIY Syariah)” <sup>14</sup>	1. Persamaannya ada pada ingin mengetahui preferensi nasabah muslim terhadap keputusan memilih perbankan syariah 2. Metode penelitiannya sama-sama kuantitatif 3. Teknik pengumpulannya datanya sama-sama menggunakan angket	1. Subjek penelitian Muhammad Kurniati yaitu nasabah bank syariah di Provinsi DIY. Sedangkan peneliti subjek penelitiannya yaitu pada nasabah BSI KCP Serang Cikande 2. 2. Teknik analisis data yang mereka gunakan yaitu analisis regresi Inier berganda, sedangkan peneliti menggunakan	Preferensi nasabah muslim dan non muslim memilih bank syariah karena faktor kualitas SDM, dan yang kedua yaitu karna faktor agama.
----	---	--	--	--

<sup>14</sup> Kurniati, “Analisis dan Preferensi Nasabah Muslim dan Nasabah Non Muslim Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah di Provinsi DIY (Studi Kasus di Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta dan Pembangunan

			<p>analisis regresi linier sederhana</p> <p>3. Teknik pengambilan samplingnya, Kurniati menggunakan <i>Snowball Sampling</i>, sedangkan peneliti menggunakan <i>Purposive Sampling</i>.</p>	
3.	Asra Idriyansyah Purba. “Preferensi Pegawai Negeri Sipil Kementerian Agama	1. Persamaannya ada pada preferensi keagamaan terhadap keputusan memilih produk/jasa	A. Subjek penelitian Asra yaitu Pegawai Negeri Sipil Kementerian Agama Tanjung Balai	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara parsial faktor agama tidak memiliki pengaruh terhadap

	<p>Tanjung Balai</p> <p>Dalam Memilih Pembiayaan di Bank Syariah”<sup>15</sup></p>	<p>bank syariah</p> <p>2. Metode penelitiannya sama-sama kuantitatif</p> <p>3. Teknik pengumpulannya datamanya sama-sama menggunakan angket</p>	<p>Sedangkan peneliti subjek penelitiannya yaitu pada nasabah BSI KCP Serang Cikande 2.</p> <p>B. Teknik pengambilannya samplingsnya, dimana asra menggunakan <i>Random Sampling</i>, sedangkan peneliti menggunakan <i>Purposive Sampling</i></p>	<p>preferensi pegawai negeri sipil Kementerian Agama Tanjung Balai dalam memilih pembiayaan di bank syariah. Sedangkan faktor ekonomi memiliki pengaruh terhadap preferensi pegawai negeri sipil Kementerian Agama Tanjung Balai dalam memilih pembiayaan di bank syariah. Secara simultan faktor agama dan ekonomi dalam</p>
--	--	---	--	---

---

<sup>15</sup> Asra Idriyansyah Purba, “Preferensi Pegawai Negeri Sipil Kementerian Agama Tanjung Balai Dalam Memilih Pembiayaan di Bank Syariah” dalam *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, Vol. 2, No. 1, (April 2021), h.54

				<p>memilih pembiayaan di bank syariah. Secara simultan faktor agama dan ekonomi memiliki pengaruh positif terhadap preferensi pegawai negeri sipil kementerian agama Tanjung Balai dalam memilih pembiayaan di bank syariah.</p>
--	--	--	--	--

## H. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dalam penulisan ini adalah:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran,

hipotesis, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II : KAJIAN TEORITIS**

Menguraikan landasan teori-teori sebagai hasil dari studi pustaka. Teori yang didapat akan menjadi landasan pendukung mengenai masalah yang diteliti oleh penulis, lalu menguraikan hubungan antar variabel, dan hipotesa.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Menguraikan tentang mengenai waktu dan tempat penelitian yang diambil oleh peneliti, populasi dan sampel, jenis metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian.

## **BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

Membahas tentang gambaran umum objek penelitian, dan uraian hasil penelitian berupa temuan-temuan dari penelitian yang telah dilakukan.

## **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bagian akhir yang berisikan kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian yang diperoleh.