BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah menjadi tolak ukur keberhasilan pertumbuhan dan eksistensi ekonomi syariah (Ikatan Bankir Indonesia, 2015:5). Beberapa tahun terakhir perbankan syariah di Indonesia tumbuh dengan pesat. Berdasarkan Roadmap Perbankan Syariah OJK, perkembangan industri perbankan syariah perlu mempercepat dan meningkatkan jangkauan layanan untuk para konsumennya, sehingga dalam memanfaatkan perekonomian lebih dirasakan oleh para konsumennya. Struktur perbankan syariah mengoptimalkan peran dari peningkatan komitmen BUK untuk mengembangkan layanan perbankan syariah hingga mencapai *share* minimal diatas 10% aset BUK Induknya. Struktur industri perbankan syariah nasional yang dimiliki oleh Bank Umum Konvensional (BUK). Namun, dari 12 BUK dan 32 UUS yang beroperasi hanya 3 BUS/UUS yang memiliki pangsa aset mencapai 10% dari BUK induknya. Dilihat dari skala aset mayoritas Bank Syariah masih sekitar 2,4% hingga 9,3% dari aset BUK induknya.

Bank syariah merupakan perbankan yang fungsinya untuk menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008. Sumber dana bank syaria berasal dari giro, tabungan, deposito, pinjaman dari bank lain, pinjaman dari bank sentral, dan perubahan pada modal sendiri (Nopirin, 1984:22). Perkembangan perbankan syariah di Indonesia, banyak masyarakat yang belum mengetahui atau memahami tentang produk yang berada di bank syariah. Pemahaman tentang produk bank syariah, sangat menentukan kualitas dalam pendapatan dana bank yang berpengaruh terhadap laba bank syariah yang senantiasa menunjukan kualitas terbaik dalam jangka waktunya.

Pemahaman ini diluruskan (Muhammad, 2002:2), bank syariah adalah lembaga keuangan yang bersifat universal. Bank syariah yang mendapat julukan bank tanpa bunga yang artinya tidak ada bunga di dalamnya, karena bunga bank hukumnya haram (N. Huda dan M. Heykal: 2010). Hal tersebut merupakan salah satu faktor tentang keputusan nasabah muslim menggunakan jasa perbankan syariah di bandingkan dengan perbankan konvensional.

Dengan demikian, bank syariah dalam menjalankan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip syariah, maka masyarakat akan berpandangan bahwa bank syariah identik dengan masyarakat yang beragama muslim. Sedangkan untuk masyarakat yang beragama non muslim tidak bisa bertransaksi di dalamnya. Berbicara tentang syariah, bank syariah identik dengan islam, maka secara otomatis akan berbicara tentang islam. Tetapi, bank syariah dalam menjalankan kegiatannya, tidak sebatas untuk masyarakat yang beragama muslim saja, sedangkan untuk masyarakat yang beragama non muslim juga bisa bertransaksi di bank syariah. Transaksi di bank syariah merupakan transaksi yang tidak mengandung unsur riba, karena riba merupakan transaksi yang diharamkan didalam islam. Adapula pendapat dari berbagai agama non muslim yang menyatakan bahwa riba adalah haram. Diantaranya pendapat dari agama Yunani menyatakan bahwa, riba yaitu memakan harta orang lain dengan jalan yang baik dan Tuhan akan menyiksanya dengan siksaan yang pedih. Menurut agama Nasrani menyatakan bahwa riba haram dilakukan bagi semua orang, baik dari agama Nasrani dan agama yang lainnya (Wasilul: 2014).

Transaksi riba didalam ajaran agama non muslim juga tidak diperbolehkan. Karena, riba adalah haram hukumnya bagi

semua orang, baik dari agama islam maupun agama non muslim.

Bank syariah tidak mengandung unsur riba, karena riba adalah haram. Maka dari hal tersebut, sebagian masyarakat sadar bahwa bank konvensional belum bisa menjadi solusi yang terbaik untuk kalangan masyarakat, sebab bank konvesional masih menggunakan bunga bank, padahal bunga bank didalam islam adalah haram. Maka, masyarakat melirik ke bank syariah karena terbebas dari sistem riba.

Jumlah penduduk yang besar tidak sepenuhnya mendukung perkembangan perbankan syariah. Hal ini dikarenakan ada faktor yang menyebabkan lambatnya perbankan syariah, yaitu jaringan kantor bank syariah belum strategi, pemahaman masyarakat yang belum begitu jelas tentang perbankan syariah, peraturan yang berlaku di bank syariah belum sepenuhnya dioperasionalisasikan pada bank syariah dan kurangnya sumber daya manusia (Antonio, 2001:225-226).

Salah satu bank syariah yang saat ini menitikberatkan pasarnya dengan jumlah penduduk yang besar dan menjalankan bisnis wirausaha untuk strategi pemasaran bank syariah, baik skala kecil maupun menengah adalah BRI Syariah. Pada BRI Syariah dalam melayani para nasabahnya menghendaki sistem

perbankan berdasarkan prinsip syariah. Di lihat dari keunggulan BRI Syariah terdapat banyak penghargaan yang pertama, Peringkat 1 Fisik - Kategori *Sharia Commercial Banking* - Infobank & MRI - Juni 2017, penghargaan yang kedua, Peringkat 1 ATM - Kategori *Sharia Commercial Banking* - Infobank & MRI - Juni 2017, penghargaan yang ketiga, Peringkat 1 *Digital Brand* Kartu Debit Bank Umum Syariah - 30 Maret 2017, penghargaan yang keempat, Peringkat 2 *Digital Brand* Tabungan Bank Umum Syariah - 30 Maret 2017, penghargaan yang ke lima, Peringkat 3 *Digital Brand* Bank Umum Syariah - 30 Maret 2017, dan penghargaan yang keenam adalah *In Recognition of Outstanding Achievement in Building the Top Brand - Category* Tabungan Syariah - 24 Februari 2017.

Produk BRI Syariah terdapat produk tabungan yang berupa, Tabungan Faedah BRI Syariah iB, Tabungan Impian BRI Syariah iB, Tabungan Haji BRI Syariah iB, Tabunganku, Tabungan Simpanan Pelajar BRI Syariah iB, Giro BRI Syariah iB, Deposito BRI Syariah iB, dan terdapat juga produk penyaluran dana pembiayaan KPR BRI Syariah iB, serta Mikro BRI Syariah iB (Sumber: http://www.brisyariah.co.id).

Di lihat Pada Tabel 1.1 Presentase Terhadap Total Produk Konsumer BRI Syariah Pada Tahun 2014-2016, sebagai berikut:

Produk	Presentase Portofolio Terhadap Total Produk Konsumer		
	2014	2015	2016
Tabungan Faedah BRI Syariah iB	30,08%	30,10%	32,00%
Tabungan Impian BRI Syariah Ib	3,44%	3,00%	3,00%
Tabungan Haji BRI Syariah Ib	35,15%	36,00%	37,15%
Tabunganku	2,71%	2,80%	3,00%
Simpanan Pelajar BRI syariah	3,39%	3,50%	3,50%
Giro	6,24%	7,50%	7,43%
Deposito	13,85%	12,90%	8,90%
Lainnya	5,14%	4,20%	5,02%
Jumlah	100,00%	100,00%	100,00%

Sumber: BRI Syariah

Dari tabel diatas diketahui bahwa, nasabah BRI Syariah banyak yang menggunakan produk tabungan haji dibandingkan produk tabungan yang lainnya. Produk tabungan haji BRI Syariah iB, tidak ada nasabah yang beragama non muslim. Sedangkan, di lihat dari presentase terhadap total produk konsumer pada tahun 2014 sampai tahun 2016, tabungan haji BRI Syariah iB dan tabungan faedah iB mempunyai presentase nilai yang tinggi dibandingkan dengan yang lainnya. Artinya, banyak nasabah BRI Syariah yang mengambil produk tabungan haji dan tabungan faedah iB. Pada kedua produk tersebut mengalami kenaikan yang cukup signifikan, dari pada produk tabungan yang lainnya.

Dilihat pada tabel 1.2 Total Nasabah Non Muslim:

Produk	Total Nasabah Non Muslim
Tabungan Faedah BRI Syariah Ib	30
Tabungan Impian BRI Syariah iB	0
Tabungan Haji BRI Syariah iB	0

Tabunganku	0
Simpanan Pelajar BRI syariah	0
Giro	0
Deposito	1
Lainnya (Nasabah Pembiayaan)	4
Jumlah	35

Sumber: Kantor Cabang Pembantu Bri Syariah

Dilihat pada tabel 1.2 Total nasabah non muslim yang paling banyak adalah produk tabungan faedah iB sebesar 30 nasabah non muslim dibandingkan dengan produk tabungan yang lainnya. Karena, tabungan faedah iB merupakan produk unggulan BRI Syariah selama bebarapa tahun terakhir. Tabungan Faedah iB merupakan produk simpanan dari BRI Syariah untuk nasabah perorangan yang menginginkan kemudahan transaksi keuangan sehari-hari yang akadnya adalah wadiah atau titipan.

Menumbuhkan keputusan nasabah tidaklah mudah, adapun faktor yang dapat mempengaruhi dari segi internal atau eksternal. (Swastha, 2003:9) mengungkapkan bahwa perilaku konsumen

adalah tindakan-tindakan individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan. Karena keputusan nasabah non muslim dapat dipengaruhi oleh lingkungan, maka BRI Syariah haruslah mampu memanfaatkan hal tersebut.

Perusahaan jasa dalam merancang stratergi pemasaran yang tepat untuk mencapai tujuan, diantaranya adalah lokasi, harga, promosi, produk dan religiusitas yang mempengaruhinya. Faktor lokasi, dilihat dari letak strategis, dekat dengan pangsa pasar, serta mudah dijangkau. Dengan hal ini, nasabah akan mengambil keputusan untuk memilih produk bank syariah khususnya pada BRI Syariah. Faktor promosi juga dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan keputusan nasabah. Promosi adalah arus informasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran atau transaksi dalam pemasaran. Ada juga harga mempengaruhi stategi pemasaran, dilihat dari ukuran nilai-nilai relatif yang dikaitkan dengan perolehan keuntungan. Selain itu, produk yang segala sesuatu ditawarkan kesuatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Ada juga faktor yang berpengaruh terhadap keputusan, yaitu adalah religiusitas.

Religiusitas yang dimana kebenarannya diyakini secara mutlak oleh setiap individu.

Bank BRI Syariah KCP Purwodadi berusaha memberikan pelayanan yang terbaik khususnya untuk nasabah-nasabah yang berada disekitar daerah Purwodadi. Salah satu gerai BRI Syariah di Purwodadi sebagai tempat penelitian disebabkan beberapa faktor. Pertama, Purwodadi Kabupaten Grobogan merupakan salah satu daerah di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki potensi produk-produk unggulan di berbagai sektor yaitu sektor perdagangan, pertanian, perbankan, dll. Yang kedua, Purwodadi Grobogan merupakan wilayah yang cukup besar dan letaknya cukup strategis yang memiliki potensi bisnis daerah yang cukup potensial (Heru: 2014). Yang ketiga, juara II nasional lomba kelompok tani komoditas jagung a.n. kelompok tani "makaryo" desa nambuhan kecamatan purwodadi pada tahun 2014 (Sumber: https://www.grobogan.go.id/info/penghargaan-prestasi). Yang keempat, adanya peran nasabah non muslim yang ikut serta menabung di bank syariah.

Dari hal tersebut, peneliti memilih Purwodadi sebagai obyek penelitian karena potensi bisnis yang terdapat di Purwodadi dikuasai oleh warga cina yang beragama non muslim. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat lebih dominan mendukung perekonomian tersebut karena hasil usaha dari bisnisnya bisa di

tabungkan untuk di simpan di BRI Syariah supaya aman dan mengelola keuangan.

Ketertarikan nasabah non muslim di bank syariah merupakan sesuatu hal yang sangat menggembirakan, karena bank syariah hadir bukan hanya untuk orang islam saja, melainkan untuk semua agama. Akan tetapi, kita bertanya-tanya sebenarnya apa yang menyebabkan nasabah non muslim menggunakan bank syariah. Apakah karena BRI Syariah yang memakai prinsip-prinsip syariah, atau dikarenakan sistem bagi hasilnya, atau karena terdapat faktor lainnya seperti lokasi, harga, produk, promosi dan religiusitas dari BRI Syariah KCP Purwodadi.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis ingin melakukan penelitian yang berkaitan dengan keputusan nasabah non muslim menjadi nasabah tabungan di bank syariah yang berjudul " FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH NON MUSLIM DALAM MEMILIH TABUNGAN FAEDAH IB DI BANK SYARIAH. (STUDI KASUS PADA BRI SYARIAH KCP PURWODADI)".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, permasalahan yang akan dirumuskan antara lain sebagai berikut :

Bagaimana pengaruh lokasi, harga, produk, promosi, dan religiusitas terhadap keputusan masyarakat non muslim untuk menjadi nasabah tabungan di BRI Syariah KCP Purwodadi.

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini antara lain sebagai berikut :

Untuk mengetahui dan menganalisis faktor lokasi, harga, produk, promosi, dan religiusitas terhadap keputusan masyarakat non muslim untuk menjadi nasabah tabungan di BRI Syariah KCP Purwodadi.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat penelitian bagi pihak-pihak yang berkepentingan, baik dari manfaat praktis maupun manfaat teoritik. Adapun manfaat dari penelitian ini, sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis :

   Adapun secara teoritik penelitian ini dapat bermanfaat dalam mengembangkan teori yang berkaitan dengan manajemen pemasaran bank terutama untuk menarik nasabah.

2. Kegunaan Praktis :

   Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian dengan permasalahan yang sama.

3. Kegunaan bagi Peneliti:

Penelitian ini memberikan pemahaman dan pengetahuan bagi penulis dalam mengembangkan ilmu pengetahuannya khususnya dalam bidang perbankan syariah.