

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai negara yang mayoritas penduduknya muslim, sudah selayaknya Indonesia menjadi pelopor dan arah kiblat dalam pengembangan keuangan syariah di dunia. Mayoritas penduduk yang beragama Islam sudah seharusnya menjadikan Indonesia sebagai pangsa pasar lembaga keuangan syariah. Lahirnya bank syariah memberikan dampak yang positif. Walaupun bank syariah ini hadir di tengah-tengah bank konvensional namun tidak menutup kemungkinan masyarakat akan beralih semua ke bank syariah dengan keunggulan dan keutungan secara adil, keseimbangan dan kemaslahatan yang didapat masyarakat. Serta yang pasti bebas dari unsur riba dengan pengoperasian yang menggunakan sistem bagi hasil, sehingga perbankan syariah berpijak pada sektor riil dan mengakibatkan bank syariah akan tahan akan dampak krisis ekonomi. Dengan itu tidak ada keraguan lagi bagi masyarakat yang menggunakan perbankan syariah.

Perbankan syariah di Indonesia sendiri sudah eksis semenjak tahun 1992 dengan kehadiran Bank Muamalat Indonesia, namun karena belum didukungnya peraturan perundang-undang yang jelas, maka perkembangannya pun lambat. Tapi, dengan adanya krisis ekonomi tahun 1997 membawa berkah tersendiri bagi perbankan di Indonesia, yakni lahirlah UU No. 10 Tahun 1998 tentang perubahan UU No. 10 Tahun 1992. Lahirnya undang-undang ini

menandai bahwa muncul *dual banking system* di perbankan Indonesia namun dengan adanya penyempurnaan. Sekarang lahir UU No. 21 tahun 2008 yang khusus mengatur perbankan syariah.

Bank Syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.¹ Perbankan syariah hingga saat ini terus mengalami perkembangan, baik dilihat dari kualitas dan kuantitas jumlah perbankan di Indonesia dengan melihat berbagai faktor kondisi ekonomi dan faktor lain yang mempengaruhi perkembangannya. Perkembangan perbankan syariah di Indonesia dari tahun 2014 hingga Juli 2017 sebagai berikut:²

Tabel 1.1

Total Aset dan Jaringan Kantor Perbankan Syariah

Indikator	2014	2015	2016	2017
Bank Umum Syariah				
Total Aset	204.961	213.423	254.184	269.938
Jumlah Bank	12	12	13	13
Jumlah Kantor	2.163	1.990	1.869	1.849
Unit Usaha Syariah				
Total Aset	67.383	82.839	102.320	106.368
Jumlah Bank Umum Konvensional yang memiliki UUS	22	22	21	21
Jumlah Kantor UUS	320	311	332	336
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah				
Jumlah Bank	163	163	164	167
Jumlah Kantor	439	446	453	440

Sumber data: OJK, 2017

¹ UU.No 21 TAHUN 2008.

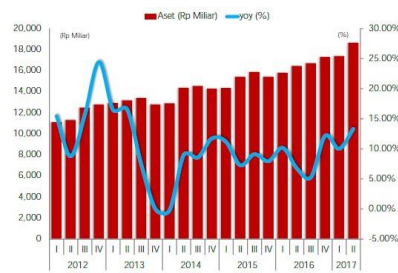
² www.ojk.co.id diakses 29 September 2017 jam 21:55 wib.

Berdasarkan data pada tabel di atas, bahwa total aset yang diperoleh BUS dan UUS dari tahun 2014 hingga Juli 2017 mengalami kenaikan. Dengan mayoritas penduduk muslim terbesar, masyarakat memberikan pengaruh dalam perkembangan bank syariah. Kerja sama antara masyarakat dengan lembaga perbankan syariah akan memberikan dampak yang baik bagi perkembangan perbankan syariah di Indonesia.

UU No 10 Tahun 1998 memberikan peluang bank umum untuk membuka atau melayani transaksi syariah. Salah satu perbankan syariah yang ada di Tanjungpandan yakni Bank Syariah Mandiri. Bank Syariah Mandiri merupakan bank pertama yang beroperasi dengan prinsip syariah di Tanjungpandan pada tanggal 27 September 2010. Setelah itu muncul Bank Muamalat Indonesia. Bank Syariah Mandiri dalam sistem operasionalnya menghimpun dana dari masyarakat berupa tabungan, giro, dan deposito serta menyalurkannya dalam bentuk pembiayaan, serta pelayanan jasa.

Namun berdasarkan pengamatan peneliti, dengan jumlah mayoritas muslim di Tanjungpandan belum mendukung majunya perkembangan perbankan syariah. Masih banyak masyarakat yang menggunakan perbankan konvensional. Dilihat berdasarkan data pengimpunan DPK pada Bank Umum ditriwulan II tahun 2017 di Bangka Belitung yang terdiri dari giro, tabungan dan deposito³ sebagai berikut

³ www.bi.go.id (Regional Babel) diakses 1 Oktober jam 11.30 WIB



Gambar 1.1 Perkembangan Aset Perbankan Bangka Belitung



Gambar 1.2 Pangsa DPK

Sumber data: Bank Indonesia Regional BABEL

Berdasarkan diagram di atas pada triwulan II tahun 2017, aset perbankan Kepulauan Bangka Belitung sebesar 18,63 triliun, meningkat dibanding triwulan I tahun 2017. Serta dana pihak ketiga (DPK) mengalami peningkatan sebesar 12,58% (yoy). Kenaikan inipun juga lebih tinggi dibanding triwulan sebelumnya. Adapun dari sisi perbankan syariah, DPK berdasarkan Bank Umum Syariah di Bangka Belitung triwulan II tahun 2017, menurut Bank Indonesia regional Bangka Belitung, sebagai berikut:

Tabel 1. 2

Perkembangan Bank Umum Syariah

INDIKATOR (Rp Juta)	2016				2017		Pertumbuhan Tahunan Tw II (%yoy)	Share (%)
	I	II	III	IV	I	II		
ASET	303.285	316.707	617.269	674.029	672.112	663.389	109.46%	N/A
DPK	522.228	477.204	485.700	544.881	471.890	529.979	11.06%	-3.60%
Giro	30.486	27.366	34.923	42.831	17.752	19.062	-30.34%	-3.60%
Tabungan	303.203	301.402	311.711	339.804	312.132	347.924	15.44%	65.65%
Deposito	188.539	148.437	139.067	162.246	142.006	162.992	9.81%	30.75%
PEMBIAYAAN	747.757	742.162	774.281	772.688	798.446	780.779	5.20%	N/A
Modal Kerja	277.889	296.744	293.716	303.114	336.413	333.392	12.35%	42.70%
Investasi	169.681	143.430	175.001	154.263	138.654	125.172	-12.73%	16.03%
Konsumsi	300.186	301.988	305.564	315.311	323.380	322.215	6.70%	41.27%
NPF (%)	2.84	6.47	5.65	5.54	6.36	5.01		
FDR	143.19%	155.52%	159.42%	141.81%	169.20%	147.32%	N/A	N/A

Sumber data: Bank Indonesia Regional BABEL

Berdasarkan angka tersebut, Bank Umum Syariah di Bangka Belitung masih tertinggal dibanding bank konvensional, baik dilihat dari sisi *asset* dengan nilai 663,38 miliar dan penghimpunan DPK sebesar 11,06% (yoy) atau 529,97 miliar. Angka tersebut menunjukkan bahwa masih banyaknya masyarakat muslim yang menggunakan bank konvensional. Dengan berbagai alasan, diantaranya bunga yang diberikan bank konvensional lebih menggiurkan, pelayanan bank syariah yang masih kalah cepat dengan bank konvensional, serta pemahaman sistem operasional yang diterapkan bank syariah belum mengerti karena mereka lebih dulu mengenal bank konvensional, sehingga rasa nyaman yang selama ini melekat masih sulit untuk dialihkan ke bank syariah.⁴

Padahal jelas mayoritas penduduk di Tanjungpandan Belitung juga bermayoritas muslim. Jumlah pemeluk agama Islam di Pulau Belitung, bisa dilihat berdasarkan data yang disediakan oleh peneliti.⁵

Tabel 1. 3

Jumlah Masyarakat Berdasarkan Agama

Perkotaan + Perdesaan Laki-laki + Perempuan		Agama Satuan: jiwa									
Nama Kecamatan		Islam	Kristen	Katolik	Hindu	Budha	Khong Hu Chu	Lainnya	Tidak Terjawab	Tidak Ditanyakan	Jumlah
10	Membaloning	23 935	156	10	5	53	10	0	3	0	24 172
60	Tanjung Pandan	74 825	1 879	835	37	8 254	77	4	27	93	86 031
61	Badau	12 551	20	2	0	19	2	0	0	158	12 752
62	Sijuk	25 421	140	22	630	455	9	0	0	0	26 677
63	Selat Nasik	6 319	3	4	0	3	0	0	4	0	6 333
Kabupaten Belitung		143 051	2 198	873	672	8 784	98	4	34	251	155 965

Sumber: Sensus Kependudukan Badan Pusat Statistik, 2010

⁴ Wawancara dengan beberapa masyarakat, Juni.

⁵ Sp2010.bps.go.id diakses 14 September jam 16:01 WIB.

Dari data diatas menunjukkan bahwa Kecamatan Tanjungpandan memiliki potensi dalam mengembangkan lembaga perbankan khususnya syariah. Dengan mayoritas penduduk beragama Islam, memberikan peluang yang bagus bagi perkembangan perbankan syariah di Tanjungpandan-Belitung. Saat ini jumlah nasabah tabungan kurang lebih 1.000 dari berbagai latar belakang pekerjaan, tidak sedikit pula yang beragama non muslim kurang lebih 100 nasabah menabung. Namun jika dipresentasikan antara jumlah penduduk masyarakat muslim dan masyarakat muslim yang menabung yakni kurang lebih 1,3% sedangkan non muslim yakni 0,9%.⁶

Hasil perbandingan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat muslim masih minim menggunakan bank syariah, sedangkan nonmuslim dari segi minoritas jumlah penduduk memiliki presentase yang begitu baik. Ini menunjukkan tidak sejalanannya jumlah penduduk masyarakat muslim terhadap perkembangan bank syariah di Tanjungpandan. Adapun total DPK pada Bank Syariah Mandiri KCP Tanjungpandan dari tahun 2016-2017.

Tabel 1. 4

Performance Bisnis Outlet

Penghimpun Dana	Des 2013	Des 2014	Des 2015	Des 2016	Okt 2017
Total DPK	26,933,701,478	25,179,598,433	22,643,776,887	26,709.12	25,742.01
Tabungan	15,819,451,138	17,264,284,694	17,528,211,659	20,491.11	19,778.26
Deposito	8,744,392,431	7,171,000,000	4,327,000,000	5,762.00	4,857.00
Giro	2,369,857,908	744,313,739	788,565,227	456.01	257.55

Sumber: Sumber Data Primer, diolah 2017

⁶ Wawancara dengan salah satu karyawan BSM KCP Tanjungpandan pada hari Selasa 24 Oktober 2017

Berdasarkan angka tersebut, Bank Syariah Mandiri mengalami penurunan terhadap total DPK. Permasalahan ini akan mengancam keberlangsungan bisnis perusahaan. Bank dihadapkan dengan kenyataan bahwa usaha-usaha dalam meningkatkan serta mempertahankan nasabah dan harus mampu mengenai sasaran dengan efektif serta efisien. Hal tersebut membuktikan bahwa masyarakat muslim yang ada di Tanjungpandan belum mendukung pertumbuhan bank syariah. Pemilihan Tanjungpandan sebagai tempat penelitian disebabkan beberapa faktor. Pertama, Tanjungpandan merupakan sentral ekonomi yang ada di Belitung, sehingga roda perekonomian terpusat di Tanjungpandan dari pada di kabupaten lainnya. Kedua, letak BSM KCP Tanjungpandan yang di pusat kota, sehingga memudahkan masyarakat dalam bertransaksi. Ketiga, mayoritas penduduk muslim terdapat di Tanjungpandan menjadi potensi dalam pengembangan lembaga keuangan syariah.

Sedangkan dalam pemilihan Bank Syariah Mandiri menjadi alasan peneliti karena keunggulan yang didapat dari beberapa penghargaan yang diraih, seperti "*Peringkat 1 Digital Brand BUS*" pada tahun 2017, "*Indonesia Banking Award*", dan "*Peringkat 1 Digital Brand Tabungan BUS*" pada tahun 2017. Sehingga dengan adanya penghargaan-penghargaan yang telah di dapatkan Bank Syariah Mandiri, apakah akan memberikan pengaruh terkhususnya pada Bank Syariah Mandiri KCP Tanjungpandan dalam menarik nasabah sehingga bisa meningkatkan perkembangan pada BSM KCP Tanjungpandan.

Dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Sebenarnya banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yakni, faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi.⁷ Ada juga faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumen yakni, strategi perusahaan yang menarik pelanggan dan mempertahankan konsumen agar perusahaan dapat bertahan dan berkembang. Pemasaran harus sesuai sasaran, sehingga pemasar perlu memperhatikan perilaku konsumen dengan baik. Strategi pemasaran *marketing mix* merupakan strategi yang sering digunakan berbagai perusahaan dalam memasarkan suatu barang atau jasanya. Marketing mix terdiri dari 4P (*Product, Price, Place, Promotion*), namun dalam bidang jasa ditambah dengan 3P (*Process, People, Physical evidence*).⁸ Keunggulan *marketing mix* adalah lebih berorientasi kepada pelanggan dengan melakukan segmentasi pasar dengan tepat, target pasar dengan memposisikan produk atau jasa secara tepat dibenak konsumen sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Dan dengan adanya pendekatan untuk mengangkat kualitas suatu perusahaan sebagai strategi usaha yang berorientasi kepada kepuasan nasabah sehingga bisa menjadikan keputusan konsumen dalam memilih produk atau jasa dengan melibatkan seluruh mitra dalam organisasi atau perusahaan.

Selain faktor-faktor *marketing mix*, ada faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumen yakni religiusitas. Dengan mayoritas masyarakat muslim di Tanjungpandan seharusnya mereka memiliki tingkat atau pemahaman yang

⁷ Philip Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, Jakarta:Penerbit Erlangga,2008, hal.166.

⁸ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta:PT Rajagrafindo Persada, 2010, hal.192.

tinggi pula terhadap agama, dan seharusnya mereka lebih tertarik menggunakan bank syariah dari pada bank konvensional. Dimana perilaku konsumen dalam Islam harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Konsumen muslim lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, jelas barangnya dan tidak tamak agar kehidupannya selamat baik di dunia maupun di akhirat. Sikap keagamaan merupakan suatu tingkah laku manusia dalam hubungan dengan pengaruh keyakinan terhadap agama yang dianutnya serta kaitannya dengan perkembangan usia masing-masing.⁹ Kereligiousan seseorang berupa pengetahuan agama pada lembaga keuangan syariah akan memutuskan orang tersebut untuk memilih bank syariah sebagai wadah transaksi kegiatan perekonomiannya. Hal tersebut disebabkan pengetahuan agama pada masyarakat muslim bahwa bank syariah merupakan bank yang tidak mengandalkan sistem bunga, sehingga terbebas dari unsur riba¹⁰.

Berdasarkan data pada tabel 1.4 diatas, terjadi penurunan DPK di Bank Syariah Mandiri serta presentase yang kecil pada masyarakat muslim terhadap menabung di Bank Syariah Mandiri. Hal tersebut menunjukkan masih banyak masyarakat muslim yang belum tertarik menabung di bank syariah, malah tetap memilih bank konvensional sebagai tempat mereka menyimpan dana. Fenomena keputusan masyarakat muslim di Tanjungpandan menabung di bank syariah dan memilih bank konvensional sebagai tempat mereka menyimpan

⁹ Jalaludin, *Psikologi Agama*, Jakarta:PTRajaGrafindo, 1997, hal.15.

¹⁰ Muhammad, *Bank Syariah Dari Teori Ke Prakti*, Jakarta:Gema Insani, hal. 25.

dana menarik untuk diteliti, sehingga peneliti akan meneliti fenomena keputusan masyarakat muslim Tanjungpandan menabung di bank syariah, khususnya Bank Syariah Mandiri KCP Tanjungpandan melalui variabel strategi *marketing mix* dan religiusitas. Oleh karena itu, peneliti membuat penelitian berjudul **“PENGARUH STRATEGI *MARKETING MIX* DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MUSLIM MENABUNG DI BANK SYARIAH (STUDI KASUS BANK SYARIAH MANDIRI KCP TANJUNGPANDAN)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti menetapkan identifikasi masalah sebagai acuan dalam penyelesaian bab-bab selanjutnya. Oleh karena itu peneliti membuat rumusan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah faktor-faktor variabel *marketing mix* yang terdiri dari (produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, bukti fisik) dan religiusitas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan masyarakat muslim menabung di Bank Syariah Mandiri KCP Tanjungpandan?
2. Apakah faktor-faktor variabel *marketing mix* yang terdiri dari (produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, bukti fisik) dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan masyarakat muslim menabung di Bank Syariah Mandiri KCP Tanjungpandan.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis apakah ada pengaruh tiap-tiap variabel secara parsial terhadap keputusan masyarakat muslim menabung di bank syariah.
2. Untuk menganalisis apakah ada pengaruh antara variabel-variabel secara simultan terhadap keputusan masyarakat muslim menabung di bank syariah.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Praktis

a. Bagi Akademisi:

- 1) Hasil penelitian ini akan berguna dalam pengembangan teori –teori yang terkait dengan pemasaran dan perilaku konsumen.
- 2) Sebagai aset pustaka yang dapat dimanfaatkan oleh seluruh kalangan akademisi. Dalam upaya memberikan pengetahuan informasi, dan sebagai proses pembelajaran mengenai aspek *marketing mix* dan religiusitas dalam memutuskan menabung di bank syariah.

b. Bagi Praktisi:

- 1) Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan pimpinan bank syariah dan staf Bank Syariah Mandiri di kecamatan Tanjungpandan, kabupaten Belitung dalam upaya meningkatkan pemasaran produk atau jasa yang di tawarkan di instansi tersebut.

- 2) Menjadi salah satu bahan rujukan bagi bank syariah dalam strategi pemasaran untuk menarik minat calon nasabah untuk menabung.

c. Bagi Peneliti:

- 1) Meningkatkan kemampuan dan wawasan peneliti dalam menganalisis fenomena manajemen pemasaran lembaga keuangan syariah, khususnya pada *marketing mix*, dan religiusitas nasabah terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah.

2. Kegunaan Teoritis

- 1) Bahan pembanding antara teori dan realita yang terjadi di lapangan.
- 2) Berkontribusi pengembangan teori dan bukti empiris *marketing mix* dan religiusitas.
- 3) Memperkaya ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan produkproduk Bank Syariah Mandiri KCP Tanjungpandan
- 4) Memberi kontribusi bagi para ahli perbankan syariah untuk memperhatikan praktik *marketing mix* dan religiusitas.