

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini dunia perbankan di Indonesia sudah menjadi global yang ditandai dengan semakin berkembangnya industri perbankan syariah. Perbankan adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan bank, yang mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam kegiatan usahanya. Sedangkan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.

Perkembangan perbankan saat ini sangatlah meningkat, baik perbankan konvensional maupun perbankan syariah. Pada dasarnya perbankan syariah memiliki tujuan yang sama seperti perbankan konvensional, yaitu dapat menghasilkan keuntungan dengan cara meminjamkan modal, menyimpan dana dan membiayai kegiatan.

Sedangkan, berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Bab 1 Tentang Perbankan Syariah yang berbunyi:

Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Dengan kata lain bahwa perbankan syariah telah membuktikan keberhasilannya yang ditandai dengan tetap eksisnya bank syariah dan semakin

banyaknya cabang-cabang perbankan syariah. Keberhasilan perbankan syariah juga tidak terlepas dari produk yang ditawarkan ke masyarakat. Produk-produk yang berdasarkan prinsip syariah yang di tawarkan oleh perbankan itulah yang menarik minat masyarakat.

Dengan tingginya jumlah penduduk di Indonesia yang beragama Islam menjadikan potensi yang kuat bagi bank syariah dalam memenuhi nasabahnya. Ironinya kependudukan yang begitu besar yang dimiliki Indonesia namun masih sedikit dari masyarakat Muslim di Indonesia yang menjadi nasabah bank syariah. Masyarakat Muslim masih banyak yang buta tentang perbankan syariah. Bahkan masyarakat beranggapan bahwa bank syariah sama dengan bank konvensional. Salah satu faktor utama yang menghambat peluang tumbuhnya perbankan syariah di Indonesia adalah pengetahuan dan persepsi masyarakat tentang bank syariah. (Nining Wahyuningsih dan Eva Nur'ana, 2016: V.40)

Pemikiran atau pandangan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah diantaranya dapat terwakili dengan pandangan atau pemikiran masyarakat terhadap perbankan syariah. Kesan umum yang ditangkap oleh masyarakat tentang perbankan syariah adalah perbankan syariah identik dengan bank dengan sistem bagi hasil dan perbankan syariah adalah bank Islami. Hal ini sesuai dengan pendapat Susilo dkk (2000:110), yang menjelaskan bahwa bank Syariah yaitu bank yang dalam aktivitasnya, baik penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dananya memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip syariah yaitu jual beli dan bagi hasil. Dimana faktor pertimbangan

agama merupakan motivator sangat penting untuk mendorong penggunaan jasa bank syariah dan masyarakat non nasabah yang diberi penjelasan tentang produk/jasa perbankan syariah mempunyai kecenderungan yang kuat untuk memilih bank syariah.

Pengetahuan tentang Perbankan Syariah dapat diperoleh melalui jalur pendidikan formal maupun informal. Pendidikan formal pengetahuan tentang Perbankan Syariah dapat diperoleh dalam bentuk mata pelajaran atau mata kuliah tentang perbankan dan lembaga keuangan. Selain itu, pengetahuan tentang Perbankan Syariah juga dapat diperoleh dari pendidikan informal dalam bentuk interaksi dengan orang tua, teman sebaya, masyarakat, dan media (TV, radio, majalah, koran, atau buku-buku tentang Perbankan Syariah. Adanya pengetahuan yang dimiliki, maka dapat menimbulkan adanya persepsi bagi seseorang.

Masyarakat Nusa Tenggara Barat (NTB) merupakan salah satu provinsi yang mayoritas penduduknya Muslim dan terkenal dengan kereligiusannya. Bank merupakan salah satu lembaga keuangan dan penggerak ekonomi masyarakat memiliki andil besar dalam menggerakkan masyarakat di Nusa Tenggara Barat (NTB).

Bank NTB yang dimiliki pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat pada awal terbentuknya berstatus konvensional. Namun Bank NTB saat ini telah dikembangkan dan memiliki Unit Usaha Syariah (UUS) sendiri. Bank NTB memiliki 11 kantor cabang diantaranya yg sudah syariah 2 cabang yaitu KC Mataram dan KC Selong , 21 kantor cabang pembantu yang sudah syariah 8

dan 7 kantor kas. Dengan mayoritasnya masyarakat NTB beragama Muslim namun masih sedikit menjadi nasabah di bank NTB Syariah, hal ini dibuktikan dengan masih sedikitnya cabang Bank NTB Syariah dibandingkan dengan Bank NTB Konvensional.

Seiring berjalannya waktu, Bank NTB memiliki rencana untuk mengubah sistem operasioanalnya menjadi berprinsip syariah atau disebut dengan konversi. Rencana konversi kegiatan usaha Bank NTB ke syariah adalah sejalan dengan kebijakan nasional yang menegaskan bahwa pembangunan nasional diperuntukkan untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan keadilan sosial, dengan memperhatikan, menyerap dan mengimplementasikan nilai nilai dasar yang tumbuh dan berkembang di tengah kehidupan masyarakatnya.

Stanton dalam Setiadi (2003:160) menyatakan bahwa, persepsi didefinisikan sebagai makna yang kita pertalikan berdasarkan pengalaman masa, stimulus (rangsangan-rangsangan) yang kita terima melalui lima indera. Semakin baik pengetahuan masyarakat mengenai perbankan Syariah mengakibatkan persepsi yang baik pula maka akan memacu minat seseorang untuk menjadi nasabah.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nining Wahyuni dan Eva Nur'ana tentang pengaruh persepsi masyarakat desa pejagan tentang perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah, disimpulkan bahwa ada pengaruh secara signifikan antara persepsi masyarakat desa pejagan tentang

perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Dengan adanya hasil peneliti yang sebelumnya ini sehingga memicu peneliti untuk meneliti di bank NTB Syariah.

Seperti yang diketahui dengan mayoritasnya masyarakat NTB beragama Islam namun masih sangat sedikit yang menggunakan produk Bank syariah khususnya di Bank NTB Syariah dibuktikan juga dengan masih sedikit nya cabang Bank NTB Syariah dan masih banyak masyarakat NTB menjadi nasabah di bank konvensional. Berdasarkan uraian di atas sehingga peneliti tertarik ingin melakukan penelitian yan berjudul **“PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT NTB TENTANG PERBANKAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH DI BANK NTB SYARIAH”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah pengaruh persepsi masyarakat NTB tentang perbankan Syariah terhadap minat menjadi nasabah di Bank NTB Syariah ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa jauh persepsi dapat mempengaruhi minat menjadi nasabah di Bank NTB Syariah.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis yaitu sebagai berikut :

- a. Secara Teoritis, dengan adanya penelitian ini bermanfaat bagi penulis sendiri untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan serta bisa menganalisis secara langsung mengenai pengaruh persepsi masyarakat NTB tentang perbankan Syariah terhadap minat menjadi nasabah di Bank NTB Syariah dengan berdasarkan teori yang telah dipelajari. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.
- b. Secara Praktis, dengan adanya penelitian ini bisa dijadikan gambaran mengenai pengaruh persepsi masyarakat NTB tentang perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah di bank NTB Syariah. Sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi bank NTB dalam mengambil kebijakan.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hasil-hasil penelitian yang didapat oleh peneliti terdahulu dan yang ada hubungannya dengan penelitian yang akan dilakukan. Dalam penelitian terdahulu ini yang dikemukakan adalah dengan menunjukkan bahwa masalah yang teliti belum pernah dipecahkan oleh peneliti terdahulu, atau dengan tegas dinyatakan bahwa penelitian yang dilakukan sekarang beda dengan penelitian terdahulu.

Tabel 1.1

Referensi	Judul penelitian	Metode penelitian	Hasil	Perbedaan
Nining wahyuningsih	Pengaruh presepsi	Deskriptif kuantitatif	Presepsi masyarakat	Pada objek penelitian.

dan Eva Nur'ana (2016)	masyarakat desa pejagan tentang perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah bank syariah		desa pejagan tentang perbankan syariah berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dibuktikan dengan hasil yang signifikan sebesar 0,249 terhadap minat menjadi nasabah dan 7,5% pengaruh variabel persepsi masyarakat tentang perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah.	Dalam penelitian ini objek nya adalah Bank NTB Syariah yang ada dilombok
Silvia Miftakhur Rakhmah dan Sri Wahyuni (2017)	Pengaruh persepsi mahasiswa tentang bank syariah terhadap minat menabung di perbankan syariah	Metode kuantitatif	persepsi mahasiswa tentang bank syariah berpengaruh terhadap minat menabung di perbankan syariah jember. Dengan pengaruh yang sangat signifikan dengan nilai sebesar 77,7%	Pada Variabel. Dalam penelitian ini menggunakan minat menjadi nasabah bukan minat menabung.
Imran dan Bambang Hendrawan (2017)	Pengaruh persepsi masyarakat batam tentang	Metode kuantitatif	Persepsi bunga bank berpengaruh secara positif	Pada objek penelitian dan variabelnya. Dalam

	bank syariah terhadap minat menggunakan produk bank syariah.		dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Persepsi tentang sistem bagi hasil berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah . persepsi tentang pengetahuan produk bank syariah tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bank syariah.	penelitian ini menggunakan minat menjadi nasabah bank Ntb Syariah.
Rahmah Yulianti (2015)	Pengaruh minat masyarakat aceh terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah di kota Banda Aceh.	Metode kuantitatif	Motif religius berpengaruh secara positif terhadap variabel pertimbangan nasabah dalam memutuskan memilih produk bank syariah.	Pada variabel dan objek penelitian. Dalam penelitian ini pengaruh persepsi terhadap minat menjadi nasabah.
Muhammad Yasir Yusuf dan Jalilah (2016)	Persepsi Etnis Tionghoa dalam meningkatkan minat terhadap perbankan syariah di banda aceh.	Metode kuantitatif	Variabel persepsi, objek dan lingkungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat etnis tionghoa dalam memilih	Pada variabel penelitian dan objek penelitian.

			perbankan syariah.	
Sri Wahyuni (2017)	Pengaruh persepsi kualitas pelayanan dan bagi hasil terhadap minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah.	Metode kuantitatif	Ada pengaruh kualitas pelayanan, bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Semakin baik kualitas pelayanan bank syariah dan produk yang diberikan bisa dipahami masyarakat dapat menimbulkan persepsi yang baik yang pada akhirnya dapat menimbulkan minat pada diri seseorang menjadi nasabah bank syariah.	Pada variabel penelitian dalam penelitian ini menggunakan persepsi tentang bank syariah dan minat masyarakat untuk menjadi nasabah.
Dewi Andriani dan Azuar Juliandi (2008)	Preferensi masyarakat kota medan terhadap bank syariah	Metode kuantitatif	Terdapat hubungan positif dan signifikan antara pengetahuan dan sikap terhadap keputusan penerimaan terhadap perbankan syariah.	Pada variabel dan objek penelitian. Dalam penelitian terdahulu membicarakan hanya tentang perbankan syariah saja, sedangkan dalam penelitian ini membahas pengaruhnya terhadap minat menjadi

				nasabah.
Gede adi wirapradnyana, lulup endah tripalupi dan Anjuman Zukhri (2014)	Faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen menjadi nasabah PT Bank Syariah Mandiri kantor cabang pembantu buleleng.	Metode kuantitatif	Faktor bukti fisik, empati, keandalan, ketanggapan dan faktor jaminan mempengaruhi keputusan konsumen menjadi nasabah PT Bank Syariah Mandiri kantor cabang pembantu buleleng.	Pada variabel penelitian dan objek penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan persepsi masyarakat dan minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah.
Edy Purwanto dan Syamsuddin (2010)	Aspek-aspek yang mempengaruhi masyarakat menjadi nasabah di bank BRI Syariah cabang solo.	Metode kuantitatif	Aspek syariah, ekonomi dan pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di bank BRI Syariah cabang solo.	Pada variabel penelitian dan objek penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan persepsi masyarakat sebagai variabel independen dan minat masyarakat sebagai variabel dependen.
Junaidi (2011)	Persepsi masyarakat untuk memilih dan tidak memilih bank syariah		Faktor penentu masyarakat muslim untuk memilih bank syariah adalah religiusitas dan pemahaman.	Pada variabel dan objek penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan persepsi masyarakat sebagai variabel independen dan minat

				masyarakat sebagai variabel dependen.
--	--	--	--	---------------------------------------