

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri perbankan dan jasa keuangan semakin maju dan pesat dalam beberapa tahun terakhir ini sebagai akibat dari adanya perkembangan jaman yang semakin berkembang dengan adanya kemajuan dari teknologi dan kebijaksanaan deregulasi (Pratiwi, 2010). Adanya deregulasi financial mengakibatkan fenomena baru yang mengakibatkan iklim persaingan perbankan semakin hangat, terutama persaingan dalam perbankan syariah. Dengan menyesuaikan zaman yang ada saat ini bank diwujudkan dalam bentuk yang bervariasi baik dari segi produk, sistem operasionalnya, produk, serta pergeseran paradigma sampai pada pengkonversian diri. Dari segi berkembangnya tersebut muncullah perkembangan bank dengan prinsip syariah di Indonesia, dimana perkembangannya mengalami perkembangan yang meningkat dan mendapat respon yang baik dari masyarakat.

Bank syariah ditanah air mendapatkan pijakan yang kokoh setelah adanya deregulasi sektor perbankan pada tahun 1983. Hal ini karena sejak saat itu diberikan keleluasaan penentuan tingkat suku bunga, termasuk nol persen (atau peniadaan bunga sekaligus). Namun kesempatan ini belum termanfaatkannya karena tidak diperkenankannya pembukaan kantor bank baru (Sukron, 2012). Hal ini berlangsung sampai tahun 1988 dimana

pemerintah memperkenankan berdirinya bank-bank baru. Kemudian posisi bank-bank syariah semakin pasti setelah disahkannya UU No. 7 tahun 1992 dimana bank diberikan kebebasan untuk menentukan jenis imbalan yang akan diambil dari nasabahnya baik bunga maupun keuntungan-keuntungan bagi hasil.

Mengutip dari bukunya Muhammad (2005) yang berjudul “Manajemen Dana Bank Syariah” menyatakan bahwa : Dengan terbitnya PP No 72 tahun 1992 tentang bank bagi hasil yang secara tegas memberikan batasan bahwa “ bank bagi hasil tidak boleh melakukan kegiatan usaha yang tidak berasaskan prinsip bagi hasil (bunga), sebaliknya pula bank yang kegiatan usahanya tidak berdasarkan prinsip bagi hasil tidak diperkenankan melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip bagi hasil” (pasal 6), maka jalan bagi beroperasinya perbankan syariah semakin luas. Kini titik kulminasi telah tercapai dengan disahkannya UU No 10 tahun 1998 tentang perbankan yang membuka kesempatan bagi siapa saja yang akan mendirikan bank syariah maupun ingin mengkonversi dari sistem konvensional menjadi sistem syariah.

UU No.10 ini juga sekaligus menghapus pasal 6 pada PP No.72/1992 yang melarang dual sistem. Dengan tegas UU No.10 1998 membolehkan bank umum yang melakukan kegiatan secara konvensional dapat juga melakukan kegiatan usaha dengan berdasarkan prinsip syariah melalui

1. Pendirian kantor cabang atau dibawah kantor cabang baru, atau
2. Pengubahan kantor cabang atau dibawah kantor cabang yang melakukan kegiatan usaha secara konvensional menjadi kantor yang melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah.

UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah yang menyatakan 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. Kegiatan usaha perbankan syariah pada dasarnya merupakan perluasan perbankan bagi masyarakat yang membutuhkan dan menghendaki pembayaran imbalan yang tidak didasarkan pada sistem bunga, melainkan atas dasar prinsip syariah. Dalam undang-undang tersebut diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah. Dengan adanya regulasi dari pemerintah ini memberi peluang bagi beroperasinya bank dengan prinsip syariah. Undang-undang ini juga memberikan arahan bagi bank konvensional untuk membuka cabang syariah.

Dalam dunia perbankan, bank syariah merupakan industri jasa yang relatif baru, dimana menerapkan syariah Islam disetiap aktivitas perbankannya. Dengan melihat makin ketatnya persaingan di dunia bisnis jasa, maka bank syariah harus benar-benar mengetahui strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan tersebut. Oleh karena itu dalam rangka

melayani kebutuhan masyarakat secara luas dan menyeluruh. Bank syariah harus memperhatikan perilaku nasabahnya yang mencerminkan mengapa seseorang pribadi melakukan pembelian jasa dan bagaimana pribadi tersebut memilih dan membeli produk baik yang menabung maupun yang meminjam sehingga dapat meningkatkan efektifitas kinerja bank.

Secara umum calon nasabah yang akan menabung tentu memilih bank yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan. Setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menabung. Selain itu nasabah juga memperhatikan tingkat bagi hasil serta produk yang ditawarkan sehingga nasabah termotivasi untuk menggunakannya. Nasabah akan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut untuk mencari kepuasan dalam menyimpan dananya di bank, karena bagaimanapun konsumen dalam perilakunya akan mencari kepuasan yang maksimal dalam memenuhi kebutuhannya. Untuk itu dari sisi bank syariah harus dapat membaca peluang ini serta dapat segera mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Keberhasilan sistem keuangan syariah saat ini semata-mata tidak hanya adanya dukungan dari pemerintah, melainkan didukung juga oleh pelayanan yang diberikan oleh lembaga tersebut dan kualitasnya. Lembaga keuangan syariah dalam hal ini adalah perbankan syariah secara umum, yang dianggap sebagian orang sebagai alternatif dari sistem perbankan konvensional yang diharapkan dapat menggerakkan sektor riil (*moneter based economy*) karena itu perbankan syariah memerlukan pengaturan

khusus. Aturan tersebut harus dapat menampung berbagai kepentingan yang tidak saja umat islam yang dapat menjadi nasabah, melainkan non Muslim juga karena perbankan syariah bersifat universal. Perbankan syariah mulai diminati oleh semua kalangan konsumen (baik Muslim maupun non Muslim) di Indonesia. Konsumen memiliki alasan-alasan tertentu atau faktor-faktor yang mempengaruhi mereka untuk mengambil keputusan dalam menetapkan pilihan pada bank syariah.

Menurut Sukron (2012) sistem perbankan syariah memiliki kesamaan dengan sistem perbankan konvensional dalam hal mencari keuntungan dan pelayanan masyarakat dalam bisnis keuangan. Namun keduanya memiliki perbedaan dalam hal sistem jasa yang diberikan kepada para nasabah. Dengan berpegang pada prinsip-prinsip jasa masing-masing bank, kedua sistem perbankan ini bersaing bebas dalam pasar uang dimana jutaan nasabah diperebutkan dengan berbagai strategi bisnis perbankan syariah tidak saja dilakukan oleh bank-bank yang murni berbasis syariah, melainkan hampir seluruh bank konvensional juga membuka bisnis perbankan syariah ini. Dengan banyaknya bisnis perbankan di Yogyakarta, masyarakat memiliki lebih banyak pilihan dalam menentukan pilihan bank untuk mengelola dananya.

Berawal dari kondisi di atas, merupakan suatu hal yang menarik untuk ditelaah, diteliti dan dicermati faktor apa sajakah yang mempengaruhi minat non muslim menjadi nasabah di bank syariah. Minat secara sederhana diartikan sebagai keinginan dan perhatian yang mengandung

unsur-unsur suatu dorongan untuk berbuat sesuatu. Pengertian minat menurut Syah dalam Sukron (2012) adalah suatu kecenderungan dan kegairahan yang tinggi terhadap sesuatu. Mengingat begitu banyaknya faktor yang mempengaruhi minat, maka peneliti dalam penelitian ini memfokuskan pada variabel lokasi, bagi hasil, promosi, produk, dan pengungkapan informasi keuangan.

Lokasi adalah tempat diperjualbelikannya produk dari bank syariah. Bank yang memiliki lokasi yang strategis akan memudahkan nasabah untuk berurusan dengan bank. Menurut Sukron (2012) Lokasi bank adalah tempat dimana diperjualbelikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank.

Bagi hasil merupakan salah satu karakteristik bank syariah. Jika didalam bank konvensional menggunakan instrument bunga, maka bank syariah dalam mekanisme ekonomi islam menggunakan instrument bagi hasil. Bank syariah yang memiliki tingkat bagi hasil yang cukup tinggi akan dengan mudah menarik minat calon nasabah untuk menabung di bank syariah tersebut (Machmudah, 2009).

Promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh bank kepada calon nasabah dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut (Yupitri dan Sari, 2012). Bank syariah yang mampu melakukan pengenalan produknya melalui berbagai macam cara

seperti iklan, akan memudahkan calon nasabah untuk mengenal produk yang ada didalam bank syariah. Dengan adanya promosi, dari sebagian orang akan termotivasi untuk menjadi nasabah di bank syariah.

Produk bank adalah jasa yang ditawarkan kepada nasabah untuk mendapatkan perhatian, untuk dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Pulungan, 2009). Semakin banyak jenis produk yang dimiliki oleh bank syariah, maka akan semakin menarik minat calon nasabah untuk menabung.

Pengungkapan informasi keuangan ini sangat penting dikarenakan nasabah atau calon nasabah akan memastikan keamanan berinvestasi dengan informasi keuangan yang diperoleh. Oleh karena itu dengan pengungkapan informasi keuangan maka kebutuhan masyarakat akan informasi keuangan terpenuhi (Permadi,2012).

Menurut Febriantoro (2013) Mahasiswa adalah orang yang sedang menempuh pendidikan setelah menamatkan sekolah di SMA dan melangsungkan pendidikannya di kampus yang bergelar mahasiswa, mereka menempuh pendidikannya untuk memperoleh gelar S1 maupun Diploma. Penelitian ini menggunakan mahasiswa sebagai sampel yaitu karena mahasiswa memiliki pola pikir yang lebih maju dibandingkan masyarakat awam, melalui pelajaran maupun study yang ada dikampus.

Kondisi diatas menarik apabila dikaitkan dengan minat mahasiswa akuntansi non muslim yang memilih menjadi nasabah di bank syariah.

Sebagaimana telah kita ketahui dari label yang ada saat ini yaitu syariah

berarti sistem yang dijalankan disini dengan berdasarkan prinsip-prinsip syari'ah.

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas, penelitian ini mengambil judul "FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP MINAT MAHASISWA AKUNTANSI NON MUSLIM MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH" penelitian ini merupakan kompilasi dari penelitian yang dilakukan oleh Pulungan (2009) yang berjudul "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan produk jasa PT Bank Negara Indonesia (Persero), TBK Cabang Syariah Medan".

Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah dengan menambah tiga variabel independen yaitu lokasi, bagi hasil, dan pengungkapan informasi keuangan karena, diduga ketiga variabel ini ikut berpengaruh terhadap minat mahasiswa akuntansi non muslim. Selain itu pada penelitian ini sampel yang digunakan adalah mahasiswa akuntansi non muslim yang ada di Yogyakarta.

Alasan dilakukannya penelitian ini adalah karena terdapat ketidak konsistenan antara penelitian satu dengan penelitian lainnya. Terdapat ketidak konsistenan pada promosi terhadap nasabah untuk menabung di bank syariah. Hasil penelitian Pulungan (2009) menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nasabah untuk menabung di bank syariah. Hasil penelitian yang dilakukan pulungan

(2009) bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Yunitri

dan Sari (2012) bahwa promosi memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap nasabah untuk menabung.

Selanjutnya terdapat ketidak konsistenan pada lokasi terhadap minat nasabah untuk menabung. Hasil penelitian Pratiwi (2010) menunjukkan bahwa jarak lokasi suatu bank tidak memiliki pengaruh positif signifikan dengan minat nasabah untuk menabung di bank syariah. Hasil penelitian Pratiwi (2010) bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Macmudah (2009) yang menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah untuk menabung.

Karena terdapat ketidak konsistenan pada penelitian-penelitian sebelumnya, maka penulis ingin meneliti ulang kembali mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menabung di bank syariah.

## **B. Batasan Masalah Penelitian**

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Calon nasabah yang diambil dalam penelitian ini yaitu mahasiswa akuntansi non muslim yang sedang menjalankan kegiatan perkuliahan di Yogyakarta.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa akuntansi non muslim, dengan tujuan untuk menghindari ketidakjelasan dalam membahas dan menganalisis permasalahan. Variabel yang dianalisis adalah lokasi, bagi hasil, promosi, produk, dan pengungkapan informasi keuangan.

3. Mahasiswa akuntansi non muslim yang dijadikan responden dalam penelitian adalah mahasiswa yang masih aktif mengikuti perkuliahan.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, maka dikemukakan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa akuntansi non muslim menjadi nasabah di bank syariah?
2. Apakah bagi hasil berpengaruh terhadap minat mahasiswa akuntansi non muslim menjadi nasabah di bank syariah?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat mahasiswa akuntansi non muslim menjadi nasabah di bank syariah?
4. Apakah produk berpengaruh terhadap minat mahasiswa akuntansi non muslim menjadi nasabah di bank syariah?
5. Apakah pengungkapan informasi keuangan berpengaruh terhadap minat mahasiswa akuntansi non muslim menjadi nasabah di bank syariah?
6. Apakah lokasi, bagi hasil, promosi, produk, dan pengungkapan informasi keuangan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat mahasiswa akuntansi non muslim menjadi nasabah di bank syariah?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dari penelitian ini diantaranya adalah :

1. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris bahwa lokasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa akuntansi non muslim menjadi nasabah di bank syariah.
2. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris bahwa bagi hasil berpengaruh terhadap minat mahasiswa akuntansi non muslim menjadi nasabah di bank syariah.
3. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris bahwa promosi berpengaruh terhadap minat mahasiswa akuntansi non muslim menjadi nasabah di bank syariah.
4. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris bahwa produk berpengaruh terhadap minat mahasiswa akuntansi non muslim menjadi nasabah di bank syariah.
5. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris bahwa pengungkapan informasi keuangan berpengaruh terhadap minat mahasiswa akuntansi non muslim menjadi nasabah di bank syariah.
6. Untuk menguji dan menemukan bukti empiris bahwa lokasi, bagi hasil, promosi, produk, dan pengungkapan informasi keuangan berpengaruh terhadap minat mahasiswa akuntansi non muslim

### **E. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi peneliti yang lain, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar pertimbangan untuk melakukan penelitian berikutnya.
2. Bagi penulis, penelitian ini merupakan kesempatan yang baik untuk memperluas wawasannya dengan mengetahui dan memahami fenomena yang terjadi.
3. Bagi pihak bank syariah, dapat dijadikan informasi bagi manajemen bank khususnya dalam menarik minat nasabah.
4. Memberikan kontribusi kepada para praktisi perbankan, terutama terkait dengan manajemen pemasaran
5. Mengembangkan ilmu pengetahuan dalam ekonomi, yaitu teori lokasi, bagi hasil, promosi, produk, dan pengungkapan informasi keuangan terhadap minat mahasiswa alumnus yang sudah menjadi nasabah di