

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Eksistensi bank syariah di Indonesia telah dimulai sejak tahun 1992 dengan berlakunya UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan. Perekonomian syariah di Indonesia terus mengalami perkembangan. Perkembangan tersebut dibuktikan dengan berdirinya berbagai lembaga keuangan syariah. Lembaga keuangan syariah yang pertama kali di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia. Bank Muamalat Indonesia resmi berdiri sebagai Bank Umum Syariah pertama pada tahun 1992 dan disusul dengan berbagai lembaga keuangan syariah lainnya.

Lembaga keuangan syariah menjalankan operasionalnya berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam yang sesuai dengan Al-Quran dan sunnah. Penerapan prinsip Islam inilah yang membedakan lembaga keuangan syariah dengan lembaga keuangan konvensional pada umumnya. Misalnya dalam hal pembiayaan usaha, bank syariah hanya bersedia membiayai kegiatan-kegiatan atau usaha rill, yang halal dan bermanfaat, sedangkan bank konvensional menyalurkan dananya dengan tidak mempertimbangkan halal haramnya suatu usaha tersebut.

Prinsip ekonomi Islam yang diterapkan dalam perbankan syariah salah satunya adalah larangan adanya riba dalam bentuk apapun. Firman Allah SWT tentang larangan menerapkan riba tercantum dalam Q.S. Al-Baqarah (2: 275). Penggalan ayat tersebut, berbunyi:

...وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا... (البقرة: ٢٧٥)

artinya:

“Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”.
(Qs. Al-Baqarah 2: 275)

Langkah bank syariah dalam merealisasikan larangan riba tersebut adalah dengan menyediakan produk dengan layanan bebas bunga kepada seluruh nasabahnya.

Berdasarkan uraian di atas menunjukkan bahwa perbankan syariah memiliki prospek cerah dilihat dari data jumlah pertumbuhan perbankan syariah yang terus mengalami peningkatan, menurut data statistik perbankan syariah hingga Agustus 2016 jumlah industri Bank Umum Syariah (BUS) sebanyak 12 bank, Unit Usaha Syariah (UUS) sebanyak 22 bank, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) sebanyak 165 bank. Adapun total aset (khusus BUS dan UUS) sebesar Rp 305.287 Miliar, namun demikian pertumbuhan perbankan syariah masih jauh dari yang diharapkan mengingat penduduk Indonesia yang mayoritas muslim.

Penduduk muslim Indonesia menurut sensus penduduk tahun 2010 yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik menyebutkan bahwa jumlah populasi penduduk Indonesia yang memeluk agama Islam sebesar 207.176.162 jiwa atau sebesar 87,18 persen dari 237.641.326 jiwa jumlah seluruh penduduk Indonesia.

Berikut tabel data yang menunjukkan jumlah penduduk muslim di Indonesia:

Tabel 1.1

Penduduk muslim Indonesia per wilayahnya

No	Nama Provinsi	Jumlah Penduduk (Jiwa)
1	Aceh	4.413.244
2	Sumatera Utara	8.579.830
3	Sumatera Barat	4.721.924
4	Riau	4.872.873
5	Jambi	2.950.195
6	Sumatera Selatan	7.218.951
7	Bengkulu	1.669.081
8	Lampung	7.264.783
9	Kep. Bangka Belitung	1.088.791
10	Kepulauan Riau	1.332.201
11	DKI Jakarta	8.200.796
12	Jawa Barat	41.763.592
13	Jawa Tengah	31.328.341
14	DI Yogyakarta	3.179.129
15	Jawa Timur	36.113.396
16	Banten	10.065.783
17	Bali	520.244
18	Nusa Tenggara Barat	4.341.284
19	Nusa Tenggara Timur	423.925
20	Kalimantan Barat	2.603.318
21	Kalimantan Tengah	1.643.715
22	Kalimantan Selatan	3.505.846
23	Kalimantan Timur	3.033.705
24	Sulawesi Utara	701.699
25	Sulawesi Tengah	2.047.959
26	Sulawesi Selatan	7.200.938
27	Sulawesi Tenggara	2.126.126
28	Gorontalo	1.017.396
29	Sulawesi Barat	957.735
30	Maluku	776.130
31	Maluku Utara	771.110
32	Papua Barat	292.026
33	Papua	450.096
	Indonesia	207.176.162

Sumber: bps.go.id, Data Sensus Penduduk 2010 (Data yang Diolah)

Dengan jumlah penduduk muslim yang mayoritas tersebut seharusnya menjadi peluang yang menjanjikan bagi industri perbankan syariah untuk mengembangkan sayapnya di Indonesia. Akan tetapi permasalahannya Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat industri perbankan syariah di Indonesia hanya mendapatkan porsi 5 persen dari total *market share* industri perbankan nasional. Menurut Saraswati dan Hendriyanto (2012) hal ini menandakan masyarakat lebih bersikap rasional-ekonomis dalam memilih produk yang akan mereka pakai seperti mempertimbangkan aspek manfaat, biaya, layanan dan faktor ekonomis lainnya dibanding pertimbangan dari aspek religiusitas/ keagamaannya.

Kecilnya *market share* perbankan syariah dapat dilihat dari data statistika perbankan syariah periode bulan April-Agustus 2016 terjadi perlambatan pada kinerja perbankan syariah yang ditandai dengan penurunan pertumbuhan aset pada periode Juni-Agustus, penurunan pembiayaan yang diberikan (PYD) dari periode Juni ke Periode Juli, dan penurunan juga terlihat pada rasio likuiditas yaitu FDR (*financing to deposit ratio*) dari periode Juni-Agustus sedangkan rasio pembiayaan bermasalah yaitu NPF (*non performing financing*) mengalami peningkatan. Data tersebut dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 1.2

Kinerja PYD, DPK, FDR, dan ROA BUS/UUS Periode April-Agustus 2016

Item	2016				
	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
Total Aset (Rp Miliar)	295.377	297.935	306.225	305.542	305.287
PYD (Rp Miliar)	201.931	204.905	209.326	207.583	208.283
DPK (Rp Miliar)	233.808	238.366	239.886	243.184	244.843
CAR (%)	15.43	14.78	14.72	14.86	14.87
NPF (%)	3.58	3.97	3.49	3.54	3.46
FDR (%)	88.11	89.31	89.32	87.58	87.53
ROA (%)	1.87	2.06	2.09	2.16	2.22

Sumber : Statistik Perbankan Indonesia-OJK (Data yang Diolah)

Sehingga dari permasalahan diatas penulis tertarik untuk meneliti pengaruh tingkat religiusitas seseorang terhadap preferensinya untuk menjadi nasabah bank syariah, karena menurut (Jalaluddin, 2010:257) sikap keagamaan/religi merupakan suatu keadaan yang ada pada diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama. Jadi sensitifitas religiusitas juga merupakan faktor pembentuk perilaku konsumen.

Pada aspek religiusitas ini penulis mencoba menarik dimensi-dimensi religiusitas yang dikemukakan oleh Glock dan Stark. Menurut Glock dan Stark terdapat lima dimensi religiusitas, yaitu dimensi keyakinan, dimensi praktik agama, dimensi pengalaman, dimensi pengetahuan agama, dan dimensi konsekuensi.

Dimensi keyakinan merujuk pada kepercayaan seseorang terhadap suatu agama yang bersifat ketuhanan. Hasil dari penelitian Yuswohady (2014) dalam buku *Marketing To The Middle Class Muslim* menemukan bahwa semakin makmur seseorang maka semakin tinggi religiusitasnya/ keyakinan terhadap agamanya maka akan semakin memperhatikan *shariah compliance* dari produk yang dikonsumsi.

Dimensi praktik agama sama halnya dengan kegiatan muamalah sebagai bentuk ketaatan terhadap ajaran Islam, jadi ketika praktik agama dari kader Muhammadiyah tinggi artinya mereka menjalankan praktik agama sesuai dengan ajaran Islam dengan sepenuhnya maka akan membentuk perilaku konsumsi yang sangat memperhitungkan kesyar'ian dari produk yang digunakan.

Dimensi pengalaman terkait bagaimana muslim dimotivasi oleh ajaran agama yang mengandung harapan tertentu. Didalam organisasi pergerakan tentu banyak pengalaman-pengalaman dalam beragama, dengan demikian penelitian ini akan mengkaji bagaimana dimensi pengalaman terhadap keputusan seseorang memilih produk syariah khususnya perbankan syariah.

Dimensi pengetahuan agama mengacu pada pengharapan bahwa orang-orang beragama paling tidak memiliki pengetahuan dasar agama untuk melaksanakan ajaran-ajaran Islam. Menurut Yuswohady (2014) menemukan bahwa semakin *knowledable* seseorang maka akan semakin mencari nilai spiritual dari produk yang dipakai.

Selanjutnya dimensi konsekuensi mengarah pada prosedur dan peraturan yang didasarkan pada konsekuensi mereka sebagai seorang muslim termasuk juga menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini sejalan dengan penelitian Wahyudin et al (2012) Bahwa dalam sebuah organisasi komitmen untuk menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari mempunyai kewajiban yang harus dijalankan dan harus memperhatikan larangan – larangan dan yang pasti menjalankan amanah sesuai dengan prosedur.

Menurut hasil survei Gallup di dunia pada tahun 2009, Indonesia masuk dalam daftar 10 negara paling religius. Gallup menemukan bahwa 99 persen orang Indonesia menilai agama merupakan hal penting dalam kehidupan keseharian mereka. Hasil riset Gallup menemukan bahwa pada umumnya ketika suatu negara mengalami peningkatan pendapatan per kapita maka masyarakat di dalamnya akan semakin sekuler. (Yuswohady, 2014: 5)

Namun menariknya konsumen muslim di Indonesia, semakin makmur mereka, semakin *knowledgeable* mereka, dan semakin *technology-savvy*, mereka justru semakin religius. Mereka semakin mencari manfaat spiritual (*spiritual value*) dari produk yang mereka beli dan konsumsi. Yaitu produk-produk yang menjalankan kepatuhan (*compliance*) pada nilai-nilai dan ajaran-ajaran Islam. (Yuswohady, 2014: xvii)

Sehingga penulis menyimpulkan bahwa pada hakikatnya tingkat religiusitas seseorang menjadi faktor penentu seseorang untuk memakai jasa perbankan syariah. Dalam penelitian ini penulis memilih kader Muhammadiyah sebagai objek penelitian dengan alasan bahwa

Muhammadiyah merupakan salah satu organisasi Islam terbesar di Indonesia dengan jumlah kader yang besar dan juga mayoritas dari kader Muhammadiyah merupakan kalangan menengah keatas yang visioner, berkemajuan, dan sebagian besar tinggal di perkotaan yang dekat dengan pusat pembangunan, pusat perekonomian, dan kemajuan teknologi. Walaupun tidak sedikit juga kader Muhammadiyah yang berada di pedesaan.

Penulis juga memilih Kampung Kauman Kota Yogyakarta sebagai tempat penelitian karena Kampung Kauman merupakan tempat berdirinya organisasi Muhammadiyah serta pusat pertumbuhan dan perkembangan kegiatan organisasi Muhammadiyah yang ada di Yogyakarta. Adanya kontinuitas komunikasi melalui masjid, ikatan keagamaan, dan pengabdian, juga mendukung terbentuknya masyarakat Kauman sebagai masyarakat Islam. Ciri-ciri yang menonjol sebagai masyarakat Islam ini didasari sendiri oleh anggota masyarakat Kauman. Norma yang berjalan disetiap keluarga dan pergaulan masyarakat Kauman adalah norma Islam. Tingkah laku individu-individu dan masyarakatnya secara keseluruhan dalam kehidupan sehari-hari mencerminkan corak keislaman. (Darban, 2010: 19)

Sejalan dengan alasan di atas, penulis juga mengutip fatwa yang dikeluarkan oleh MUI No. 1 Tahun 2004 tentang keharaman bunga serta diperkuat juga dengan adanya Putusan Majelis Tarjih dan Tajdid Pimpinan Pusat Muhammadiyah No. 08 Tahun 2006 tentang bunga bank seharusnya memotivasi masyarakat muslim di Indonesia khususnya kader Muhammadiyah untuk menjadi nasabah bank syariah. Dari beberapa

pemaparan diatas maka proposal ini penulis beri judul **“Judul: Pengaruh Tingkat Religiusitas Kader Muhammadiyah terhadap Preferensinya Menjadi Nasabah Bank Syariah: (Studi Kasus Kader Muhammadiyah Di Kauman Kota Yogyakarta).”**

B. Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah dimensi keyakinan kader Muhammadiyah berpengaruh terhadap preferensinya menjadi nasabah bank syariah ?
2. Apakah dimensi praktik agama kader Muhammadiyah berpengaruh terhadap preferensinya menjadi nasabah bank syariah ?
3. Apakah dimensi pengalaman kader Muhammadiyah berpengaruh terhadap preferensinya menjadi nasabah bank syariah ?
4. Apakah dimensi pengetahuan agama kader Muhammadiyah berpengaruh terhadap preferensinya menjadi nasabah bank syariah ?
5. Apakah dimensi konsekuensi kader Muhammadiyah berpengaruh terhadap preferensinya menjadi nasabah bank syariah ?
6. Apakah tingkat religiusitas (dimensi keyakinan, praktik agama, pengalaman, pengetahuan agama, konsekuensi) kader Muhammadiyah secara bersama-sama berpengaruh terhadap preferensinya menjadi nasabah bank syariah ?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh dimensi keyakinan kader Muhammadiyah terhadap preferensinya menjadi nasabah bank syariah
2. Mengetahui pengaruh dimensi praktik agama kader Muhammadiyah terhadap preferensinya menjadi nasabah bank syariah
3. Mengetahui pengaruh dimensi pengalaman kader Muhammadiyah terhadap preferensinya menjadi nasabah bank syariah
4. Mengetahui pengaruh dimensi pengetahuan agama kader Muhammadiyah terhadap preferensinya menjadi nasabah bank syariah
5. Mengetahui pengaruh dimensi konsekuensi kader Muhammadiyah terhadap preferensinya menjadi nasabah bank syariah
6. Mengetahui pengaruh tingkat religiusitas (dimensi keyakinan, praktik agama, pengalaman, pengetahuan agama, konsekuensi) kader Muhammadiyah secara bersama-sama terhadap preferensinya menjadi nasabah bank syariah

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritik:

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap diri peneliti guna mendalami masalah yang berkaitan dengan perbankan syariah dan perilaku masyarakat khususnya kader Muhammadiyah dalam pengambilan keputusan untuk memilih layanan bank syariah.

2. Manfaat praktis:

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi lembaga perbankan syariah untuk lebih mensosialisasikan bank syariah di masyarakat luas, serta temuan penelitian ini juga bermanfaat bagi organisasi muhammadiyah agar dapat menghimbau para kadernya bahwa bank syariah adalah pilihan yang tepat dalam bermuamalah dan bagi peneliti-peneliti berikutnya temuan-temuan penelitian ini dapat menjadi referensi dalam mengkaji masalah di masa mendatang.

A. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun kedalam lima bab dengan sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi uraian mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

Berisi tentang tinjauan pustaka terdahulu yaitu jabaran tentang penelitian terdahulu, landasan teori yang berisi mengenai variabel dan hubungan antar variabel kerangka penelitian, dan hipotesis penelitian. dan hubungan antar variabel, kerangka penelitian, dan hipotesis penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Memuat secara rinci metodologi penelitian yang digunakan peneliti beserta justifikasi/alasannya; jenis penelitian, desain, lokasi, populasi

dan sampel, metode pengumpulan data, definisi konsep dan variabel, serta analisis data yang digunakan.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang analisis data berisi hasil penelitian berupa gambaran umum obyek penelitian, deskripsi data penelitian dan responden, uji validitas dan reliabilitas, uji statistik, uji asumsi klasik, analisis data penelitian dan pembahasan.

BAB V: PENUTUP

Memuat kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang ada hubungannya dengan masalah penelitian. Kesimpulan diperoleh berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya. Sedangkan saran merupakan himbauan kepada pembaca atau instansi terkait agar saran yang dipaparkan dapat memberi pengetahuan dan manfaat serta dapat dikembangkan menjadi bahan kajian penelitian berikutnya.