

BAB I

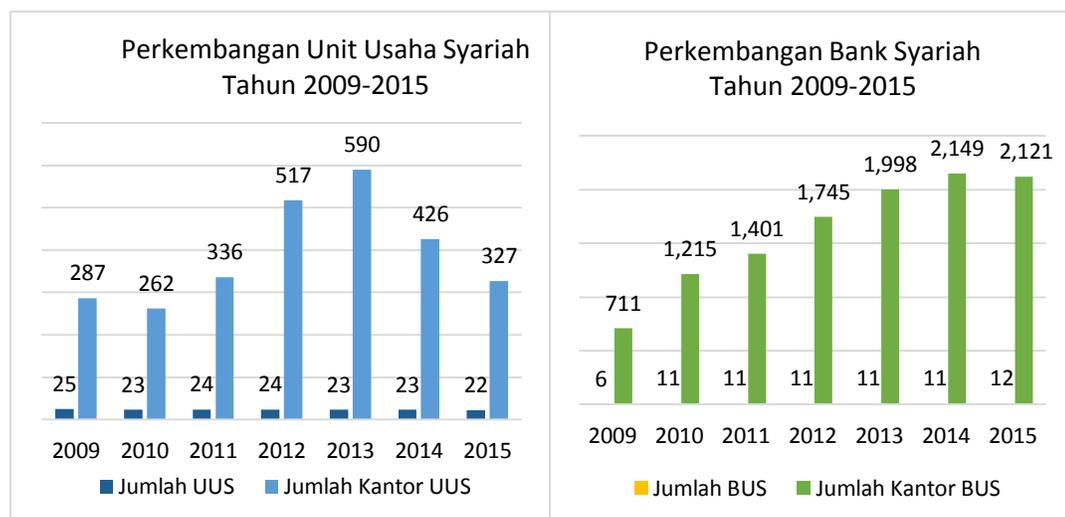
PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan bank syariah di Indonesia dapat dikatakan cukup berkembang. Hal tersebut didukung dengan semakin banyaknya bank konvensional yang membuka unit usaha syariah yang pada akhirnya melakukan *spin off* (pemisahan). Pada diagram di bawah ini dapat dilihat bahwa selama enam tahun terakhir, jumlah Unit Usaha Syariah mengalami penurunan yang diikuti dengan meningkatnya jumlah Bank Umum Syariah. Selain itu, jumlah kantor Bank Syariah yang ada di Indonesia juga cenderung mengalami peningkatan.

Gambar 1.1 Perkembangan Unit Usaha Syariah Tahun 2009-2015

Gambar 1.2 Perkembangan Bank Syariah Tahun 2009-2015



Sumber: SPS OJK, Juni 2015

Banyaknya jumlah kantor Bank Umum Syariah yang ada dapat dijadikan sebagai indikator bahwa kebutuhan bertransaksi melalui perbankan syariah semakin meningkat. Kemudian perbankan syariah merespon dengan meluncurkan strategi-strategi marketing supaya informasi yang akan disalurkan dapat diterima oleh calon nasabah.

Jika dilihat dari struktur masyarakat di Indonesia dapat dikategorikan menjadi dua bagian, yaitu masyarakat perkotaan dan masyarakat pedesaan. Masyarakat perkotaan dapat menerima informasi-informasi yang bergulir dengan baik dan cepat karena ditunjang teknologi dan sarana prasarana yang memadai. Berbeda halnya dengan masyarakat pedesaan yang pada umumnya masih menggunakan teknologi yang seadanya, sehingga informasi yang didapatkan menjadi terbatas dan terkadang kesalahan penerimaan informasi dapat terjadi. Media penyaluran informasi dapat dilakukan dengan memanfaatkan media massa seperti koran, televisi, radio, dan lain sebagainya. Sehingga memudahkan perbankan syariah untuk menyalurkan informasi dari hulu hingga ke hilir.

Mengingat pengetahuan nasabah atas produk yang ditawarkan oleh Bank tentunya sangat berguna bagi calon nasabah itu sendiri untuk mengetahui berbagai macam produk serta manfaat dari masing-masing produk tersebut. Dengan mengetahuinya, calon nasabah akan mendapatkan kemudahan untuk memilih produk yang akan digunakannya.

Dalam hal ini perbankan syariah harus lebih berorientasi kepada konsumen. Strategi pemasaran tersebut menuntut perusahaan untuk lebih memahami dan memenuhi perilaku dan kebutuhan konsumen untuk mencapai kepuasan yang diinginkan. Hal ini akan berdampak pada citra perusahaan dengan kualitas produk atau pelayanan yang baik, sehingga menimbulkan minat bagi calon konsumen yang menerima berbagai informasi tentang produk dari perusahaan. Citra perusahaan yang baik akan melekat pada benak calon konsumen. Ketika sebuah perbankan sudah memiliki citra yang baik, maka dengan sendirinya calon konsumen akan mengetahui melalui penyebaran informasi. Citra perusahaan inilah yang pada akhirnya akan mengarahkan calon konsumen untuk memilih produk suatu perusahaan. (Yusrina, 2013:115).

Disamping itu, kemudahan nasabah atau calon nasabah dalam menjangkau perbankan syariah juga merupakan hal yang patut dipertimbangkan. Aspek yang tidak kalah penting tentu lokasi berdirinya bank syariah. Kemudahan akses dapat menjadi prioritas nasabah ketika dihadapkan dengan berbagai pilihan. Tentu nasabah akan memilih lokasi perbankan syariah yang berada dekat dengan kediaman dibandingkan bank syariah yang berada jauh dari kediaman. Dari definisi diatas dapat dipahami bahwa lokasi merupakan simpul awal dalam melakukan transaksi sehingga pemilihan lokasi yang tepat dapat menjadi nilai lebih dalam menarik minat nasabah atau calon nasabah dalam bertransaksi dibank tersebut.

Menurut Poerwadaminta, “Minat merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu. Minat timbul dari dalam diri individu karena tertarik pada suatu hal dan hal tersebut dirasa berguna atau bermanfaat bagi kebutuhan hidupnya. Minat mengarahkan individu akan suatu obyek atas dasar rasa senang atau tidak senang”. (Poerwadaminta, 2006:210)

Perkembangan dan persaingan antar perbankan yang semakin ketat mengharuskan setiap bank untuk melakukan inovasi dalam menarik minat nasabah, seperti contohnya PT. BRI Syariah yang hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Banyak keunggulan yang diberikan oleh PT. BRI Syariah dapat dilihat antara lain yaitu dari segi pelayanannya, PT. Bank BRI Syariah melayani nasabah dengan pelayanan prima (*service excellence*) dan menawarkan beragam produk yang sesuai dengan harapan nasabah dengan menggunakan prinsip syariah. PT. Bank BRI Syariah juga telah meraih penghargaan *service excellence* pada tahun 2016 dan mendapat penghargaan *The Winner of Best Banking Brand 2016* serta *The Best Bank in Retail Banking Service* dengan kategori bank syariah pada *Indonesia Banking Award* tahun 2016. Selain itu BRI Syariah juga berfokus pada segmen menengah bawah, PT. BRI Syariah menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan berdasarkan prinsip Syariah. (<http://www.brisyariah.co.id/?q=sejarah>)

Salah satu wujud *service excelent* yang diberikan BRI Syariah adalah adanya layanan *pick up service* yang saat ini sudah dilaksanakan oleh BRI Syariah KC Bantul, adapun layanan *pick up service* tersebut meliputi pelayanan jemput dana selama libur lebaran untuk mempermudah nasabah menyetorkan dana ke bank, layanan khusus ini diberikan sejak H-1 sampai H+2 dengan jam pelayanan 18.00-21.00 WIB.

Kabupaten Bantul merupakan kabupaten yang terletak di sebelah selatan provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki jumlah penduduk sebanyak 955.015 jiwa. Dengan jumlah penduduk sebesar itu dapat menjadi pasar potensial bagi perbankan syariah mengingat mayoritas agama yang dianut adalah islam, tidak hanya itu saja mayoritas masyarakatnya di Kabupaten Bantul berprofesi sebagai pengusaha, baik makro sampai pada usaha mikro kecil menengah dan pedagang, perekonomian yang ada di kabupaten Bantul dapat dilihat dari banyaknya jumlah UMKM pada beberapa tahun terakhir, berdasarkan data sensus ekonomi dari Badan Pusat Statistik (BPS) selama lima tahun terakhir, pertumbuhan UMKM di Kabupaten Bantul mencapai 40%. Dari data yang dirilis oleh pihak Dinas Perindustrian, Koperasi, dan UMKM Bantul, jumlah UMKM di bantul saat ini mencapai 140.000 unit, naik 40% dari tahun 2015 yang hanya 100.000 unit sedangkan di Sleman 27.109, Kota 32.000, Gunungkidul 38.268, dan Kulon Progo 33.619 unit UMKM.

Hal tersebut membuat Kabupaten Bantul menjadi pangsa pasar yang potensial bagi perbankan mengingat salah satu peran perbankan yang juga menjadi fungsi

utama perbankan adalah sebagai lembaga mediasi atau perantara antara pemilik modal dengan pihak yang kekurangan modal. Dari fungsi tersebut, pelaku ekonomi yang memerlukan dana dapat terpenuhi melalui pinjaman ke perbankan. Selain digunakan untuk keperluan pribadi, dana pinjaman bank juga digunakan untuk keperluan usaha. (www.bantukab.go.id/profil/sekilas_kabupaten_bantul.html)

Dibawah ini adalah tabel jumlah penduduk di wilayah Kabupaten Bantul:

Tabel 1.1

Jumlah Penduduk di Kabupaten Bantul

No	Kecamatan	Jumlah
1.	Srandakan	28.935
2.	Sanden	29.939
3.	Kretek	29.939
4.	Pundong	32.097
5.	Bambanglipuro	37.921
6.	Pandak	48.558
7.	Bantul	61.344
8.	Jetis	53.592
9.	Imogiri	57.534
10.	Dlingo	36.165
11.	Pleret	45.316
12.	Piyungan	52.156
13.	Banguntapan	131.584
14.	Sewon	110.355
15.	Kasihan	119.271
16.	Pajangan	34.467
17.	Sedayu	45.952
	Jumlah	955.015
	Presentase	100

Sumber : Sumber: BPS Kabupaten Bantul, Proyeksi Penduduk 2010-2020

Dari perkembangan bank syariah yang pesat seperti yang telah dijelaskan diatas, seharusnya minat masyarakat untuk melakukan transaksi di Bank Syariah

berbanding lurus dengan perkembangan bank syariah di Indonesia. Namun, kenyataannya sebagian besar masyarakat di Kabupaten Bantul masih melakukan transaksi di Bank Konvensional dengan berbagai macam alasan, diantaranya disebabkan oleh hadiah dan bonus yang ditawarkan lebih menggiurkan, pelayanan bank syariah masih kalah cepat dengan konvensional, bunga yang diberikan lebih besar, belum paham dengan sistem dan operasional yang diterapkan pada Bank Syariah, serta rasa nyaman terhadap Bank Konvensional karena mereka lebih dulu mengenal Bank Konvensional daripada Bank Syariah. (Retno Sari 2016: 3).

Berikut ini adalah tabel data jumlah nasabah di Kabupaten Bantul yang melakukan transaksi di BRI Syariah sejak lima tahun terakhir :

Tabel 1.2

Data Jumlah Nasabah BRI Syariah di Kabupaten Bantul

No	Jenis Transaksi	Tahun 2012	Tahun 2013	Tahun 2014	Tahun 2015	Tahun 2016
1.	Pembiayaan	16	74	105	116	205
2.	Tabungan	25	96	138	145	215
	Jumlah	41	170	243	261	420

Sumber : Laporan Tahunan BRI Syariah KC Bantul, 2016.

Dari tabel data diatas menunjukkan peningkatan jumlah nasabah BRI Syariah dari setiap tahunnya selama lima tahun terakhir. Jumlah penduduk kabupaten Bantul sebesar 955.015 jiwa yang mayoritas penduduknya beragama islam, akan tetapi

transaksi yang dilakukan di BRI Syariah selama lima tahun terakhir tidak sebanding dengan jumlah penduduk di Kabupaten Bantul.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penyusun bermaksud untuk mengkaji tentang minat masyarakat di Kabupaten Bantul dalam melakukan transaksi di Bank Syariah ditinjau dari segi tingkat pengetahuan produk, citra perusahaan dan lokasi dalam skripsi yang berjudul “*Pengaruh Tingkat Pengetahuan Tentang Produk, Citra Perusahaan, dan Lokasi Terhadap Minat Melakukan Transaksi di BRI Syariah (Studi Kasus pada Masyarakat di Kabupaten Bantul)*”.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan Uraian diatas maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh tingkat pengetahuan tentang produk terhadap minat masyarakat di Kabupaten Bantul untuk melakukan transaksi di BRI Syariah?
2. Bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap minat masyarakat di Kabupaten Bantul untuk melakukan transaksi di BRI Syariah ?
3. Bagaimana pengaruh lokasi BRI Syariah terhadap minat masyarakat di Kabupaten Bantul untuk melakukan transaksi?
4. Bagaimana pengaruh tingkat pengetahuan tentang produk, citra perusahaan dan lokasi secara simultan dapat mempengaruhi minat melakukan transaksi?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini antara lain adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh tingkat pengetahuan tentang produk terhadap minat masyarakat di Kabupaten Bantul untuk melakukan transaksi di BRI Syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap minat masyarakat di Kabupaten Bantul untuk melakukan transaksi di BRI Syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi BRI Syariah terhadap minat masyarakat di Kabupaten Bantul untuk melakukan transaksi.
4. Untuk mengetahui pengaruh tingkat pengetahuan tentang produk, citra perusahaan dan lokasi secara simultan dapat mempengaruhi minat melakukan transaksi.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat secara teoritis.

Memberikan kontribusi pemikiran dan dapat dijadikan sebagai rujukan tentang pengaruh tingkat pengetahuan tentang produk, lokasi, dan citra perusahaan terhadap minat melakukan transaksi di BRI Syariah. Selain itu penelitian ini juga diharapkan menjadi dasar untuk penyempurnaan dan perbaikan kekurangan yang masih ada serta mempertahankan yang sudah baik.

2. Manfaat secara praktis.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dan masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan bagi penyusun, instansi yang bersangkutan dan bagi lembaga lembaga yang berkecimpung dalam ekonomi bisnis syariah.

E. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Untuk memudahkan dalam mengkaji dan memahami secara keseluruhan skripsi ini, peneliti akan menguraikan tentang sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat hasil penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang tinjauan pustaka, kerangka teori, hipotesis dan kerangka berfikir

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, sumber data, variabel penelitian, metode penelitian, populasi sampel, teknik pengambilan sampel, obyek, subyek dan teknik pengumpulan data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, analisis hasil penelitian, dan pembahasan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini merupakan rangkaian dari penelitian yang terdiri dari kesimpulan, saran-saran.