

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia sebagai salah satu negara yang berada di Asia Tenggara, dikategorikan masih proses menuju industri yang lebih maju, keberadaan industri keuangan sangatlah penting. Perkembangan ekonomi nasional tidak hanya dipengaruhi oleh kondisi global namun juga dipengaruhi oleh konsumen nasional. Hal tersebut mendorong ekonomi dan keuangan syariah di Indonesia, khususnya di industri perbankan. Sehingga dengan adanya kolaborasi yang baik antara kondisi global dan perilaku konsumennya membantu dalam pembangunan perekonomian negara tersebut (Simatupang, 2019).

Perkembangan pasar keuangan di Indonesia semakin tahun semakin berkembang pesat, salah satunya pasar keuangan syariah. Hal ini ditandai dengan banyaknya berkembang Unit Usaha Syariah (UUS), Bank Umum Syariah (BUS) dan Badan Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). Perbankan syariah juga dituntut untuk memperkuat diri dan meningkatkan peran dalam pengembangan perekonomian Indonesia. Sehingga dapat memberikan kontribusi dalam transformasi perekonomian yang lebih produktif untuk pembanguana nasional (Werdi, 2017).

Seperti yang diamanatkan pancasila dan UUD 1945, bahwasanya tujuan dari pembangunan nasional adalah untuk terciptanya masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan pengembangan sistem perekonomiannya. Salah satu lembaga yang memiliki peran strategis dalam menyelaraskan dan

menyeimbangkan perekonomian disuatu negara adalah adanya lembaga keuangan perbankan. Untuk menjalankan ekonomi yang strategis masyarakat dituntut untuk berinisiatif dan memiliki daya kreasi yang tinggi sehingga dapat memberikan bentuk kebermanfaatan yang nyata bagi kemakmuran rakyatnya (Utama, 2020).

Lembaga perekonomian bahu-membahu mengelola dan menggerakkan potensi ekonominya supaya dapat memberikan hasil yang maksimal. Sehingga diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Salah satu kemajuan pada sektor ekonomi ditandai dengan adanya perdagangan ekspor dan impor yang mulai berkembang sangat pesat. Sehingga diharapkan dapat meningkatkan pembangunan negara yang membawa perubahan yang positif dalam pembangunan nasional (Azzahra et al., 2022).

Keberadaan Bank Syariah turut berkontribusi dalam mendorong perekonomian suatu negara, sehingga mengalami perkembangan yang cukup pesat. Salah satunya karena adanya kondisi yang unik yang tidak dimiliki oleh perbankan konvensional pada umumnya, salah satunya adanya larangan riba yang menjadi larangan dalam transaksinya. Dengan adanya fungsi intermediasi dan sistem *profit loss sharing* dari Bank Syariah dapat mengurangi aktivitas yang tidak produktif dan tindakan spekulatif dalam perekonomiannya. Dalam hal ini Otoritas Jasa Keuangan (OJK) harus mampu menyelaraskan sistem perbankan syariah dengan perbankan konvensional guna mencapai kebermanfaatan yang maksimal dan dapat menyejahterakan masyarakatnya (Setiawan, 2020).

Negara dengan mayoritas penduduknya masyarakat muslim tentunya dapat memberikan ruang dan dukungan yang positif terhadap perkembangan Bank Syariah di Indonesia. Melihat Islam juga merupakan salah satu agama yang memiliki konsep Rahmatan Lil ‘Alamin, yaitu agama yang membawa keselamatan dan kesejahteraan hidup semua manusia secara menyeluruh baik di dunia maupun di akhirat. Jika dikaitkan dengan konsep perbankan syariah, artinya Islam membolehkan semua umatnya baik yang beragama muslim maupun yang beragama non-muslim untuk menggunakan produk layanannya, karena konsepnya yang tidak terbatas dan menyeluruh semua kalangan (Syakhrani & Yudistira, 2022).

Sebagaimana yang terkandung dalam Al-Qur’an Q.S. Al-Anbiya ayat 107 sebagai berikut:

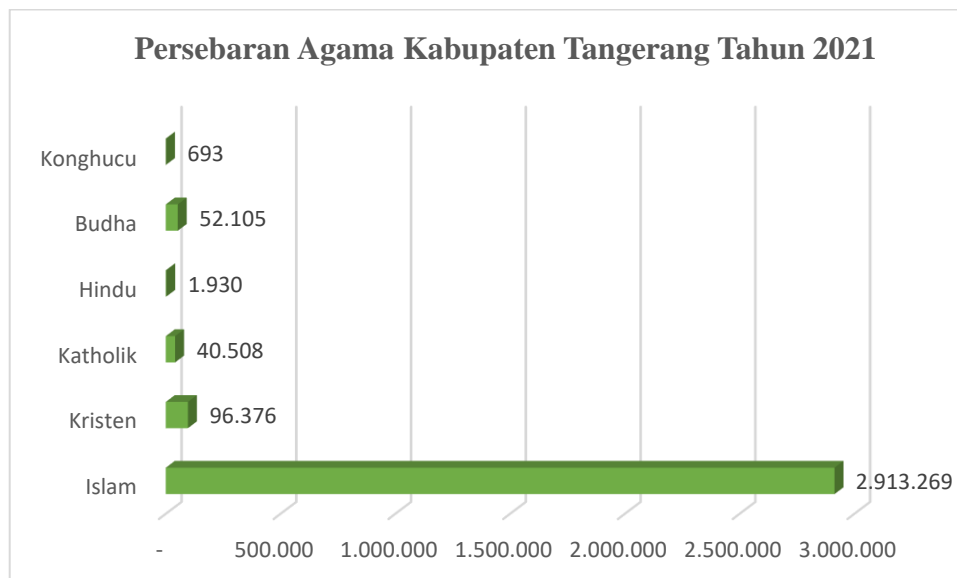
وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ

“Dan Kami tidak mengutus engkau (Muhammad) melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi seluruh alam” (Q.S Al-Anbiya: 107).

Ayat ini menyatakan bahwa Nabi Muhammad SAW diutus oleh Allah SWT sebagai rahmat bagi seluruh alam (rahmatan lil alamin), yang meliputi tidak hanya orang-orang yang beriman tetapi juga seluruh umat manusia dan makhluk alam semesta. Untuk itu, lembaga keuangan syariah (LKS) mulai menawarkan layanannya kepada masyarakat non-muslim. Karena keyakinannya yang mencakup seluruh aspek kehidupan dan segala isinya, baik di dunia maupun di akhirat. Islam seringkali dipandang sebagai agama yang berbeda dengan agama lainnya (Massofia & Rahmawati, 2023).

Walaupun penduduk Indonesia mayoritas beragama muslim tetapi pangsa pasar bank syariah masih tertinggal jauh di bandingkan Bank Konvensional. Ini menjadi hal yang harus diperhatikan oleh perbankan syariah, sehingga diharapkan bisa meningkatkan performa dan kualitasnya. Sehingga nantinya bisa mempertahankan loyalitas nasabah dan mempertahankan laba perusahaan agar dapat berkompetisi sehat dengan bank konvensional (Fatmawati & Hakim, 2020). Berikut data jumlah penduduk Indonesia menurut agama tahun 2022.

Gambar 1.1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama Kabupaten Tangerang



Sumber: Buku Profil Statistik Kabupaten Tangerang (2022)

Berdasarkan Buku Profil Statistik Kabupaten Tangerang pada tahun 2022 jumlah penduduk Kabupaten Tangerang yang memeluk agama islam sebanyak 2.913.269 dengan presentase 93,82%. Hal ini menjadi data bahwa persebaran agama Islam khususnya di Kabupaten Tangerang memang menduduki tingkat mayoritas. Sehingga dengan adanya perbankan syariah ini di harapkan mampu

meningkatkan kesadaran masyarakatnya untuk beralih dari Bank Konvensional menggunakan Bank Syariah dalam proses layanan transaksinya.

Ada tiga faktor yang harus di perhatikan perbankan syariah dalam proses pelayanan yang dapat mempengaruhi keputusan nasabahnya. Dalam penelitian ini nasabah yang di maksud adalah masyarakat non-muslim. Faktor yang pertama yaitu faktor bagi hasil. Bagi hasil merupakan salah satu aspek yang menjadi ciri keunikan dari Bank Syariah, keunikan inilah yang meningkatkan keputusan masyarakat menggunakan produk Bank Syariah. Bagi hasil merupakan pembagian dari usaha yang telah dipenuhi antara pihak-pihak yang menjalankan perjanjian, dalam ini pihak yang dimaksud adalah nasabah dan Bank Syariah. Dalam penelitian Desviana & Kusumawati (2020) variabel bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank Syariah.

Faktor yang kedua adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan menjadi hal yang sangat berpengaruh positif pada sebuah perusahaan, khususnya lembaga keuangan. Kualitas pelayanan sering kali di anggap sebagai konseptual penilaian global terhadap keunggulan layanan yang diberikan. Menurut Hamzah et al (2019) elemen terpenting dalam mengukur kualitas pelayanan adalah kehandalan dalam kinerja, cepat tanggap dalam menanggapi keluhan, serta cara berinteraksi dan komunikasi. Jika seorang nasabah sudah mendapatkan hal itu dalam sebuah layanan perbankan, lembaga tersebut sudah memiliki penilaian baik terhadap kualitas pelayanannya sehingga nasabah bisa menaruh loyalitas yang tinggi terhadap lembaga tersebut. Dalam Penelitian Anthika (2020)

variabel kualitas pelayanan, berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah non-muslim menjadi nasabah Bank Syariah.

Faktor yang ketiga adalah promosi. Tahapan awal seorang nasabah menaruh minatnya dalam sebuah produk terdapat dalam proses promosi dan memasarkan produknya, karena disitulah titik awal nasabah berkomunikasi dan mengetahui produk dari suatu perusahaan. Menurut Hadiyati & Fathurozi (2018) promosi adalah proses mempengaruhi konsumen agar mereka menjadi lebih kenal dengan produk yang kita tawarkan. Promosi bertujuan untuk menarik calon nasabah yang baru dan mempertahankan nasabah yang sudah ada. Promosi juga dapat meningkatkan citra bank di mata nasabah. Pada penelitian Sari (2022) juga mengemukakan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap umat non-muslim menggunakan jasa layanan bank Syariah.

Berdasarkan hasil penelitian Bangun (2020) terdapat masyarakat non-muslim yang menggunakan produk Bank Syariah untuk proses transaksinya. Masyarakat non-muslim yang menggunakan produk perbankan syariah menurut hasil penelitian tersebut di sebabkan karena adanya interaksi dan kepentingan bersama dengan masyarakat muslim di Indonesia. Faktor kekerabatan yang melekat pada diri masing-masing karena posisi tempat tinggal dan lingkungan tempat kerja mereka yang saling berdampingan. Menyebabkan adanya pertukaran informasi dan pemahaman yang mereka miliki terhadap lembaga keuangan syariah.

Hal ini dikuatkan juga dari penelitian yang dilakukan oleh Masruroh (2021) dengan variabel independen (X) prinsip transparansi, kualitas pelayanan, dan bagi

hasil serta variabel depeden (Y) minat masyarakat non-muslim menjadi nasabah Bank Syariah di Indonesia menyatakan bahwa prinsip transparasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat non-muslim menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia, sedangkan pada variabel bagi hasil tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat masyarakat non-muslim menjadi nasabah Bank Syariah.

Dalam penelitian Kusuma (2020) membahas juga mengenai keputusan masyarakat non-muslim menggunakan jasa layanan Bank Syariah. Dalam penelitian ini terdapat variabel yang menyatakan bahwa adanya minat non-muslim menggunakan jasa bank syariah yang berasal dari dalam spiritualnya yaitu faktor agamis. Dimana nasabah tersebut mengetahui bahwa Bank Syariah dalam proses operasionalnya tidak menggunakan riba, oleh karena itu nasabah tersebut lebih memilih Bank Syariah karena produk yang ada di pastikan halal karena terhidar dari riba.

Menurut Direktur Bisnis Ritel Bank Muamalat Purnomo B. Soetadi (2021) menyatakan jumlah nasabah Bank Muamalat yang berlatar belakang non-muslim juga cukup signifikan. Menurutnya Bank Syariah bukan hanya untuk muslim saja, faktanya sebanyak 15% nasabah Bank Muamalat adalah non-muslim. Beliau tidak menjelaskan secara rinci berapa total nasabahnya saat ini, karena itu data internal perusahaan. Beliau juga menjelaskan bahwa rata-rata nasabah non-muslim tertarik karena penawaran akad kredit perumahan rakyat atau KPR. Menurut beliau banyaknya nasabah non-muslim yang menggunakan produk bank syariah khususnya produk KPR karena angsurannya lebih murah

dibanding Bank Konvensional. Adanya transparansi berupa margin yang sama-sama diketahui kedua belah pihak dan kesepakatan bersama yang menjadikan nasabah non-muslim ini terus menggunakan Bank Syariah untuk menunjang keperluannya.

Beberapa penelitian lainnya tentang bagi hasil, kualitas pelayanan, dan promosi seperti dalam penelitian Sagala (2019) dapat disimpulkan bahwa variabel bagi hasil tidak memiliki pengaruh positif terhadap keputusan masyarakat non-muslim menjadi nasabah Bank Syariah. Pada penelitian Stiyowati (2023) juga menyimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat non-muslim menjadi nasabah Bank Syariah. Selanjutnya dalam penelitian Pratiwi & Manggala (2022) faktor promosi berpengaruh positif terhadap minat, namun tidak berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah non-muslim menggunakan produk bank syariah.

Berdasarkan penelitian sebelumnya terdapat hasil inkonsisten, maka diperlukan penelitian lanjutan untuk mengisi kesenjangan empiris tersebut, selain itu, peneliti juga ingin mengetahui apakah setelah terjadi kisruh serangan *ransomware* dan kebocoran data pada Bank Syariah Indonesia loyalitas masyarakat non-muslim meningkat atau justru menurun. Selain itu, akses lokasi yang mudah di jangkau menjadikan alasan mengapa peneliti memilih judul ini, dan peneliti juga telah melihat secara langsung adanya fenomena masyarakat non-muslim yang menggunakan produk Bank Syariah. Indikator dari keputusan nasabah merujuk pada Wibowo & Hariyati (2020) yakni keputusan masyarakat

non-muslim dipengaruhi oleh persepsi yang berasal dari faktor internal. Yang memuat aspek saling berinteraksi antar individu dalam membentuk persepsi yang dilihat dari aspek psikologis. Yaitu mengenai pengalaman, dan perasaan berfikir.

Penelitian ini menggunakan acuan penelitian terdahulu dalam pengembangan teori dan bentuk penelitiannya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada ruang lingkup penelitian, pada penelitian terdahulu mengukur “minat” nasabah non-muslim menggunakan produk bank syariah. Sedangkan pada penelitian ini mengukur “keputusan” nasabah non-muslim dengan menasar responden nasabah non-muslim yang telah menggunakan produk Bank Syariah. Ruang lingkup penelitian ini juga tidak terpaku hanya satu instansi perbankan syariah saja seperti penelitian-penelitian terdahulu. Namun data dalam penelitian ini di dapatkan dari beberapa instansi Bank Syariah yang terdapat di Kabupaten Tangerang.

Adapun alasan mengapa peneliti memilih lokasi di Kabupaten Tangerang karena adanya beberapa pemukiman masyarakat non-muslim yang berdampingan dengan masyarakat muslim, seperti yang terdapat di Kawasan ritel Citra Raya Kabupaten Tangerang, terdapat masyarakat yang berlatar belakang Etnis Tionghoa yang hidup berdampingan dengan masyarakat muslim, menyebabkan adanya saling bertukar pengalaman dan informasi yang telah mereka rasakan. Selain itu adanya interaksi di bidang bisnis dan usaha antara masyarakat non-muslim dengan masyarakat muslim menyebabkan adanya faktor yang saling membutuhkan antara keduanya. Berdasarkan latar belakang

di atas peneliti ingin melakukan riset lebih lanjut yang berkaitan dengan keputusan masyarakat non-muslim menggunakan layanan bank syariah yang berjudul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MASYARAKAT NON-MUSLIM MENGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH (Studi Kasus BSI KC Tangerang)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat non-muslim di Tangerang menggunakan produk bank syariah?
2. Apakah faktor kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat non-muslim di Tangerang menggunakan produk bank syariah?
3. Apakah faktor promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat non-muslim di Tangerang menggunakan produk bank syariah?
4. Apakah faktor bagi hasil, kualitas pelayanan, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan masyarakat non-muslim di Tangerang menggunakan produk bank syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis apakah faktor bagi hasil berpengaruh terhadap keputusan masyarakat non-muslim di Tangerang menggunakan produk bank syariah.
2. Untuk menganalisis apakah faktor kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat non-muslim di Tangerang menggunakan produk bank syariah.
3. Untuk menganalisis apakah faktor promosi berpengaruh terhadap keputusan masyarakat non-muslim di Tangerang menggunakan produk bank syariah.
4. Untuk menganalisis apakah faktor bagi hasil, kualitas pelayanan, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan masyarakat non-muslim di Tangerang menggunakan produk bank syariah.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dengan adanya penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan yang dapat dijadikan bahan rujukan untuk penelitian yang sejenis pada masa yang akan datang dan menjadi bahan informasi bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menambah pemahaman tentang faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat menggunakan produk perbankan syariah, khususnya masyarakat non-muslim yang menjadi objek pada penelitian ini. Dengan memahami faktor-faktor ini, seperti bagi hasil, kualitas pelayanan, dan promosi, perbankan syariah diharapkan dapat meningkatkan kinerjanya sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Dengan adanya kepuasan nasabah yang baik dapat meningkatkan loyalitas nasabah dan profitabilitas perusahaan.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini terdiri atas 5 bab, dengan uraian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi telaah pustaka, kerangka pikir dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai sumber-sumber data dan analisisnya untuk menjawab permasalahan yang ada dengan metode yang sesuai.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai deskripsi hasil penelitian dan analisis pembahasan terhadap hasil yang di dapat guna mendapatkan kesimpulan.

BAB V SARAN DAN KESIMPULAN

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dari hasil penelitian dan berisi saran penelitian.