

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada awalnya Bank Syariah Indonesia adalah BSM yang tergabung dengan BNI Syariah dan BRI syariah. Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global. (Ulfa, 2021)

Bank-bank Islam dapat diakses oleh non-Muslim maupun Muslim. Dengan kata lain, bank syariah dapat meminjamkan uang atau menawarkan layanan kepada orang-orang yang bukan Muslim. Non-Muslim dipersilahkan untuk menggunakan layanan bank syariah, mengajukan pembiayaan, dan menabung. Di seluruh dunia, perbankan syariah saat ini sedang berkembang dan tumbuh dengan cepat. Bahkan, bank syariah diketahui memiliki komunitas non muslim di dalam dan luar negeri. Pada saat itu, perbankan syariah berkembang dengan cepat di beberapa negara Barat. (Agustin et al., 2022)

Asia Tenggara merupakan salah satu kawasan prioritas pengembangan industri perbankan dan keuangan syariah di dunia, dengan tingkat pertumbuhan tercepat dipegang oleh negara-negara GCC seperti Arab Saudi dan Kuwait, sementara negara lain seperti Arab Saudi dan Arab Saudi. Bahasa Arab dan Kuwait adalah yang tercepat. Di tempat lain di Asia, pertumbuhan melambat. Hanya Malaysia yang saat ini memberikan kontribusi internal dan internasional yang substansial di kawasan ASEAN. Sedangkan Indonesia, yang merupakan rumah bagi populasi Muslim terbesar di dunia saat ini memiliki kinerja yang buruk di panggung internasional. Hal ini disebabkan masih kurangnya edukasi, pemasaran serta pengenalan produk perbankan syariah terhadap masyarakat sehingga hal eccde tersebut yang menjadi kendala utama dalam mempengaruhi pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia. (Febriani et al., 2022)

Jika konsumen memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi mengenai suatu hal, maka konsumen tersebut dapat membuat keputusan yang lebih bijak. Masyarakat akan lebih terinformasi dengan memberikan umpan balik. Konsumen akan lebih cenderung bertransaksi dengan bank syariah apabila mereka mendapatkan informasi yang baik mengenai bank syariah tersebut. Oleh karena itu, faktor yang paling mendasar dalam perkembangan bank syariah adalah pemahaman nasabah. (Hasibuan et al., 2019)

Khususnya, dalam memilih produk dan layanan perbankan, calon nasabah seringkali tertarik dengan produk dan layanan perbankan yang

memberikan banyak kemudahan dan kegunaan. Mereka yang akrab dengan perbankan syariah dan produk turunannya akan memfasilitasi keputusan mereka. (Sari et al., 2021)

Sumber informasi dapat ditemukan melalui berbagai media cetak dan elektronik. Kurangnya pemahaman tentang perbankan syariah menjadi faktor di balik kurangnya sosialisasi dan efisiensi perbankan syariah yang tepat. (Royani, 2019)

Karena salah satu tujuan sosialisasi adalah untuk memberikan pencerahan kepada orang-orang tentang berbagai hal yang ditawarkan oleh bisnis, sekaligus berusaha mempengaruhi dan menarik klien. Sosialisasi produk juga sangat membantu dalam memperkenalkan dan memasarkan produknya kepada masyarakat, Masyarakat sipil telah mempopulerkan produk keuangan ini dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah nasabah dan mengetahui kebutuhan dan keinginan nasabah sehingga produk dapat laris manis. Bagaimana melakukan bisnis. Sasaran, saya. Meningkatkan kualitas informasi dan layanan konsumen, serta literasi keuangan, juga penting untuk kelangsungan hidup bank. Literasi keuangan memainkan peran penting dalam konteks perbankan syariah dan produk warisannya, karena beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan yang tinggi mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara (Islam, 2020)

Berdasarkan penelitian sebelumnya, strategi mengenai iklan adalah hal yang mendorong non-Muslim untuk memilih produk perbankan syariah.

Berdasarkan temuan penelitian ini, sebaiknya perbankan syariah melakukan edukasi kepada masyarakat tentang keuangan syariah, dengan tujuan meningkatkan literasi keuangan pada produk jasa keuangan syariah. (Maftuhah & Rafsanjani, 2019)

Iklan media paling mudah dipahami dan sering ditemui oleh masyarakat umum. Sarana promosi adalah sejauh mana seseorang melakukan aktivitasnya untuk mencapai hasil yang diinginkan. Promosi adalah cara bagi bank untuk menarik, memperoleh, serta mempertahankan pelanggan untuk terus menabung di bank. Namun, jika kegiatan promosi dilakukan oleh bank dengan tujuan yang tidak tepat atau bahkan berlebihan, hal tersebut berpotensi menurunkan minat masyarakat terhadap simpanan bank. Oleh karena itu, bank harus secara efektif menggunakan alat promosi seperti pemasaran langsung, iklan media cetak atau elektronik, dll. Dalam hal ini perbankan perlu menyadari bahwa banyak pihak yang terlibat dalam hal ini, terutama yang terkait dengan korporasi besar, salah satunya adalah industri perbankan syariah. (Widyamati & Muhammad Iqbal Fasa, 2022)

Pengetahuan dan promosi produk perbankan syariah akan membantu masyarakat non muslim khususnya di Denpasar Bali, untuk turut andil dalam menggunakan suatu produk dan menjadi nasabah dari bank syariah. Selanjutnya, menjadi nasabah dari bank syariah tidak hanya dikhususkan untuk umat Islam saja tetapi juga non-Muslim dapat membuka rekening di bank syariah karena di bank syariah terdapat nilai atau bunga universal

yang mendasar, yaitu nilai tauhid atau dasar keyakinan, nilai keadilan dalam mencapai keadilan ekonomi di masyarakat berakar pada konsep bagi hasil agar bermanfaat, nilai Nubuwwah atau mencerminkan sikap politisi Nabi dan Rasul, Nilai Khilafah adalah untuk kesejahteraan hidup manusia, dan nilai-nilai Ma'ad adalah melihat dunia sebagai dunia penghargaan atau secara umum ada prinsip kebebasan, prinsip persamaan dan keadilan, prinsip keadilan, prinsip kemauan, prinsip kejujuran dan kebenaran. (Kurnia & Tripalupi, 2021).

Manfaat yang paling diharapkan nasabah dari suatu bank adalah kemudahan yang ditawarkan bank tersebut, baik dari segi kemudahan maupun keamanan (Fatimah & Hendatmi, 2020). Hasilnya, layanan-layanan ini secara signifikan meningkatkan minat nasabah non-Muslim untuk menggunakan layanan perbankan syariah. (Al-Ghifari & Khusnudin, 2022)

Salah satu faktor yang mempengaruhi masyarakat non muslim menggunakan produk yang ada dalam bank syariah ialah pengetahuan masyarakat non muslim terkait manfaat yang diperoleh dari penggunaan produk bank syariah seperti bagi hasil, kemudahan bertransaksi, dan pelayanan bank syariah terhadap nasabah. (Aswad & Patimbangi, 2022)

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rifai, 2017) tentang persepsi masyarakat non muslim terhadap keinginan menjadi nasabah bank syariah di Surakarta, temuan penelitian ini menemukan

bahwa persepsi persepsi positif dan signifikan untuk keuntungan menjadi nasabah bank syariah di Surakarta.

Walaupun penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (NINA ISMIYANTI, 2016) tentang persepsi masyarakat non muslim terhadap perbankan syariah (studi kota palangkaraya kalimantan tengah ), hasil Penelitian menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat terhadap perbankan syariah secara umum masih rendah dan dari hasil wawancara yang dilakukan masih ada masyarakat yang benar-benar belum mengetahui tentang perbankan syariah. Ketahuilah bahwa aspek afektif didasarkan pada rangsangan yang dapat dibedakan dan digolongkan ke dalam kategori emosional seseorang.

Penelitian saya ini mengkaji tentang kualitas pengetahuan dan persepsi orang non-muslim terhadap bank syariah, beberapa penelitian sebelumnya sudah mengkaji hal yang serupa dan penelitian-penelitian tersebut ada dua hasil yang menunjukkan bahwa kualitas pengetahuan dan persepsi masyarakat non muslim terhadap bank syariah ada yang positif artinya bagus ada yang negatif artinya kurang bagus, contoh kasus ini seperti hasil penelitian Rifai di kota surakarta dan yang kurang bagus Nina Ismayanti di kota palangkaraya Keunikan 2 penelitian ini adalah terletak pada kota yang objek penelitian 2 kota ini penduduknya muslim ternyata hasilnya berlawanan dan sekarang penelitian Rifai dan Ismayanti akan diuji di daerah non muslim.

## **B. Rumusan Masalah**

Bertolak dari latar belakang permasalahan tersebut di atas, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kualitas pengetahuan masyarakat non muslim di bali tentang bank syariah?
2. Bagaimana Kualitas promosi Bank Syariah terhadap non muslim di bali untuk menjadi nasabah bank syariah ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Kajian ini dapat dijadikan sebagai masukan bagi perbankan syariah dalam pengambilan kebijakan khususnya yang berkaitan dengan peningkatan jumlah nasabah.

1. Mengetahui bagaimana menganalisis kualitas pengetahuan masyarakat non muslim tentang bank syariah di kota Denpasar Bali.
2. Mengetahui bagaimana menganalisis kualitas promosi bank syariah terhadap non muslim di Bali.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi perbankan syariah dalam pengambilan kebijakan, khususnya yang berkaitan dengan peningkatan jumlah nasabah.

1. Studi ini dapat digunakan sebagai dokumen pembelajaran dan referensi bagi mahasiswa dalam studi selanjutnya.

2. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pembelajaran dan referensi bagi mahasiswa dalam proses penelitian selanjutnya

#### **E. Sistematika Pembahasan**

Penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab yang masing-masing memberikan penjelasan tentang penelitian ini ,kelima bab tersebut adalah sebagai berikut:

#### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan dijelaskan dalam bab ini

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Kualitas pengetahuan produk yang menjadi tujuan penelitian pada bab ini, dimana mengetahui kualitas pengetahuan masyarakat non muslim dan kualitas promosi bank syariah ,produk-produk pada bank syariah di dijelaskan secara menyeluruh pada bab ini.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan terkait protkol penelitian dimana pengumpulan data menggunakan ,observasi,dokumentasi ,wawancara ,tehnik penumpulan data dijelaskan secara menyeluruh pada bab ini.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil dan pembahasan dipaparkan pada bab ini secara rinci ,  
pengolahan data dengan reduksi data dengan pembahasan lengkap.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dan hasil analisis penelitian berupa data serta rekomendasi yang dapat dilakukan dalam melakukan penelitian ini.