

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga keuangan adalah semua badan yang kegiatannya di bidang keuangan, melakukan perhimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat terutama guna membiayai investasi perusahaan. Meski dalam peraturan tersebut lembaga keuangan diutamakan untuk membiayai investasi perusahaan namun tidak berarti membatasi kegiatan pembiayaan lembaga keuangan. Dalam kenyataannya, kegiatan usaha lembaga keuangan bisa diperuntukkan bagi investasi perusahaan, kegiatan konsumsi, dan kegiatan distribusi barang dan jasa.¹ Lembaga keuangan yang sering dapat kita lihat adalah Bank, baik itu Bank Konvensional ataupun Bank Syariah.

Ekonomi Syariah merupakan suatu sistem ekonomi Islam yang berlandaskan Al-Qur'an dan Sunah yang mengutamakan nilai-nilai agama serta etika yang baik dalam suatu kegiatan ekonomi. Ekonomi Islam bukan hanya merupakan praktek kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh individu dan komunitas muslim yang ada, namun juga merupakan perwujudan perilaku ekonomi yang didasarkan pada ajaran Islam.² Perbankan Syariah merupakan salah satu kegiatan nyata ekonomi syariah yang dapat kita lihat.

Keberhasilan eksistensi ekonomi syariah dapat diukur dengan melihat perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia. Langkah strategis pemerintah

¹ SK Menkeu RI No.792 Tahun 1990

² Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, (Jakarta, PT. Rajawali Pers, 2012), hlm. 19.

dalam mengembangkan Perbankan Syariah adalah pemberian izin kepada Bank umum konvensional untuk membuka kantor cabang Unit Usaha Syariah (UUS) atau konversi sebuah Bank Konvensional menjadi Bank Syariah. Langkah strategis ini merupakan respon dan inisiatif sejak diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, UU No. 23 tahun 1999 dan No.9 tahun 2004 tentang bank Indonesia, perkembangan sistem keuangan syariah semakin kuat dengan ditetapkannya dasar dasar hukum operasionalnya dan memberikan peluang lebih besar bagi pengembangan Bank Syariah.

Pada tahun 2008 muncul trend baru pembentukan Bank Syariah melalui mekanisme akuisi dan konversi dari Bank Konvensional menjadi Bank Syariah. Trend ini muncul setelah di sahkanya UU nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah mengenai konversi Bank Konvensional menjadi Bank Syariah yang menjadikan semakin menambah ruang bagi bank dan lembaga keuangan syariah lainnya untuk semakin melebarkan sayapnya di kancah industri keuangan di Indonesia.³

Pada tahun 2018 melalui situs resmi Bank Indonesia dapat dilihat bahwa di Indonesia memiliki 118 Bank Konvensional.⁴ Sedangkan untuk Bank Syariah pada bulan Desember 2017 hanya tercatat memiliki 13 Bank.⁵ Hal ini menunjukkan bahwa di Indonesia Bank Konvensional masih unggul jauh dari pada Bank Syariah.

³ Abdul Ghofur Anshori, *Pembentukan Bank Syariah Melalui Akuisi dan Konversi (Pendekatan Hukum Positif dan Hukum Islam)*. (Yogyakarta UII Press, 2010), hlm. 1-2.

⁴ Bank Indonesia, "Daftar Bank Umum", diakses dari http://www.bi.go.id/id/moneter/ biro-informasi-kredit/.../Daftar_Bank_Umum_pada_pukul_10_Maret_2018_pukul_20.00_WIB.

⁵ Otoritas Jasa Keuangan, "Statistik Perbankan Syariah", diakses dari <http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah> pada tanggal 10 Maret 2018 pukul 20.15 WIB.

Kondisi yang demikian justru menjadi suatu tantangan bagi Bank-Bank Syariah di Indonesia. Semakin banyaknya Perbankan Syariah di Indonesia berdampak pada persaingan antar bank yang semakin ketat. Di saat persaingan semakin ketat, pihak perbankan akan berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sehingga menyebabkan nasabah memiliki banyak pilihan dalam menggunakan jasa perbankan. Pengambilan keputusan nasabah menggunakan jasa perbankan dipengaruhi oleh perilaku seorang konsumen. Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.⁶

Dilihat dari segi logika pasti calon nasabah tentu memilih bank yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan. Untuk itu dari pihak Bank Syariah harus bisa membaca peluang ini serta dapat segera mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan calon nasabah lalu menerapkannya sehingga dapat mengambil peluang yang ada dan mengejar ketertinggalan dari Bank Konvensional. Seperti diketahui Bank Syariah merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, sehingga bisa menjadikan peluang besar karena seperti yang diketahui Indonesia adalah Negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Armida Sari tentang atribut Bank Syariah bahwa mayoritas nasabah menyatakan bahwa “Menjadi nasabah Bank Syariah karena menghindari unsur riba”. Hal ini dibuktikan dengan

⁶ Susatyo Herlambang, *Basic Marketing*, (Yogyakarta, GOSyen Publising, 2014), hlm. 61.

jawaban responden yaitu sebanyak 46% menyatakan setuju dan 10% menyatakan sangat setuju, sedangkan sisanya menyatakan netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju.⁷ Penelitian tersebut menunjukkan bahwa minat nasabah juga didasarkan pada atribut yang menjadi karakter Bank Syariah yaitu bebas riba.

B. Identifikasi Masalah

Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia adalah hal yang menarik untuk dibahas karena seharusnya Perbankan Syariah akan jauh lebih dipilih dari pada Bank Konvensional dikarena Indonesia adalah Negara yang penduduknya mayoritas beragama Islam. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Santri Dalam Memilih Menggunakan Produk Bank Konvensional Dan Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren An-Nur Bantul Yogyakarta).”

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan beberapa uraian diatas maka penulisan merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan Santri dalam memilih menggunakan produk Bank Konvensional atau produk Bank Syariah?

⁷ Armida Sari, “Pengaruh Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPRS Puduarta Insani tembung”, Tesis, Program Pascasarjana IAIN Sumatera Utara, 2011, hlm. 74.

2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan Santri dalam memilih menggunakan produk Bank Konvensional atau produk Bank Syariah?
3. Apakah promosi akses berpengaruh terhadap keputusan Santri dalam memilih menggunakan produk Bank Konvensional atau produk Bank Syariah?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada dan telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan Santri dalam memilih menggunakan produk Bank Konvensional atau produk Bank Syariah.
2. Untuk mengetahui apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan Santri dalam memilih menggunakan produk Bank Konvensional atau produk Bank Syariah.
3. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan Santri dalam memilih menggunakan produk Bank Konvensional atau produk Bank Syariah.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai media informasi kepustakaan, tambahan bahan kajian dalam pengajaran, dan menjadi membuka peluang untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan memilih produk Bank Syariah atau Bank Konvensional.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Profesi Perbankan

Penelitian ini bermanfaat bagi profesi perbankan sebagai acuan dan referensi dalam menawarkan produk atau menyediakan produk sehingga diharapkan produk tersebut tepat secara manfaat dan kebutuhan.

b. Bagi Pondok Pesantren An-Nur Bantul

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan acuan terhadap Pondok Pesantren An-Nur Bantul untuk mendukung majunya ekonomi Islam dalam bentuk perbankan syariah sehingga terhindar dari riba bunga Bank Konvensional.

c. Bagi Institusi Universitas Alma Ata Yogyakarta

Penelitian ini dapat dijadikan bahan kepustakaan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dalam memilih produk Bank Syariah dan Bank Konvensional di kampus Universitas Alma Ata Yogyakarta.

d. Bagi Responden

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi para santri mengenai keputusan dalam memilih produk Bank.

e. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai upaya proses pembelajaran dalam kegiatan penelitian dan untuk memperoleh gambaran dalam bentuk mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dalam memilih produk Bank Syariah dan produk Bank Konvensional.

f. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan dapat menjadi data dasar oleh peneliti selanjutnya sehingga dapat dilakukan penelitian ulang untuk mengetahui mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dalam memilih produk Bank Syariah dan produk Bank Konvensional dengan cara pendekatan dan penerapan yang berbeda.