

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perbankan Syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang kegiatannya berdasarkan syariat-syariat Islam, yang bertujuan guna mendorong pembangunan nasional agar terwujudnya pemerataan kesejahteraan rakyat (Marimin et al., 2015). Prinsip hukum islam yang diterapkan pada perbankan syariah merupakan perbedaan paling utama antara perbankan syariah dengan konvensional, namun pada dasarnya perbankan syariah juga memiliki layanan yang hampir sama seperti perbankan konvensional.

Pada tahun 1991 Majelis Ulama Indonesia (MUI) beserta Pemerintah mendirikan Bank Muammalat Indonesia yang menjadi pionir berdirinya industri perbankan syariah di Indonesia (Nofinawati, 2015). Dalam perkembangannya perbankan syariah mampu menjadi tolak ukur keberhasilan ekonomi syariah. Terbukti pada krisis moneter tahun 1998 perbankan syariah mampu bertahan disaat ada banyak bank konvensional yang tidak mampu bertahan terhadap krisis sehingga harus dilikuidasi (Khoiri & Hendri, 2017).

Bank Syariah adalah salah satu bentuk penerapan ekonomi Islam, yaitu salah satunya melarang adanya riba. Sistem bunga yang diterapkan oleh bank akan memberatkan para nasabahnya. Untuk itu bank syariah dalam kegiatannya

berdasarkan konsep bagi hasil, dan tidak memperoleh pendapatan melalui bunga maupun membebankan bunga untuk setiap transaksinya karena bunga adalah jenis riba yang haram hukumnya dalam Islam (Badruzaman, 2019). Hal tersebut telah dituliskan dalam *QS Al Baqarah* (2; 275) :

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang-orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”.

Indonesia adalah negara yang kaya akan keberagaman budaya, agama, suku bangsa, ras dan keberagaman lainnya. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020 jumlah penduduk Indonesia sebanyak 270,2 juta jiwa dengan agama yang berbeda-beda seperti, Islam, Protestan, Katolik, Hindu, Budha dan khonghucu dengan mayoritas pemeluk agama Islam. Sehingga Indonesia berpotensi besar dalam pengembangan ekonomi dan industri keuangan syariah pada masa yang akan datang. Selain itu masyarakat non muslim pun juga dapat menjadi nasabah pada perbankan syariah.

Perbankan Syariah terus mengalami pertumbuhan yang baik, berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), sampai januari 2021 pertumbuhan pembiayaan Perbankan Syariah 8,17% dan memiliki asset Rp 600,99 Triliun. Sementara, pangsa pasar keuangan syariah terus tumbuh hingga mencapai 9,6%. Namun dengan pertumbuhan yang bagus tersebut masih rendah jika dibandingkan dengan potensinya

(SINDONEWS.com, 2020). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa Indonesia dengan masyarakat yang mayoritas muslim tapi masih sedikit yang menggunakan Bank Syariah.

Perbankan Syariah dinilai masih belum mampu bersaing dengan bank konvensional, jika dilihat secara nilai asset yang dimiliki perbankan syariah masih tertinggal jauh dari perbankan konvensional. Masih banyak hambatan yang harus dilewati perbankan syariah yang hingga saat ini belum menemukan solusinya, seperti pangsa pasar yang masih rendah serta masih sulit untuk meyakinkan masyarakat terhadap nilai dari produk syariah. Dalam hal ini penting bagi perbankan syariah untuk terus melakukan inovasi-inovasi dan strategi untuk dapat menarik intensi dari berbagai kalangan termasuk masyarakat non muslim

Keberagaman agama di Indonesia selalu memunculkan isu-isu keagamaan yang menarik untuk dibahas. Walaupun bukan negara Islam tetapi prinsip-prinsip Islam sangat berpengaruh pada berbagai aspek di negara ini. Hal tersebut pada akhirnya dimanfaatkan oleh beberapa pihak atau organisasi untuk kepentingan pribadi, bisnis bahkan tindakan kekerasan dengan mengatasnamakan Islam. Sehingga bermunculan stigma-stigma negatif dari masyarakat non muslim terhadap agama Islam.

Pada saat ini masih banyak masyarakat non muslim yang beranggapan bahwa bank syariah hanya diperuntukan bagi masyarakat muslim. Hal ini disebabkan karena adanya sentimen dan fanatisme keagamaan yang masih melekat pada masyarakat kita. Padahal, beberapa negara eropa telah menerapkan perbankan syariah, salah satunya Inggris. Walaupun bukan negara dengan mayoritas Muslim, industri keuangan

syariah Inggris terus meningkat bahkan lebih maju dibandingkan dengan negara mayoritas muslim (Irvani, 2016).

Fenomena yang terjadi saat ini bahwa kebanyakan masyarakat masih terjebak terhadap label atau atribut keagamaan dalam berperilaku tanpa mengerti substansinya. Pada perbankan syariah tentunya label tersebut menjadi pembatas bagi masyarakat non muslim untuk mengenal bank syariah. Sehingga kita harus lebih kritis terhadap label keagamaan dengan mengesampingkan label tersebut agar dapat berpikir secara rasional. Oleh karena itu penting bagi perbankan syariah untuk memperkenalkan diri sebagai bank yang terbuka bagi semua kalangan tanpa mengedepankan embel-embel agama.

Pada penelitian Darmawan & Suyoto (2017) terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi non muslim untuk menjadi nasabah perbankan syariah, yaitu produk, promosi dan fasilitas. Penelitian oleh Mawaddah (2019) juga menjelaskan bahwa reputasi, produk dan bagi hasil berpengaruh terhadap minat non muslim menjadi nasabah bank syariah. Hadiyati & Fatkhurozi (2018) menjelaskan bahwa pelayanan, produk dan promosi berpengaruh terhadap minat non muslim menggunakan perbankan syariah.

Adapun dalam Rosanti (2019) faktor lokasi dan bagi hasil dapat mempengaruhi keputusan non muslim menjadi nasabah perbankan syariah. Pada penelitian lain oleh Indriastuti & Anwar (2018) menemukan hasil bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan non muslim menjadi nasabah perbankan

syariah. Berdasarkan dari beberapa uraian tersebut peneliti tertarik untuk menggunakan faktor reputasi, promosi, pelayanan, produk, bagi hasil dan fasilitas.

Reputasi merupakan salah satu asset penting bagi suatu perusahaan dan berperan terhadap keberhasilan perusahaan. Pada era digital ini memberikan dampak positif terhadap penyebaran informasi, sehingga masyarakat dengan mudah memperoleh informasi dengan cepat dan terbaru mengenai perbankan syariah. Baik dan buruknya penilaian masyarakat terhadap bank syariah tergantung bagaimana perbankan syariah mengelola reputasinya. Penelitian oleh Riza et al (2021) menjelaskan reputasi berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah perbankan syariah.

Penting bagi perbankan syariah untuk memperkenalkan produknya seluas mungkin kepada masyarakat sehingga masyarakat dapat mengetahui manfaat serta kelebihan dari produk yang dimiliki perbankan syariah. Pada era digital ini perbankan syariah dapat melakukan promosi melalui berbagai media seperti televisi, internet bahkan media sosial sehingga dapat meningkatkan intensi masyarakat terhadap perbankan syariah. Menurut Syafrina & Manik (2018) menjelaskan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat non muslim untuk menggunakan produk tabungan bank syariah.

Pada perbankan syariah pelayanan sangatlah penting untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, sehingga nasabah merasa dirinya dipentingkan dan diperhatikan sebagaimana seharusnya sehingga mampu meningkatkan intensi masyarakat terhadap perbankan syariah. Pada penelitian yang dilakukan oleh Asnawi

(2014) menyebutkan bahwa pelayanan merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap minat non muslim menjadi nasabah bank syariah.

Perbankan syariah terus bersaing dengan bank konvensional dalam menawarkan produk-produk keuangan. Oleh karena itu perbankan syariah harus mampu menciptakan produk unggul agar dapat bersaing pada industri perbankan. Kualitas merupakan faktor penentu keberhasilan suatu produk, sehingga produk yang dihasilkan perbankan syariah haruslah berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah agar mampu meningkatkan intensi masyarakat terhadap bank syariah. Pada penelitian yang dilakukan Viranti & Ginanjar (2015) menyebutkan bahwa produk merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap minat non muslim menjadi nasabah bank syariah.

Sistem bagi hasil merupakan perbedaan utama antara perbankan Syariah dengan perbankan konvensional. Sistem ini dianggap lebih adil dan transparan karena memberikan keuntungan bagi semua pihak. Besarnya keuntungan yang akan didapatkan oleh bank dan nasabah berdasarkan keputusan pada saat akad, sehingga tidak terjadi kesalahpahaman atau kebingungan nantinya. Sistem bagi hasil yang diterapkan pada perbankan syariah tentunya dapat menjadi faktor yang dapat menarik minat masyarakat non muslim terhadap perbankan syariah. Hariyana & Arsyianti (2019) menjelaskan bahwa bagi hasil berpengaruh terhadap preferensi non muslim terhadap perbankan syariah.

Menjamurnya bank-bank konvensional dan fintech di Indonesia menyebabkan persaingan pada industri jasa keuangan semakin ketat sehingga mendorong perbankan

untuk mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan pada masyarakat. Hal ini mendorong perbankan syariah untuk berlomba-lomba dengan bank-bank konvensional dan fintech untuk meningkatkan fasilitas-fasilitas yang dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi keuangan agar dapat bersaing di industri jasa keuangan dan mampu menarik minat masyarakat. Menurut Yupitri & Sari (2012) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap keputusan non muslim menjadi nasabah bank syariah.

Kota Padang merupakan daerah dengan masyarakat yang sangat plural. Walau masih didominasi oleh masyarakat asli Minangkabau dan mayoritas beragama Islam, masyarakat Kota Padang terbuka bagi kelompok pendatang dari berbagai suku, etnis atau agama lain. Berikut adalah data hasil sensus penduduk Kota Padang tahun 2020 berdasarkan agama yang dianut, yaitu :

Tabel 1. 1
Penduduk Kota Padang berdasarkan Agama

AGAMA	JUMLAH PENDUDUK
Islam	838.565
Protestan	6.175
Katolik	11.712
Hindu	1.015
Budha	2.401

Sumber data : Badan Pusat Statistik Kota Padang

Dengan jumlah penduduk non muslim sebanyak 21.303 jiwa, maka perbankan syariah tidak perlu hanya terpaku pada masyarakat muslim, karena Bank Syariah berpotensi untuk meningkatkan nasabahnya pada masyarakat non muslim di Kota Padang. Prinsip perbankan syariah yang didasari atas syariat-syariat Islam, bukan berarti bahwa Bank Syariah hanya diperuntukan bagi masyarakat muslim. Bank

syariah terbuka bagi siapa saja, karena Islam adalah agama *Rahmatan Lil'alamin* yang merupakan wujud kasih sayang Allah kepada seluruh manusia dan alam semesta tanpa membedakan apa yang mereka percayai (Rasyid, 2016).

Berdasarkan fenomena tersebut peneliti ingin melihat faktor-faktor yang mampu menarik intensi masyarakat non Muslim untuk menjadi nasabah pada perbankan syariah di Kota Padang. Oleh karena itu, peneliti ingin mengukur hubungan reputasi, promosi, pelayanan, produk, bagi hasil dan fasilitas terhadap intensi masyarakat non muslim menjadi nasabah perbankan syariah.

Melihat pentingnya peranan perbankan syariah untuk meningkatkan keadilan dan pemerataan kesejahteraan rakyat, maka peneliti tertarik melakukan penelitian ini dengan judul: **“Determinan Intensi Masyarakat Non Muslim Untuk Menjadi Nasabah Pada Perbankan Syariah di Kota Padang”**

1.2 Rumusan Masalah

Peneliti mengajukan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh reputasi terhadap intensi masyarakat non muslim untuk menjadi nasabah pada perbankan syariah di Kota Padang.
2. Bagaimana pengaruh promosi terhadap intensi masyarakat non muslim untuk menjadi nasabah pada perbankan syariah di Kota Padang.
3. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap intensi masyarakat non muslim untuk menjadi nasabah pada perbankan syariah di Kota Padang.

4. Bagaimana pengaruh produk terhadap intensi masyarakat non muslim untuk menjadi nasabah pada perbankan syariah di Kota Padang.
5. Bagaimana pengaruh bagi hasil terhadap intensi masyarakat non muslim untuk menjadi nasabah pada perbankan syariah di Kota Padang.
6. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap intensi masyarakat non muslim untuk menjadi nasabah pada perbankan syariah di Kota Padang.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh reputasi terhadap intensi masyarakat non muslim untuk menjadi nasabah pada perbankan syariah di Kota Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap intensi masyarakat non muslim untuk menjadi nasabah pada perbankan syariah di Kota Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap intensi masyarakat non muslim untuk menjadi nasabah pada perbankan syariah di Kota Padang.
4. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap intensi masyarakat non muslim untuk menjadi nasabah pada perbankan syariah di Kota Padang.
5. Untuk mengetahui pengaruh bagi hasil terhadap intensi masyarakat non muslim untuk menjadi nasabah pada perbankan syariah di Kota Padang.
6. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap intensi masyarakat non muslim untuk menjadi nasabah pada perbankan syariah di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas wawasan dan pengetahuan penulis mengenai perbankan syariah khususnya mengenai faktor-faktor yang dapat menarik intensi masyarakat non muslim untuk menjadi nasabah pada perbankan syariah.

2. Akademis

Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi, dan referensi.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup pada penelitian ini memiliki batasan konteks pada masyarakat non muslim di Kota Padang. Variabel yang digunakan adalah reputasi, promosi, pelayanan, produk, bagi hasil dan fasilitas serta pengaruhnya terhadap intensi masyarakat non muslim menjadi nasabah perbankan syariah.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika pada penelitian ini akan ditulis dalam 5 bab berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bagian pendahuluan terdapat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Bagian ini berisi literatur teori dari para peneliti terdahulu, penjelasan hipotesis dan kerangka pikir penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ini berisi mengenai desain penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional variabel, serta teknis analisis.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bagian ini berisi deskripsi penelitian, pengolahan data serta interpretasinya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini berisi rangkuman hasil penelitian ini dan saran penelitian berikutnya.

