

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pendirian Bank Syariah diawali dengan berdirinya tiga Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) di Bandung pada tahun 1991 dan PT BPRS Heraukat di Nangroe Aceh Darussalam. Pendirian Bank Syariah di Indonesia diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui lokakarya “Bunga Bank dan Perbankan” di Cisarua, Bogor, 18-20 Agustus 1990. Hasil ini dibahas dalam Munas IV MUI yang kemudian dibentuklah tim kerja untuk mendirikan Bank Syariah di Indonesia sehingga berdirilah PT Bank Muamalat Indonesia (BMI) sebagai Bank Syariah pertama tahun 1991 dan beroperasi tahun 1992 (Machmud, 2010: 20).

Bila pada periode tahun 1992 hanya ada satu unit Bank Syariah, berdasarkan data yang diperoleh dari www.ojk.go.id per Desember 2017, jumlah Bank Syariah di Indonesia telah bertambah menjadi tiga puluh empat unit, yaitu 13 Unit Bank Umum Syariah (BUS) dengan jumlah kantor sebanyak 1825, dan 21 Unit Usaha Syariah (UUS) dengan jumlah kantor sebanyak 344. Sementara itu, jumlah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) hingga akhir tahun 2017 bertambah menjadi 164 unit dengan jumlah kantor sebanyak 274.

Dengan semakin banyaknya jumlah Bank Syariah beserta Kantor yang tersebar saat ini, dapat disimpulkan bahwa nasabah Perbankan Syariah setiap tahunnya selalu meningkat. Atau dapat diasumsikan bahwa minat masyarakat untuk menjadi nasabah pada Perbankan Syariah selalu meningkat setiap tahunnya. Hal tersebut disebabkan karena bertambahnya pengetahuan masyarakat mengenai Perbankan Syariah yang ada di Indonesia.

Pernyataan di atas sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abhimantra *et al.*, (2013: E177). Yang menyatakan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan memilih menabung di Bank Syariah. Hasil penelitian yang sama juga diberikan oleh Lestari (2015) yang menyatakan bahwa

pengetahuan memiliki pengaruh terhadap preferensi menabung pada Perbankan Syariah. Akan tetapi hal tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kamarni (2012: 54) yang menyatakan bahwa pengetahuan baik itu tentang keberadaan bank syariah, pengetahuan produk maupun mekanisme bank syariah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat.

Bank Syariah sendiri memiliki keunggulan yaitu dalam Sistem Bagi Hasil. Dimana hal tersebut tidak dimiliki oleh Bank Konvensional. Dengan sistem ini, bagi hasil yang dilakukan oleh nasabah dan pihak bank adalah dengan melakukan perhitungan antara pendapatan bank, biaya yang dikeluarkan bank akan diambil dari bagi hasil yang menjadi hak bank. Bagi hasil tersebut akan memudahkan dan juga menguntungkan nasabah yang menabungkan uangnya di bank syariah. Sistem bagi hasil ini digunakan atas dasar syariah Islam yang mana akan mendatangkan pahala bagi para pelakunya (Yuli, 2018).

Pendapat Yuli diatas sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahab (2016: 182). Mengungkapkan bahwa variabel independen (tingkat bagi hasil) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (minat menabung nasabah). Hasil temuan ini terjadi karena tingkat bagi hasil adalah hal yang begitu dominan dalam mendorong seseorang nasabah dalam membuka rekening tabungan di bank syariah.

Karena adanya berbagai macam hasil penelitian terdahulu diatas, penulis ingin menguji kembali faktor tersebut dengan menambahkan satu variabel baru yaitu Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai perbedaan dari penelitian sebelumnya. Maka penulis menjadi tertarik untuk membahasnya lebih lanjut dalam bentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan, Sistem Bagi Hasil dan Implementasi *Corporate Social Responsibility* Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Pada Bank BNI Syariah”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada Bank BNI syariah?
2. Apakah sistem bagi hasil berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada Bank BNI syariah?
3. Apakah implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada Bank BNI syariah?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada Bank BNI Syariah.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sistem bagi hasil terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada Bank BNI Syariah.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap minat masyarakat menjadi nasabah pada Bank BNI Syariah.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian yang dilakukan penulis antara lain:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti mengenai pengaruh pengetahuan, sistem bagi hasil dan implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah pada Bank BNI Syariah.

2. Bagi Bank BNI Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan dan bahan evaluasi oleh Bank BNI Syariah untuk terus meningkatkan minat masyarakat menjadi nasabah di Perbankan Syariah.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan ilmu dan informasi serta referensi bagi peneliti selanjutnya yang membahas mengenai pengaruh pengetahuan, sistem bagi hasil dan implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah pada Bank BNI Syariah.