

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dana atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sedangkan bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Bank Umum Syariah (BUS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, sedangkan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas. (Dr. Mardani, 11:2015).

Berdasarkan fenomena yang terjadi diduga bahwa tingkat pemahaman masyarakat mengenai perbankan syariah masih tergolong rendah. Dengan masih terbatasnya pemahaman masyarakat mengenai kegiatan jasa keuangan perbankan syariah, menyebabkan banyak masyarakat yang memiliki persepsi yang kurang tepat mengenai operasional bank syariah. Mereka mengatakan bank syariah hanya sekedar perbankan konvensional yang ditambah label syariah dan beranggapan bahwa dengan tidak dijalankannya sistem bunga, bank syariah tidak akan memperoleh pendapatan. Konsekuensinya adalah bank syariah akan sulit untuk *survive*.

Pemahaman yang rendah terhadap perbankan syariah salah satunya diakibatkan kurang dan masih bersifat parsialnya sosialisasi yang dilakukan terhadap prinsip dan sistem ekonomi syariah. Dengan demikian hal mempengaruhi persepsi dan sikap masyarakat terhadap bank syariah. Maka tugas penting yang harus dilakukan oleh pengelola bank syariah adalah meningkatkan sosialisasi sistem bank syariah melalui

media massa yang efektif, sehingga pengetahuan masyarakat mengenai bank syariah tidak hanya terbatas pada bank yang menggunakan sistem bagi hasil.

Masyarakat pada umumnya memiliki banyak pilihan dalam memutuskan kerja sama dengan dunia perbankan. Faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang menginvestasikan hartanya pada lembaga keuangan perbankan diantaranya adalah tingkat suku bunga, tingkat pendapatan dan kemajuan teknologi. Nasabah memiliki tempat untuk menyimpan dananya bukan hanya sekedar ingin mendapatkan jaminan yang aman dari berbagai bahaya, tetapi juga memiliki nilai bagi nasabah yang artinya sejumlah keuntungan yang diharapkan nasabah dari sesuatu hal yang di konsumsi atau dibelinya.

Mengapa memahami pengetahuan konsumen penting bagi pemasar? Karena apa yang dibeli, berapa banyak yang dibeli, dimana membeli dan kapan membeli, akan tergantung kepada pengetahuan konsumen mengenai hal-hal tersebut. Oleh karena itu, pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian. Ketika konsumen memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan. Pengetahuan konsumen terdiri dari informasi yang disimpan didalam ingatan. Peneliti membatasi pada tiga jenis pengetahuan konsumen yaitu pengetahuan tentang produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian yang diperoleh dari produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Eksistensi lembaga keuangan khususnya sektor perbankan menempati posisi sangat strategis dalam menjembatani kebutuhan modal kerja dan investasi di sektor non riil dan pemilihan dana. Dengan demikian, fungsi utama sektor perbankan dalam infrastruktur kebijakan makro ekonomi memang diarahkan dalam konteks bagaimana menjadikan uang efektif untuk meningkatkan nilai tambah ekonomi (*how to make money effective and efficient to increase economic value*).

Kini bank syariah tumbuh dan berkembang pesat. Apalagi dengan hadirnya sejumlah Bank Umum Syariah (BUS) yang semakin memantapkan posisi perbankan syariah di Indonesia. Salah satu BUS yang sedang mendapat sorotan adalah Bank Syariah Mandiri (BSM) yang resmi beroperasi pada hari Senin, 1 November 1999,

bertepatan dengan tanggal 25 Rajab 1420 H. BSM yang merupakan anak perusahaan PT. Bank Mandiri (Persero) hadir sebagai bank yang mengkombinasikan harmonisasi idealisme usaha dengan nilai-nilai spiritual dalam operasionalisasinya. Harmonisasi idealisme usaha dan nilai-nilai spiritual tersebut yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia.

Sementara itu, Bank Syariah Mandiri sebagai bank umum syariah yang terbesar, kini telah memiliki kantor cabang sebanyak 765 kantor layanan di seluruh Indonesia, 996 unit ATM Syariah Mandiri dengan akses lebih dari 100.000 jaringan ATM per Desember 2016 dan terus berkembang. Baik dari segi aset, total dana pihak ketiga (DPK) maupun kinerja keuangan, neraca dan laba usaha.

Selama delapan belas tahun kiprahnya, BSM telah memperoleh sejumlah pengakuan dan prestasi yang cukup membanggakan, baik dari lembaga independen maupun lembaga internasional. Di antara prestasi yang diraih oleh BSM adalah *The Strongest Islamic Retail bank in Indonesia 2016* dalam *Islamic Retail Banking Awards 2016* dari *Cambridge Analytica Islamic Finance*, Penghargaan Khusus CSR Terbaik dari BAZNAS dalam BAZNAS Award 2017, Kategori Bank Pendukung Pengendalian Moneter Syariah Terbaik dari Bank Indonesia dalam Penghargaan Bank Indonesia 2017, Juara 1 ARA 2015 untuk kategori *Private* Keuangan *Non Listed* dari OJK, Bank Indonesia, BEI, Kementerian BUMN, Komite Nasional Kebijakan *Governance* (KNKG), Ikatan Akuntan Indonesia, dan Ditjen Pajak dalam *Annual Report Award (ARA) 2015*.

Adopsi perbankan syariah dalam sistem perbankan nasional bukanlah semata-mata mengakomodasi kepentingan penduduk Indonesia yang mayoritas sebagian besar muslim, namun lebih kepada adanya faktor keunggulan atau manfaat lebih dari perbankan syariah dalam menjembatani ekonomi. Dalam sistem perbankan konvensional, selain berperan sebagai jembatan antara pemilik dana dan dunia usaha, perbankan juga masih menjadi penyekat antara keduanya karena tidak adanya *transferability risk and return*. Tidak demikian halnya sistem perbankan syariah

dimana perbankan syariah menjadi manajer investasi, wakil, atau pemegang amanat dari pemilik dana atas investasi di sector non riil. Dengan demikian, seluruh keberhasilan dan resiko dunia usaha secara langsung didistribusikan kepada pemilik dana sehingga menciptakan suasana harmoni.

Kendati secara prinsip bank syariah memiliki *advantage*, namun dalam realitasnya bank syariah, tanpa terkecuali Bank Syariah Mandiri, menghadapi beberapa kendala dan kelemahan yang memerlukan pembenahan. Diantaranya yaitu jaringan operasi yang belum luas, institusi pendukung yang belum lengkap dan efektif, efisiensi operasional bank syariah yang belum optimal dan masih sedikitnya sumber daya manusia yang memiliki keahlian dalam perbankan syariah. Dari sisi konsumen, kelemahan lainnya yakni masih terbatasnya pemahaman masyarakat mengenai kegiatan usaha jasa keuangan perbankan syariah. Keterbatasan ini menyebabkan banyak masyarakat yang memiliki persepsi yang kurang tepat mengenai operasi bank syariah.

Bank syariah termasuk di dalamnya Bank Syariah Mandiri dituntut untuk lebih gencar dan berani membuka diri guna terus meningkatkan sosialisasi dengan masyarakat luas terutama dalam menumbuhkan kesadaran akan pentingnya penerapan syariah dalam kehidupan tanpa terkecuali dalam aspek ekonomi. Oleh karena itu upaya untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang bank syariah menjadi isu strategis dalam pengembangan bank syariah di masa yang akan datang.

Semakin baik pengetahuan tentang ilmu perbankan syariah semakin tinggi kemungkinan untuk menggunakan bank syariah. Sebagian besar masyarakat yang mengadopsi bank syariah masih dominan dipengaruhi oleh emosi keagamaan belum berdasarkan pada pemahaman rasional yang baik. Dengan mengetahui pentingnya pengetahuan konsumen tentang perbankan syariah, Bank Syariah Mandiri diharapkan dapat mengetahui dengan cara apa perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.

Berdasarkan latar belakang masalah ini, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kelapa Gading.**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah penelitian yang diangkat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan konsumen dalam hal ini pengetahuan produk terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kelapa Gading.
2. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan konsumen dalam hal ini pengetahuan pembelian terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kelapa Gading.
3. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan konsumen dalam hal ini pengetahuan pemakaian terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kelapa Gading.
4. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan konsumen dalam hal ini pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, dan pengetahuan pemakaian secara bersama-sama terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kelapa Gading.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah di atas, makatujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan konsumen dalam hal ini pengetahuan produk terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kelapa Gading.

2. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan konsumen dalam hal ini pengetahuan pembelian terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kelapa Gading.
3. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan konsumen dalam hal ini pengetahuan pemakaian terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kelapa Gading.
4. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan konsumen dalam hal ini pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, dan pengetahuan pemakaian secara bersama-sama terhadap keputusan menjadi nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Kelapa Gading.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi peneliti yang akan datang

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu referensi untuk mengembangkan penelitian yang akan datang yang berkaitan dengan pengetahuan konsumen terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah.

2. Bagi Bank Syariah Mandiri

Penelitian ini dapat memberikan kepada Bank Syariah Mandiri agar perusahaan mengetahui konsumen terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah.

3. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang lebih mendalam lagi bagi masyarakat mengenai pengetahuan tentang Bank Syariah.