

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis dalam berbagai jenis industri, seakan-akan tidak pernah pupus karena pergeseran zaman. Persaingan dalam peta bisnis di Indonesia saat ini berada dalam persaingan yang sangat kompetitif. Persaingan yang seperti ini membuat semua pelaku bisnis berlomba-lomba dalam untuk mendapatkan tempat yang strategis dengan cara memberikan nilai lebih kepada pelanggan.

Demikian juga dengan perkembangan industri perbankan yang tidak jauh berbeda tingkat perkembangannya dengan industri-industri lainnya. Dengan menyesuaikan keadaan zaman dan adanya kebutuhan serta masukan dari masyarakat luas, perbankan yang ada saat ini banyak mengalami perkembangan. Perkembangan ini diwujudkan dalam bentuk yang bervariasi baik dari segi inovasi produk, prinsip, sistem operasionalnya maupun pergeseran paradigma sampai pada pengkonversian diri.

Berbagai upaya dilakukan oleh para pelaku bisnis, begitu juga dengan industri perbankan yang mewujudkan pencapaian bisnis yang optimal disetiap waktu yang akan datang sehingga tetap dapat *survive* dalam persaingan peta bisnis di Indonesia. Pemasaran merupakan disiplin ilmu yang memiliki andil besar dalam kesuksesan sebuah bisnis. Pemasaran merupakan aspek yang tidak dapat terpisahkan dari sebuah bisnis guna menuju kesuksesan dalam

menempati peta persaingan. Untuk dapat memberikan yang terbaik bagi pelanggan sebuah lembaga bisnis perlu menerapkan aspek-aspek pemasaran yang baik yang bisa memberikan nilai lebih bagi pelanggan untuk memilih atau menggunakan produk bisnisnya.

Perbankan syariah adalah lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan al-Quran dan al-Hadits Nabi Muhammad Saw atau dengan kata lain lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.¹ Menurut Syafii Antonio, bank syariah adalah lembaga keuangan yang awal berdirinya bertujuan untuk memudahkan kaum muslimin dalam mendasarkan segenap aspek dalam kehidupannya berdasarkan prinsip-prinsip Islam.² Munculnya bank syariah ini merupakan bentuk kemudahan bagi umat Islam untuk mendasarkan segenap aspek kehidupan terutama dalam aspek muamalah nya agar sesuai dengan ajaran Islam.

Bank syariah mengusung sistem yang sesuai dengan ajaran agama Islam dengan menerapkan sistem bagi hasil dan bukan bunga yang selama ini diterapkan oleh bank konvensional. Sebagai sistem yang baru bank syariah harus melakukan segala upaya agar dapat mempengaruhi keputusan masyarakat untuk memilih bank syariah. Dijelaskan oleh Schiffman dan Kanuk

¹ Muhamad, *Manajemen Bank Syari'ah*, (Yogyakarta: AMPYKPN, 2002), 13.

² M. Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah: dari Teori dan Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, Cet. I, 2001), 18.

bahwa dalam mengambil keputusan seseorang dipengaruhi oleh beberapa hal.³ Proses pengambilan keputusan oleh konsumen sendiri terbagi dari beberapa tahap yang berbeda namun masih saling berhubungan satu sama lain, yaitu : tahap masukan tahap proses, dan tahap keluaran. Tahap masukan terdiri dari sumber masukan utama yaitu : usaha pemasaran perusahaan dan pengaruh sosiologis eksternal atas konsumen. Tahap proses menfokuskan pada cara konsumen mengambil sebuah keputusan, yang dipengaruhi oleh beberapa faktor psikologis yang melekat pada setiap individu. Serta tahap terakhir/keluaran adalah tahap membeli dan evaluasi setelah membeli. Begitu pula terjadi ketika memilih atau tidak memilih bank syariah.

Perkembangan perbankan syariah tidak hanya terlihat dari sisi penambahan kuantitas saja, namun juga dari sisi kualitas, sistem dan layanan. Sebelumnya pada bank umum syariah maupun unit syariah hanya boleh melayani calon nasabah di kantor cabang syariah atau kantor cabang pembantu. Namun sejak *office-channeling* yang didasari Peraturan BI Nomor 8/3/PBI/2006 dan berlaku efektif Mei 2007 pelayanan jasa *financing*, seperti pembukuan rekening, setor, transfer, kliring, dan tarik tunai bisa dilakukan di cabang bank umum yang mempunyai unit syariah.⁴ Dengan penerapan *office-channeling* ini, akselerasi pertumbuhan bisa segera terealisasi hingga saat April tahun 2013 terdapat 627 kantor cabang, 1544 kantor cabang pembantu, serta 419 kanto kas yang dioperasikan oleh 11 Bank Umum Syariah (BUS) dengan 24 unit usaha syariah serta 159 Bank Pembiayaan Rakyat

³ Schiffman & Kanuk, *perilaku konsumen edisi 7*, (jakarta: prentice hall, 2004), 491

⁴ <http://www.bi.go.id/web/id/Peraturan/Perbankan/pbi+8306.htm> (20 oktober2013)

Syariah (BPRS).⁵

Keberhasilan sistem keuangan syariah hingga sekarang ini tidak semata-mata atas adanya dukungan regulasi pemerintah, namun juga didukung oleh kualitas dan pelayanan yang diberikan oleh lembaga tersebut. Lembaga keuangan syariah yang dalam hal ini adalah perbankan syariah secara umum, dianggap oleh sebagian orang sebagai alternatif bagi masyarakat yang sudah jenuh dengan sistem ekonomi kapitalis, sebuah sistem ekonomi yang sudah lama mendunia yang selalu mengutamakan kekayaan pribadi berdampak pada ketidakmerataan distribusi kekayaan sehingga banyak terjadi kesengsaraan.

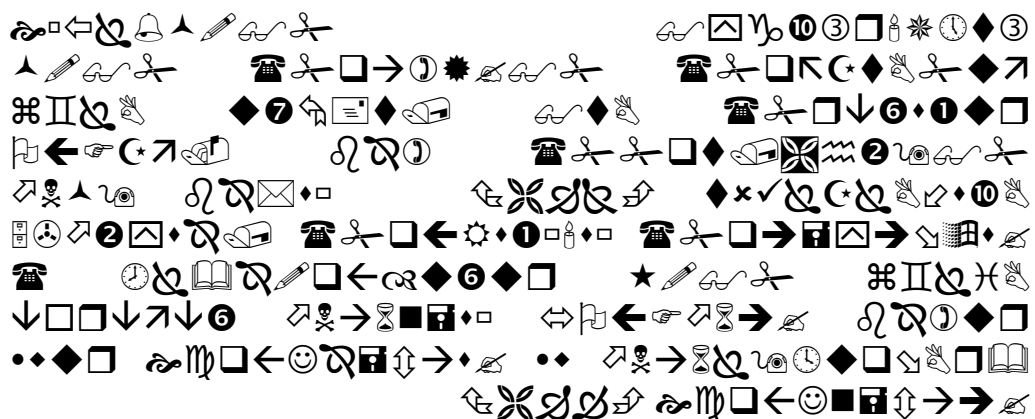
Namun sisi lain, tidak sedikit masyarakat yang masih menganggap bahwa sistem ekonomi syariah hanya hadir untuk masyarakat muslim. Tidak bisa dipungkiri, paradigma fanatisme agama masih kental terlihat dalam masyarakat kita, persepsi masyarakat yang berkembang bahwa bank syariah sebagai bank untuk kaum muslim saja, pasar yang tertutup untuk kalangan non muslim. Padahal, sistem bagi hasil yang merupakan salah satu elemen penting dari pasar syariah dan sudah sejak lama diterapkan Negara-negara Eropa, terutama Inggris.⁶ Jadi, persepsi bahwa pasar konvensional selalu lebih menguntungkan dan pasar syariah adalah pasarnya kaum muslim tidak tepat. Kemudian bagaimana dengan citra Islam dan apakah yang dapat ditawarkan untuk menarik para nasabah, sedangkan citra Islam belum menjadi daya tarik nomor satu bahkan dikalangan umat Islam sendiri.

⁵ Bank Indonesia, "Statistik Perbank Syariah", Dalam <http://www.bi.go.id/NR/rdonlyres/65F99ECC-39A3-4BBF-9F5A-719AD7FBEBEE/29291/SPSApr2014.pdf> (20 oktober 2013), 2.

⁶ Hermawan Kartajaya, dan Muhammad Syakir Sula, *Syari'ah Marketing*, (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), 25.

Melihat fenomena tersebut, masyarakat mulai sadar bahwa bank-bank konvensional yang ada saat ini tidak bisa menjadi solusi terbaik dari problem-problem yang ada di dalam masyarakat, sehingga masyarakat melirik kembali ajaran Islam yang bebas riba. Perbankan syari'ah merupakan suatu badan usaha yang fungsinya sebagai penghimpun dana dari masyarakat dan penyalur dana kepada masyarakat, yang sistem dan mekanisme kegiatan usahanya berdasarkan hukum Islam sebagaimana yang diatur dalam al-Qur'an dan al-Hadist.⁷

Masyarakat muslim yang menggunakan jasa perbankan syari'ah menganggap bahwa bunga adalah *riba*. Hal ini secara tegas dinyatakan dalam al-Qur'an yaitu dalam surat al-Baqarah ayat 278-279, yang berbunyi:



“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.” (QS al – Baqarah 278 – 279).⁸

⁷ Rachmadi Usman, *Aspek-Aspek Hukum Perbankan Islam di Indonesia*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2002), 93.

⁸ Departemen Agama, *al-Qur'an Terjemah*, (Jakarta: Yayasan Penyelenggara atau Penerjemah Al-Qur'an, 1971), 69-70.

Pelarangan riba ternyata tidak hanya terdapat dalam Islam, melainkan jauh sebelum Islam ada. Di India Kuno, hukum yang berdasarkan Weda, kitab suci tertua agama Hindu, mengutuk riba sebagai sebuah dosa besar dan melarang operasi bunga. Dalam agama Kristen, pelarangan atau restriksi keras atas riba berlaku selama lebih dari 1400 tahun. Secara umum, semua kontrol ini menunjukkan bahwa penarikan bunga apapun dilarang.⁹

Di wilayah Surabaya sendiri masih sedikit sekali seorang yang memiliki rekening di bank syariah. Menurut hasil riset yang dilakukan oleh Mars Indonesia pada tahun 2011 hanya terdapat 1,1% dari populasi kota Surabaya yang memiliki rekening di bank syariah yang setara dengan 33.728 jiwa.¹⁰ Masih terdapat sekitar 98.9% yang belum memilih bank syariah sebagai tempat penyimpanan uang atau partner bagi mereka. Surabaya timur merupakan salah satu bagian dari kota Surabaya yang terdapat 7 kecamatan dengan 40 kelurahan.¹¹ Penduduk Surabaya mayoritas beragama Islam dengan ini seharusnya dapat memberikan peluang besar terhadap kemajuan bank syariah di wilayah Surabaya.

Dalam banyak studi bahwa motivasi tertinggi seseorang memilih bank syariah adalah karena bank syariah menggunakan sistem-sistem dengan prinsip syariah Islam. Seperti yang ada dalam penelitian Metawa dan Almosawi dalam penelitiannya Mita Widyastuti ada tiga kriteria tertinggi yang dipertimbangkan

⁹ Latifa M. Alguad dan Marvyn K. Lewis, *Perbankan Syariah Prinsip Praktik Prospek*, terj.: *Islamic Banking* (Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2003), 264.

¹⁰ Mars Indonesia, "Kepemilikan Di Bank Syariah Meningkat", Dalam <http://newsletter.marsindonesia.com/2013/03/28/kepemilikan-rekening-di-bank-syariah-meningkat/> (22 oktober 2013)

¹¹ BPS kota Surabaya 2012

calon nasabah di bank syariah. Pertama prinsip nasabah yang sesuai dengan keyakinan calon nasabah, kedua adalah saran atau rekomendasi mengenai bank yang bersangkutan, ketiga adalah kenyamanan dari lokasi bank.¹²

Menurut *Karim Business Consulting* (KBC) dalam penelitiannya Mita Widyastuti motivasi memilih bank syariah ialah menggunakan prinsip yang sesuai dengan prinsip Islam dengan kata lain agama atau religius menjadi alasan masyarakat memilih bank syariah. Seperti yang terdapat dalam penelitian *Karim Business Consulting* (KBC) faktor yang menjadi alasan memilih bank syariah adalah (1) Sistemnya sesuai syariah (2) Pengelolaannya kredibel (3) Nilai bagi hasil yang tinggi (4) Lokasi bank dekat rumah (5) Pelayanannya cepat (6) Tidak dikenakan biaya administrasi (7) tempat penerimaan gaji (9) *customer service / teller* nya ramah. Dalam penelitian oleh *Karim Business Consulting* (2006) ini diketahui bahwa 71% responden menjadi nasabah bank syariah karena agama.¹³

Alasan lain seseorang memilih bank syariah disebutkan dalam penelitian dilakukan oleh Hamidi dkk., dalam penelitiannya Mita Widyastuti (2008) yaitu (1) Sesuai dengan agama yang dianut (2) Jasa sesuai dengan kebutuhan (3) Bonafiditas dan keamanan (4) Variasi produk (5) sikap dan perilaku karyawan yang sesuai dengan syariah (6) pelayanan cepat dll. Jika dalam studi penelitian mengatakan bahwa agama menjadi faktor pendorong yang paling utama masyarakat memilih bank syariah maka seharusnya di Indonesia bank

¹² Mita Widyastuti, "Alasan Masyarakat Tidak Memilih Bank Syariah Ditinjau Dari Aspek Bauran Pemasaran, Pamekasan" (Skripsi – Universitas Airlangga, Surabaya, 2008).

¹³ Ibid.

syariah berkembang sangat pesat melihat Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Hal ini didukung dengan 54% masyarakat Indonesia menyatakan bahwa bunga bank adalah haram menurut hamidi dkk., dalam penelitiannya. Ketika agama Islam menjadi sebuah alasan masyarakat memilih bank syariah seharusnya bank syariah akan berkembang lebih cepat tidak seperti yang terjadi saat ini bank syariah masih dalam posisi yang menjadi sebuah alternatif bukan menjadi lembaga keuangan yang utama yang di gunakan masyarakat Surabaya.¹⁴

Surabaya Timur sendiri merupakan wilayah yang berada di dekat perbatasan surabaya dengan Sidoarjo yang terdapat 7 kecamatan dengan 40 kelurahan. Diantaranya kecamatan Gubeng, Mulyorejo, Tenggilis Mejoyo, Tambaksari, Sukolilo, Gunung Anyar dan Rungkut.¹⁵ Di Surabaya timur terdapat, beberapa bank syariah yang beroperasi dan mendirikan kantor pelayannya Syariah di antaranya: (1) Bank Muamalat (2) Bank Syariah Mandiri (3) Bank Syariah BRI (4) Bank Syariah Bukopin (5) Bank BNI Syariah (6) Bank Danamon Syariah (7) Bank Permata Syariah (8) Bank BII Syariah (9) Bank BTN Syariah. Beberapa kantor syariah di wilayah Surabaya Timur ini menggambarkan aspek *place* pada bauran pemasaran pada bank syariah di wilayah Surabaya Timur bahwa bank syariah menunjukkan keberadaanya.

Dari latar belakang diatas terdapat hal yang patut dipertanyakan yaitu ketika banyak penelitian yang menjelaskan bahwa faktor utama masyarakat

¹⁴ Ibid.

¹⁵ <http://www.surabaya.go.id/dinamis/?id=4941> di akses 10 juni 2014

memilih bank syariah adalah agama, mengapa di Surabaya khususnya Surabaya Timur yang mayoritas muslim tingkat kepemilikan rekening di bank syariah sangat rendah. Jika agama dalam banyak penelitian disebutkan menjadi faktor utama seseorang memilih bank syariah ternyata tidak berlaku bagi masyarakat Surabaya khususnya Surabaya Timur maka dimungkinkan faktor – faktor di luar agama yang terkait dengan bauran pemasaran (*product, price, place, promotion*) bank syariah lah yang mempengaruhi masyarakat tidak menjatuhkan pilihan kepada bank syariah.

Berdasarkan uraian diatas inilah penulis ingin mengetahui faktor – faktor yang menjadi alasan bagi masyarakat dengan kebudayaan agamis tidak memilih bank syariah. Mencari faktor – faktor yang menyebabkan kecilnya jumlah masyarakat yang memilih bank syariah juga merupakan langkah penting yang harus dilakukan bank syariah selain mencari faktor yang menyebabkan masyarakat memilih bank syariah. Karena mencari faktor yang menyebabkan seseorang tidak memilih bank syariah bisa digunakan sebagai langkah evaluasi terhadap strategi yang digunakan bank syariah selama ini dan juga dapat digunakan sebagai acuan yang harus disiapkan bank syariah di masa yang akan datang agar dapat menarik nasabah lebih besar.

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah yang muncul adalah :

- a. Persepsi masyarakat Surabaya Timur
- b. Peran agama didalam perkembangan bank Syariah
- c. Strategi bauran pemasaran dapat mempengaruhi seseorang masyarakat memilih atau tidak memilih bank syariah
- d. Faktor yang menyebabkan masyarakat tidak memilih bank syariah jika disuatu wilayah mayoritas muslim
- e. Faktor yang menyebabkan Strategi Bauran Pemasaran bank syariah tidak efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah di wilayah Surabaya Timur

2. Batasan Masalah

Penelitian ini terfokus pada masalah persepsi masyarakat terhadap bank syariah serta alasan masyarakat tidak memilih bank syariah jika dilihat dari aspek bauran pemasaran. Penelitian ini menilai persepsi masyarakat Surabaya Timur mengenai bank syariah yang berada dilingkungan mereka serta alasan masyarakat Surabaya Timur tidak memilih bank syariah jika menggunakan aspek penilaian bauran pemasaran. Sehingga output yang dihasilkan lebih terarah pada Persepsi masyarakat serta bagaimana alasan seseorang tidak memilih bank syariah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi dan batasan masalah maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Persepsi masyarakat terhadap bank syariah?

2. Faktor apa yang menyebabkan masyarakat tidak memilih bank syariah?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, identifikasi dan batasan masalah maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui persepsi masyarakat mengenai bank syariah.
2. Untuk mengetahui faktor yang menyebabkan masyarakat tidak memilih bank syariah

E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam dua aspek :

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan sumber pengetahuan tentang bagaimana faktor agama tidak mendorong perkembangan bank syariah. Serta memberikan informasi tentang faktor mereka tidak memilih bank syariah jika dilihat dari aspek bauran pemasaran.

2. Secara Praktis

Penelitian ini dapat memberikan gambaran bagaimana seharusnya yang dilakukan dalam menerapkan strategi bauran pemasaran sehingga dapat menyerap nasabah yang relatif tinggi.

F. Definisi Operasional.

Agar memudahkan dalam memahami skripsi ini, maka perlu mendefinisikan beberapa istilah yang berhubungan dengan judul penelitian, antara lain:

1. Faktor merupakan elemen dasar atau unsur, jadi maknanya faktor yang menyebabkan masyarakat Surabaya Timur adalah unsur atau elemen yang membuat perilaku seseorang yang berada dalam wilayah Surabaya Timur memilih atau tidak memilih sesuatu. Surabaya timur sendiri merupakan wilayah yang berada di dekat perbatasan suarabaya dengan sidoarjo yang terdapat 7 kecamatan dengan 40 kelurahan. Diantaranya kecamatan Gubeng, Mulyorejo, Tenggilis Mejoyo, Tambaksari, Sukolilo, Gunung Anyar dan Rungkut.
2. Bank syariah adalah lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-Quran dan Al-Hadits Nabi Muhammad SAW.¹⁶ Bank syariah yang dimaksud ini merupakan bank syariah yang berada di wilayah Surabaya Timur di antaranya: (1) Bank Muamalat (2) Bank Syariah Mandiri (3) Bank Syariah BRI (4) Bank Syariah Bukopin (5) Bank BNI Syariah (6) Bank Danamon Syariah (7) Bank Permata Syariah (8) Bank BII Syariah (9) Bank BTN Syariah.
3. Aspek bauran pemasaran adalah salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh bank syariah yang berada di wilayah Surabaya Timur. Di

¹⁶ Muhamad, *Manajemen Bank Syari'ah*, (Yogyakarta: AMPYKPN, 2002), 13.

dalam strategi bauran pemasaran terdapat empat alat yang biasa disebut 4p (*price, product, promotion, place*). Secara operasional *price* ini menggambarkan tentang segi keuangan bank seperti penerapan bagi hasil, margin, fee serta bunga pada bank konvensional. *Product* di dalam operasionalnya menggambarkan produk – produk yang ditawarkan bank syariah seperti tabungan wadiah, tabungan mudharabah, multimanfaat dll. *Promotion* sendiri menggambarkan tentang pemberian informasi mengenai segala sesuatu tentang bank syariah seperti : iklan TV, baliho, dll. *Place* menggambarkan tempat di mana bank itu berdiri karena memang tempat ini merupakan bentuk pelayanan bank.

G. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah deskripsi ringkas tentang kajian atau penelitian yang sudah pernah dilakukan di seputar masalah yang akan di teliti sehingga terlihat jelas bahwa kajian yang akan dilakukan tidak merupakan pengulangan atau duplikasi dari kajian atau penelitian yang telah ada.¹⁷

Penulis menelusuri kajian pustaka yang memiliki objek penelitian yang hampir sama dengan objek penelitian ini, Penelitian sebelumnya sebagai berikut:

Ita Rosdiana dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Tabungan Muamalat Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank

¹⁷ Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel Surabaya, *Petunjuk Teknis Penulisan Skripsi: Edisi Revisi* (Surabaya: Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel. Cet. V, 2013), 9.

Muamalat Indonesia Cabang Bumi Serpong Indah (BSD) Tangerang”¹⁸ memaparkan bahwa strategi bauran pemasaran berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa variabel produk, harga, tempat dan promosi sesuai dengan harapan nasabah. Faktor yang dipertimbangkan nasabah dalam memilih tabungan muamalat antara lain (1) Sistem operasi tabungan muamalat yang sesuai dengan syariat Islam (2) Produk bank Muamalat terjamin, aman dan halal. (3) Tabungan dengan sistem bagi hasil dan bebas riba (4) biaya yang dikeluarkan sesuai dengan manfaat dan keuntungan yang didapat (5) Biaya yang dibebankan murah (6) Kenyamanan dalam transaksi karena pelayanan pegawai yang ramah, tempat yang bersih dan rapi (7) Reputasi tabungan Muamalat yang baik (8) Tabungan Muamalat yang digunakan untuk beragam transaksi (9) Murah (10) Sederhana (11) Bagi hasil yang cukup tinggi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan terletak pada Strategi bauran pemasaran pada penelitian ini digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah tabungan bank muamalat sedangkan pada penelitian yang sedang dilakukan Strategi bauran pemasaran digunakan untuk melihat mengapa masyarakat Surabaya Timur tidak memilih bank syariah.

Mita Widyastuti, dalam skripsinya yang berjudul “Alasan Masyarakat Tidak Memilih Bank Syariah Ditinjau dari Aspek Strategi Pemasaran di (Study

¹⁸ Ita Rosdiana, “Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Tabungan Muamalat Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Bumi Serpong Indah (BSD) Tangerang” (Skripsi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2011)

Pada Masyarakat Kabupaten Pamekasan Madura)¹⁹ memaparkan bahwa terdapat berbagai faktor yang dapat membuat seseorang tidak memilih bank syariah di antaranya yaitu perbedaan, perbedaan ini terdapat pada persepsi masyarakat yang menganggap sama antara produk bank syariah dan bank konvensional, faktor lain yakni tentang masalah kantor operasional penunjang yang belum menyentuh hingga ke pelosok – pelosok desa pamekasan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan terletak pada wilayah yang diteliti penelitian ini meneliti wilayah Pamekasan Madura dan teknik penelitiannya kuantitatif sedangkan penelitian yang sedang dilakukan memilih tempat di wilayah Surabaya Timur dengan teknik penelitian kualitatif.

Fatma Amelia dalam skripsinya yang berjudul “Analisi Motivasi Masyarakat Menabung Diperbankan Syariah”²⁰ memaparkan bahwa motivasi terbesar masyarakat padang menabung di perbankan syariah yaitu terdapat dua faktor, yang berasal dari eksternal ialah agama dan fatwa MUI tentang haramnya bunga bank, persepsi masyarakat yang menyebutkan bahwa bunga bank haram, dan persepsi tentang bagi hasil. Dan yang berasal dari Internal yakni pelayanan dan fasilitas bank syariah, lokasi bank syariah, prosedur tabungan yang mudah, informasi tentang bank syariah, dan keuntungan ekonomis (Tingkat bagi hasil yang tinggi dan administrasi yang rendah).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah

¹⁹ Mita Wisyastuti, “Alasan Masyarakat Tidak Memilih Bank Syariah Ditinjau dari Aspek Bauran Pemasaran (Study Pada Masyarakat Kabupaten Pamekasan Madura)” (Skripsi Universitas Airlangga, Surabaya, 2008).

²⁰ Fatma Amelia, “Analisi Motivasi Masyarakat Menabung Di perbankan Syariah” (Studi kasus kota padang)”, (Skripsi Universitas Andalas, 2009)

terletak pada objek yang diteliti, di penelitian ini objeknya adalah masyarakat yang sedang menabung di bank syariah dan sedangkan pada penelitian yang sedang dilakukan objeknya adalah masyarakat yang tidak memilih bank syariah. Untuk tempat penelitiannya juga berbeda jika penelitian ini di kota Padang sedangkan penelitian yang sedang dilakukan di wilayah Surabaya Timur.

Berlian Aminanti Suraya Putri dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di Toko Dannis Collection Pati)”²¹ memaparkan Variabel bauran pemasaran (X) mempunyai peran yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di toko busana muslim Dannis Collection kota Pati. Di antara variabel bauran pemasaran (produk, harga, lokasi, dan promosi) yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah bagian produk. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah pada output dari penelitiannya, penelitian ini mengukur bagaimana pengaruh strategi bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan di toko danis collection dan objek penelitiannya pun di penelitian ini memilih objek para pelanggan toko danis collection di wilayah pati. Sedangkan penelitian yang sedang dilakukan mencari faktor – faktor yang berpengaruh kepada keputusan nasabah tidak memilih bank syariah Surabaya Timur.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang sudah dilakukan

²¹ Berlian Aminanti Suraya Putri dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di Toko Dannis Collection Pati)”, (Skripsi UIN Walisongo, 2012)

sebelumnya sebab yang menjadi titik tekan pada penelitian ini yakni pada faktor – faktor yang menyebabkan masyarakat mengambil keputusan untuk tidak memilih bank syariah jika ditinjau dari aspek bauran pemasaran. Sehingga *output* penelitian yang diharapkan dapat menemukan permasalahan – permasalahan dari sisi strategi bauran pemasaran mengapa masyarakat Surabaya Timur tidak memilih bank syariah.

H. Metode Penelitian.

1. Data

- a. Data primer dari penelitian ini adalah data tentang persepsi masyarakat mengenai bank syariah serta faktor yang mempengaruhi masyarakat Surabaya Timur tidak memilih bank syariah.
- b. Data sekunder penelitian ini data jumlah kantor – kantor pelayanan syariah, penelitian terdahulu yang melengkapi penelitian yang dilakukan serta dokumen – dokumen UU perbankan syariah, statistik perbankan syariah,

2. Sumber Data

a. Sumber data primer

Sumber data primer yakni sumber penelitian yang dijadikan sebagai sumber informasi penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau pengambilan data secara langsung atau yang dikenal

dengan istilah *interview* (wawancara).²² Dalam hal ini subjek penelitian yang dimaksud adalah masyarakat Surabaya timur yang tidak memilih syariah.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder yaitu sumber data pendukung yang berasal dari seminar, buku, maupun literatur lain yang meliputi:

- a) *Manajemen Bank Syari'ah.*
- b) *Bank Syari'ah: dari Teori dan Praktek.*
- c) *Manajemen Pemasaran: analisis, perencanaan, impementasi.*
- d) Statistik perbankan syariah, April 2013
- e) Web – web bank syariah di indonesia.

3. Informan dan Responden

Mengingat kemampuan peneliti, baik dari segi waktu maupun dana, maka peneliti menggunakan teknik *snow ball sampling* dengan melakukan wawancara setiap kecamatan dengan menentukan orang yang akan diwawancarai dengan syarat mereka tidak memilih di bank syariah. Peneliti hanya mengambil 5 orang dari setiap kecamatan untuk dijadikan responden sehingga terdapat 35 orang dari 7 kecamatan di Surabaya Timur.

4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik – teknik pengumpulan data sebagai berikut :

²² Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, Cetakan VIII, 2007) 91.

- a. Observasi, yaitu mengadakan pengamatan terhadap Surabaya Timur.
- b. Wawancara, yaitu melakukan tanya jawab secara langsung dengan masyarakat Surabaya Timur yang tidak memilih bank syariah serta juga masyarakat yang mengerti tentang bank syariah.
- c. Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada objek penelitian, namun menggunakan dokumen – dokumen. Penggalan data ini dengan menelaah dokumen yang berhubungan dengan strategi pemasaran khususnya pada strategi bauran pemasaran bank syariah.
- d. Studi kepustakaan, yaitu mengumpulkan data dengan cara memperoleh dari kepustakaan dimana penulis mendapatkan teori serta pendapat ahli serta beberapa buku referensi yang ada hubungannya dengan penelitian.

5. Teknik Pengolahan Data

Setelah data berhasil dihimpun dari lapangan atau penulisan, maka penulis menggunakan teknik pengolahan data dengan tahapan sebagai berikut:

- a. *Editing*, kegiatan ini dilakukan setelah peneliti menghimpun data langsung dilapangan. *Editing* merupakan kegiatan pemeriksaan kembali data yang telah dihimpun dilapangan. Kegiatan ini penting dilakukan karena memang data yang kita dapatkan dari hasil lapangan tidak selamanya memenuhi kriteria yang kita inginkan dan tidak sesuai

tujuan penelitian ini, ada diantaranya.

- b. *Organizing*, yakni menyusun kembali data yang telah didapat dalam penelitian yang diperlukan dalam kerangka paparan penelitian yang sudah direncanakan dalam rumusan masalah yang sistematis.²³ penulis mengelompokan data yang dibutuhkan untuk dianalisis dan menyusun data tersebut dengan sistematis untuk memudahkan penulis menganalisis data.
- c. Penemuan hasil, yaitu dengan menganalisis data yang telah diperoleh dari penelitian untuk memperoleh kesimpulan mengenai kebenaran fakta yang ditemukan yang akhirnya merupakan sebuah jawaban dari rumusan masalah.

6. Teknik Analisis Data

Data yang telah berhasil dikumpulkan selanjutnya akan dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu analisis yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati dengan metode yang telah ditentukan. Tujuan dari metode ini adalah untuk membuat deskripsi atau gambaran mengenai objek penelitian secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

²³ Ibid., 245.

Kemudian data tersebut diolah dan dianalisis dengan pola pikir induktif yang berarti pola pikir yang berpijak pada fakta-fakta yang bersifat khusus kemudian diteliti, dianalisis dan disimpulkan sehingga pemecahan persoalan atau solusi tersebut dapat berlaku secara umum.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini dipaparkan dengan tujuan untuk memudahkan penulisan dan pemahaman. Oleh karena itu, penulisan skripsi ini dibagi dalam berbagai bab, pada tiap – tiap bab terdiri atas beberapa sub bab, sehingga pembaca dapat memahami dengan mudah. Adapun sistematika pembahasannya adalah:

Bab pertama adalah pendahuluan yang memuat uraian tentang latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah tujuan penelitian, kegunaan penelitian definisi operasional, kajian pustaka, metode penelitian (meliputi data yang dikumpulkan, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data dan analisis data), dan sistematika pembahasan.

Bab kedua landasan teori yang memuat teori tentang pemahaman, teori tentang strategi bauran pemasaran dan teori tentang operasional bank syariah.

Bab ketiga adalah berisi data – data yang berkenaan dengan variabel yang diteliti secara objektif dalam arti tidak dicampuri opini peneliti.

Bab keempat adalah analisis faktor yang mempengaruhi masyarakat tidak memilih bank syariah ditinjau dari bauran pemasaran dengan wilayah penelitian di Surabaya Timur.

Bab kelima merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran – saran bagi penelitian selanjutnya.