BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam.[1] Bank syariah di Indonesia didirikan karena adanya keinginan masyarakat, terutama masyarakat beragama Islam yang menilai bahwa bunga bank merupakan hal yang haram. Penilaian tersebut diperkuat dengan pendapat para ulama di Indonesia yang diwakili oleh fatwa MUI yang menyatakan bahwa bunga bank sama dengan riba dan hukumnya haram dalam syariah Islam. Sebagaimana firman Allah Swt dalam al-Qur'an banyak sekali yang menyebutkan tentang hukum riba salah satunya pada surat al-Baqarah ayat 275 sebagai berikut.

ٱلَّذِينَ يَأۡكُلُونَ ٱلرِّبَوٰاْ لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ ٱلَّذِى يَتَخَبَّطُهُ ٱلشَّيۡطَٰنُ مِنَ ٱلۡمَسِّۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمۡ قَالُوٓاْ إِنَّمَا
ٱلۡبَيۡعُ مِثۡلُ ٱلرِّبَوٰاْۗ وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلۡبَيۡعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْۚ فَمَن جَآءَهُۥ مَوۡعِظَةٞ مِّن رَّبِّهِۦ فَٱنتَهَىٰ فَلَهُۥ مَا سَلَفَ وَأَمۡرُهُۥٓ
إِلَى ٱللَّهِۖ وَمَنۡ عَادَ فَأُوْلَٰٓئِكَ أَصۡحَٰبُ ٱلنَّارِۖ هُمۡ فِيهَا خَٰلِدُونَ ٢٧٥

[1] Veithzel Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking* (Jakarta: PT Bumi Aksara: 2010), 31.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Artinya: 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 yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.[2]

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah Swt dengan tegas mengharamkan riba dalam bentuk apapun dan menghalalkan prinsip jual beli. Adanya larangan tentang riba dalam melakukan kegiatan di lembaga perbankan yang diatur oleh agama Islam sangat mempengaruhi kegiatan umat muslim dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam memutuskan untuk menjadi nasabah sebuah bank yang mampu menunjang aktivitas ekonominya. Oleh karena itu, bank syariah hadir di Indonesia sebagai altermatif bagi umat muslim untuk menjalankan transaksi perbankan dengan prinsip syariah yang bebas dari riba.

Seiring berjalannya waktu, perbankan syariah di Indonesia tumbuh dan berkembang dengan pesat. Hal tersebut dapat kita lihat pada tebel pertumbuhan jumlah bank dan jumlah kantor bank umum syariah pada tahun 2007 hingga 2013 di bawah ini.

[2] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Mekar Surabaya, 2002), 58.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 1.1

Pertumbuhan Jumlah Bank dan Jumlah Kantor Bank Umum Syariah

Tahun 2007-2013

Keterangan	Tahun						
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Bank Umum Syariah							
Jumlah Bank	3	5	6	11	11	11	11
Jumlah Kantor	401	581	711	1.22	1.400	1.745	1.998

Sumber: Statistik Perbankan Syariah Bank Indonesia, 2013

Pada tabel 1.1 di atas, terlihat bahwa jumlah bank dan jumlah kantor bank umum syariah di Indonesia dari tahun 2007 hingga tahun 2013 selalu mengalami peningkatan. Hal ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat, baik di kalangan perbankan syariah maupun persaingan dengan bank konvensional untuk menarik nasabah dan mepertahankannya agar dapat tetap bertahan dan berkembang. Adanya persaingan tersebut menuntut masyarakat untuk lebih selektif memilih lembaga perbankan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya dalam menunjang aktivitas ekonominya.

Berdasarkan hal tersebut, sangat penting sekali bagi pihak bank untuk mempunyai strategi tersendiri agar dapat memenangkan persaingan, salah satunya ialah dengan mengetahui perilaku konsumen (nasabah). Memahami perilaku konsumen (nasabah) merupakan tugas penting bagi bank syariah. Dalam penciptaan produk, penentuan pasar sasaran, dan menentukan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

aktivitas promosi harus memperhatikan perilaku konsumen agar serangkaian strategi yang dijalankan dapat tepat sasaran dan pengelolaan anggaran dapat digunakan secara bijak. Tidak hanya itu, sebagai pemasar bank syariah harus mengetahui pengambilan keputusan pembelian dan bagaimana nasabah menggunakan serta mengatur pembelian produk dan jasa yang ditawarkan. Hal tersebut sangat berfungsi bagi perusahaan untuk mengevaluasi kebijakan operasionalnya dan menjadi pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan strategi dan kebijakan di masa yang akan datang.

Namun dalam praktiknya, mengetahui perilaku konsumen dan menganalisis setiap pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen tidaklah mudah. Banyak faktor yang mempengaruhinya antara lain faktor internal yang berasal dari dalam diri nasabah dan faktor eksteral yaitu rangsangan yang dilakukan oleh pihak bank dan lingkungan sekitar.[3] Selain faktor-faktor tersebut, Ujang Sumarwan menyatakan bahwa agama merupakan faktor pembentuk perilaku pembelian bagi konsumen di Indonesia.[4]

Agama merupakan kunci budaya dalam sebuah lingkungan yang sangat mempengaruhi perilaku konsumen dan pada akhirnya mempengaruhi pengambilan keputusan.[5] Agama atau religi merupakan kepercayaan akan

---

[3] Karmila Yaumi Nurjanah, "Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Tabungan Pada PT. BNI Syariah Surabaya" (Skripsi--UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2013), 2.

[4] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 200.

[5] Nejdet Delener, "*Religious Contrast in Consumer Decision Behavior Patterns: Their Dimensions and Marketing Implications*", dalam http://www.communications.k-

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keberadaan Tuhan.[6] Jalaludin mengatakan bahwa agama dalam kehidupan individu berfungsi sebagai suatu sistem nilai yang memuat norma-norma tertentu.[7] Secara umum norma-norma tersebut menjadi kerangka acuan dalam bersikap dan bertingkah laku agar sejalan dengan keyakinan agama yang dianutnya. Sebagai sistem nilai, agama memiliki arti yang khusus dalam kehidupan individu serta dipertahankan sebagai bentuk ciri khas.

Salah satu aspek yang tidak bisa dipisahkan dari agama ialah religiutsitas. Religiusitas adalah gelar untuk individu-individu yang berkomitmen untuk kelompok agama tertentu. Religiusitas merupakan salah satu aspek yang paling penting dalam mendukung kuatnya suatu kebudayaan dan mempunyai pengaruh yang peting dalam perilaku pengambilan keputusan. Religiusitas sebagai faktor yang mendorong kuatnya nilai-nlai agama dalam diri manusia juga mempunyai peran dalam setiap aktivitas yang dilakukan oleh seseorang, salah satunya dalam aktifitas ekonomi yang berhubungan dengan lembaga perbankan.

Manusia kini mulai sadar untuk memenuhi kebutuhan duniawi dan kebutuhan religiusnya dengan cara memilih dengan selektif semua kebutuhan hidupnya secara seimbang. Bahkan dalam menjalankan kehidupan di dunia harus tetap mengedepankan urusan akhirat. Sebagai contoh ketika melakukan suatu kegiatan perbankan yaitu menabung dan melakukan pembiayaan akan lebih cenderung memilih bank yang berbasis syariah,

---

state.edu/doc/marketing-reaserch/religious-contrast-in-consumers-decision-behavior.pdf, diakses pada 12 Januari 2015.

[6] Jalaludin, *Psikologi Agama* (Jakarta: Rajawali Pres, 2010), 2.

[7] Ibid, 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

karena kegiatan menabung dan pembiayaan bank syariah menggunakan prinsip-prinsip syariah Islam yang dirasa sanggup memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat.

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia. Masyarakat muslim di Indonesia terkenal sangat religius dan sangat mengapresiasi nilai-nilai agama Islam. Ketika bank syariah hadir di Indonesia tidak sedikit umat muslim yang beralih dari bank konvensional ke bank syariah dan kenyataannya, tidak sedikit pula umat muslim yang masih menjadi nasabah bank konvensional.

Berdasarkan data Bank Indonesia, jumlah nasabah bank syariah pada akhir tahun 2013 baru sekitar 14,14 juta orang.[8] Padahal jumlah umat Islam potensial untuk menjadi nasabah bank syariah lebih dari 100 juta orang. Selain itu, perkembangan bank syariah di Indonesia yang terbilang sangat pesat belum mampu meningkatkan pangsa pasar atau *market share* bank syariah secara signifikan. Direktorat Bank Indonesia mencatat bahwa *market share* bank syariah pada akhir tahun 2013 sebesar 4,8% dari total aset bank secara nasional.[9] Berdasarkan hal tersebut dapat diartikan bahwa mayoritas umat Islam di Indonesia belum berhubungan dengan bank syariah. Bahkan sebaliknya, masih banyak umat muslim yang menjadi nasabah bank konvensional.

---

[8] Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia, Statistik Perbankan Syariah Desember 2013, dalam http://www.bi.go.id/id/statistik/perbankan/syariah/pdf, diakses pada 11 Agustus 2014.
[9] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Nasabah adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank.[10] Nasabah merupakan aset paling berharga bagi bank syariah. Pihak bank syariah perlu secara cermat menentukan kebutuhan nasabah dari sudut pandang mereka sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Menjalin hubungan dan melakukan penelitian terhadap mereka perlu dilakukan, agar pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan.

Dewasa ini, perilaku seseorang dalam memutuskan untuk menjadi nasabah di lembaga perbankan dipengaruhi oleh rasionalitas ekonomi, dan motivasi seperti keuntungan yang didapatkan yakni bunga, bagi hasil, fasilitas, pelayanan, kemudahan, kenyamanan, dan keamanan bertransaksi. Tetapi apakah religiusitas mempengaruhi perilaku keputusannya inilah yang perlu dilakukan penelitian lebih lanjut.

Dalam penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Nittin Esso dan Sally Dibb pada tahun 2004 yang berjudul *religious influences on shopping behavior : an exploratory study* tentang pengaruh religiusitas agama terhadap perilaku belanja pada 1000 kepala rumah tangga di pulau Maritius (Inggris), menyatakan bahwa religiusitas adalah variabel yang mempunyai pengaruh yang signifikan.[11]

---

[10] Saladin Djaslim, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Bank* (Jakarta: CV Rajawali, 2004), 18.

[11] Nittin Esso dan Sally Dibb, "*Religious Influences on Shopping Behaviour : an Exploratory Study*", dalam http://oro.ac.uk/2052/, diakses pada 9Agustus 2014.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selanjutnya, penelitian ini akan mengarah pada usaha menemukan fakta mengenai seberapa besar pengaruh religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Wonocolo Surabaya. Dimana menurut Glock dan Stark yang dikutip oleh Subandi menyatakan bahwa terdapat lima dimensi religiusitas yaitu dimensi kepercayaan (*ideological dimension*), dimensi praktis (*ritual dimension*), dimensi pengalaman (*experimental dimension*), dimensi pengetahuan (*intellectual dimension*), dan dimensi konsekual (*concequential dimension*).[12] Selaras dengan itu, Subandi juga menunjukkan persamaan dengan dimensi yang diungkapkan oleh Glock dan Stark yang sesuai dengan agama Islam, yaitu dimensi iman, Islam, ihsan, ilmu, dan amal.[13] Mengingat penelitian ini mencoba menguak fakta tentang seberapa besar pengaruh religiusitas nasabah muslim terhadap pengambilan keputusan menjadi nasabah bank syariah, maka dimensi religiusitas yang digunakan sebagai indikator variabel dalam penelitian ini adalah dimensi religiusitas Islam yakni dimensi iman, Islam, ihsan, ilmu, dan amal.

Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Mandiri KCP Wonocolo Surabaya. Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu bank syariah yang mempunyai jaringan terluas di Indonesia. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, Bank Syariah Mandiri KCP Wonocolo Surabaya melaksanakan kegiatan operasionalnya sesuai dengan prinsip syariah Islam yang menekankan pada prinsip bagi hasil tanpa ada unsur riba. Selain itu, nilai-

[12] Subandi, *Psikologi Agama & Kesehatan Mental* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), 87.
[13] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

nilai Islam sangat melekat pada Bank Syariah Mandiri KCP Wonocolo Surabaya. Hal tersebut terlihat dari pelayanan yang ramah seperti ucapan salam yang ditujukan pegawainya untuk menyambut nasabah dan penampilan busana muslim yang dikenakan oleh pegawai Bank Syariah Mandiri KCP Wonocolo Surabaya. Di samping itu, sebagai lembaga perbankan Bank Syariah Mandiri KCP Wonocolo Surabaya juga memberikan kemudahan, kenyamanan, dan fasilitas produk yang beraneka ragam tidak kalah jauh dengan fasilitas-fasilitas bank konvensional. Hal tersebut dapat dijadikan alternatif bagi masyarakat khususnya umat muslim yang ingin menjadi nasabah dan menggunakan jasa perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah Islam.

Dalam penelitian ini, nasabah muslim menjadi responden berdasarkan pertimbangan bahwa nasabah muslim telah mengambil keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Wonocolo dan telah menggunakan produk dan jasanya secara langsung. Berdasarkan pemaparan-pemaparan yang telah diuraikan di atas, maka akan dilakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Wonocolo Surabaya**".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut.

1. Apakah terdapat pengaruh antara religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Wonocolo Surabaya?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Seberapa besar pengaruh religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Wonocolo Surabaya?

C. Tujuan

Tujuan penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah yaitu :

1. Untuk menjelaskan pengaruh religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Wonocolo Surabaya.
2. Untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Wonocolo Surabaya.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Kegunaan Teoritis

   Hasil penelitian ini dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan tentang disiplin ilmu ekonomi syariah dan perbankan syariah. Selain itu, penelitian ini juga untuk memberikan sumbangan pemikiran bagi penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

   Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan kegiatan evaluasi operasional dengan menekankan perhatian religiusitas nasabah, sehingga dapat membantu Bank Syariah dalam usaha menyediakan sesuatu yang memang menjadi kebutuhan dan harapan nasabah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id