

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia perbankan merupakan salah satu institusi yang sangat berperan dalam bidang perekonomian suatu negara (khususnya dibidang pembiayaan perekonomian). Hal ini, didasarkan atas fungsi utama perbankan yang merupakan lembaga intermediasi antara pihak yang kelebihan dana (*surplus of fund*) dengan pihak yang memerlukan dana (*lack of fund*). Selain itu, bank berperan sebagai agen perubahan (*agent of development*) yang dapat mendorong kemajuan pembangunan melalui fasilitas kredit dan kemudahan proses pembayarannya.

Dinamika kompetisi perbankan sekarang ini semakin tinggi, mengakibatkan suatu keuntungan kompetitif (*competitive advantage*) yang dimiliki oleh suatu bank makin tidak berkelanjutan (*sustainable*). Dengan demikian, sebuah bank harus melakukan berbagai upaya pembaharuan yang tidak kenal henti untuk dapat menjadi pemain utama pada segmennya. Sehingga, dapat menjadi preferensi utama pelanggan (*customer*) yang berujung pada kepuasan dan bahkan loyalitas. Seiring dengan berkembangnya suatu bisnis yang membuat persaingan menjadi ketat, banyak perusahaan berlomba-lomba meningkatkan fasilitas, prasarana, dan berbagai manfaat lainnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Hal tersebut juga terjadi pada industri perbankan, termasuk perbankan syariah.

Sesungguhnya embrio mengenai kemunculan bank syariah sudah dimulai pada tahun 1940-an dengan gagasan mengenai perbankan yang berdasarkan bagi hasil. Aplikasi kelembagaan bank syariah itu sendiri dipraktikkan pertama kali pada *Myt Ghamr Bank*. Didirikan di Mesir pada tahun 1963.¹ Mendekati dekade 1980-an, bank-bank syariah bermunculan di Mesir, Sudan, negara-negara Teluk, Pakistan, Iran, Malaysia, Bangladesh dan Turki. Secara garis besar lembaga-lembaga perbankan Islam yang bermunculan dapat dikategorikan kedalam dua jenis, yakni sebagai Bank Islam Komersial dan lembaga investasi dengan bentuk *international holding companies*.

Berkembangnya bank-bank syariah di negara-negara Islam berpengaruh ke Indonesia. Di Indonesia, munculnya perbankan yang berbasis syariah pertama kali diprakarsai oleh Bank Muamalat yang mulai beroperasi pada tahun 1992 dan telah membuktikan bahwa bank tersebut mampu melewati badai krisis dan dapat berdiri kokoh hingga sekarang. Sementara bank konvensional justru mengalami *negative spread*. Krisis tersebut memberikan pukulan terhadap konsep perbankan konvensional dimana akibat dari krisis ekonomi banyak bank-bank konvensional harus dilikuidasi.

Sejak diberlakukannya *Dual System Bank* di Indonesia melalui UU Perbankan No.10 Tahun 1998 dan UU No.21 Tahun 2008 mendorong penguatan eksistensi perbankan syariah di Indonesia. UU tersebut memuat secara rinci landasan operasi bank syariah dan memberi arahan bagi bank-

¹Sumar'in, *Konsep kelembagaan bank syariah*, (Yogyakarta: graha ilmu, 2012), hal 50.

bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan mengkonversi diri secara total menjadi bank syariah². Sehingga banyak bank yang mendirikan unit syariah atau mengubah dirinya menjadi bank syariah.

Adanya undang-undang diatas ini sangat berdampak pada perkembangan lembaga keuangan Islam. Tercatat perkembangan jaringan kantor perbankan syariah yang cukup signifikan, hingga Oktober 2013 tercatat terdapat 2925 kantor bank syariah, yang dioperasikan oleh 11 bank umum syariah, dengan 23 unit usaha syariah (UUS), dan 160 bank perkreditan rakyat syariah (BPRS) (Statistik perbankan syariah, 2013). Dan berikut merupakan tabel perkembangan jaringan bank syariah:

Tabel 1.1 Perkembangan Jaringan Kantor Bank Syariah di Indonesia

Jenis Bank	2010	2011	2012	2013
Bank Umum Syariah (BUS)	11	11	11	11
Unit Usaha Syariah (UUS)	23	24	24	23
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)	150	155	158	160

Sumber : BI, Statistik Perbankan syariah, 2013

Secara kuantitas, pencapaian perbankan syariah sungguh membanggakan dan terus mengalami peningkatan dalam jumlah bank. Jika dibandingkan pada tahun 1998 hanya ada satu Bank Umum Syariah dan 76 Bank Perkreditan Rakyat Syariah.

Dalam upaya mendorong pengembangan perbankan syariah secara nasional, diperlukan usaha untuk memperluas jaringan perbankan syariah

²Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari teori ke praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), Hal 26.

pada wilayah-wilayah yang dinilai potensial dan membutuhkan jasa perbankan syariah. Perluasan jaringan perbankan syariah bersifat *market driven*, yaitu berdasarkan kebutuhan dan kesediaan bank untuk memberikan layanan jasa secara syariah. Oleh karena itu, diperlukan data dan informasi yang lengkap serta akurat untuk memberikan gambaran kebutuhan dan potensi pengembangan bank syariah. Potensi tersebut dapat dipandang dari sumber daya dan aktivitas perekonomian suatu wilayah, serta dari pola sikap dan preferensi pelaku ekonomi terhadap produk dan jasa bank syariah.

Jawa Timur merupakan suatu wilayah yang dianggap berpotensi dalam mendorong perkembangan bank syariah. Sebab, Jawa Timur merupakan provinsi dengan penduduk yang mayoritas agamis juga pertumbuhan ekonomi yang melaju pesat yang didukung oleh sektor usaha kecil. Jika dilihat dari jumlah aset bank umum syariah dan unit usaha syariah pada statistik perbankan syariah pada tahun 2013, Jawa Timur menempati urutan ketiga setelah provinsi Jawa Barat yaitu dengan total aset sebesar 23,292 Milyar rupiah. Sedangkan jika dilihat dari jumlah dana pihak ketiga, Jawa Timur juga menempati urutan ketiga setelah provinsi Jawa Barat yaitu sebesar 14,656 milyar rupiah.³

Berdasarkan hasil riset tentang perbankan syariah yang dilakukan oleh **MARS Indonesia, sebuah perusahaan *marketing research* yang ada di Jakarta**, pada akhir tahun 2011, terungkap bahwa jumlah populasi di lima kota besar (Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Medan) yang memiliki

³ Statistik Perbankan Syariah, oktober 2013, Bank Indonesia

rekening di bank syariah baru sebesar 3,3% (setara dengan 621.110 populasi). Jumlah tersebut berasal dari 4,7% (setara dengan 450.213) populasi di Jakarta, 0,9% (setara 20.159) populasi Bandung, 1,1% (setara 33.728) populasi di Surabaya, 3,0% (setara 45.008) populasi di Semarang, dan 3,4% (setara 72.002) populasi di Medan⁴.

Berkembangnya perbankan syariah di Jawa Timur tentu tidak luput dari dukungan-dukungan dari masyarakat yang mempercayakan dalam pengolahan uangnya. Seluruh elemen masyarakat dapat melakukan tersebut. Termasuk kalangan mahasiswa atau pelajar tentu pernah melakukan transaksi dengan bank syariah. Baik hanya sekedar untuk menabung atau sebatas untuk media pembayaran SPP. Kota Surabaya merupakan daerah dengan kepadatan penduduk paling tinggi di Jatim, yaitu mencapai 8.400 jiwa per km². Komposisi penduduk di Jatim didominasi oleh usia produktif (15-64 tahun), yang mencapai lebih dari 68% penduduk⁵.

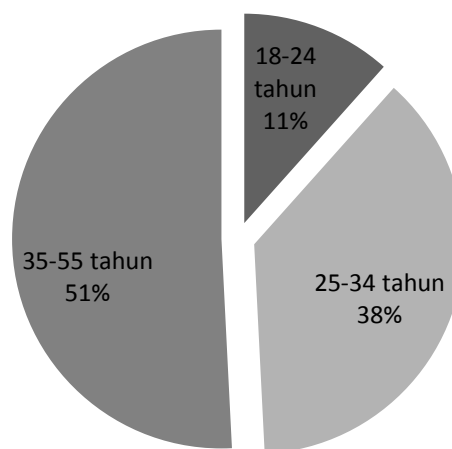
Mahasiswa adalah salah satu bagian atau kelompok penduduk yang berusia produktif. Banyak Universitas yang tersebar di wilayah Jawa Timur salah satunya adalah UIN Sunan Ampel Surabaya yang merupakan salah satu perguruan tinggi negeri Islam yang ada di kota Surabaya provinsi Jawa Timur yang memiliki jumlah mahasiswa yang cukup banyak dan mayoritas beragama Islam, dengan demikian sebagian dari mereka tentu pernah atau masih bertransaksi dengan perbankan, khususnya perbankan syariah.

⁴<http://newsletter.marsindonesia.com/2013/03/28/kepemilikan-rekening-di-bank-syariah-meningkat/>, diakses tanggal 24 april 2014

⁵<http://www.djpk.kemenkeu.go.id>, diakses tanggal 28 april 2014

Dalam riset tersebut juga ditunjukkan melalui profil-profil nasabah. Dalam Grafik 1.1, menunjukkan bahwa persentase terbesar nasabah perbankan syariah ada pada kelompok usia tua (35-55 tahun), yaitu mencapai 50,8%. Berikutnya ada pada kelompok usia dewasa (25-34 tahun) sebesar 37,6%, dan pada kelompok usia muda (18-24 tahun) hanya 11,6%. Meskipun demikian, dengan jumlah nasabah dengan usia muda yang relatif lebih sedikit dibandingkan dengan nasabah dengan usia dewasa dan usia tua. Hal ini tidak menutup kemungkinan bahwa mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya termasuk dalam kelompok nasabah tersebut.

Grafik 1.1 Profil Nasabah Bank Syariah Berdasarkan Usia

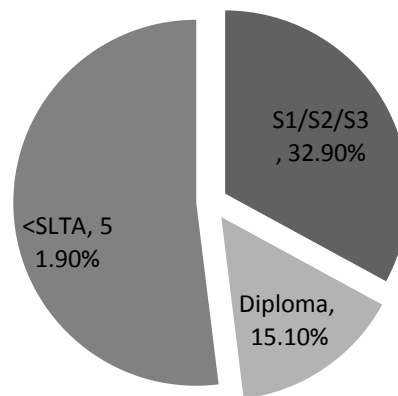


Sumber: MARS Indonesia (2011)

Selain usia yang menjadi indikator dalam riset tersebut, tingkat pendidikan juga dijadikan indikator. Berdasarkan tingkat pendidikan, nasabah bank syariah paling besar ada pada tingkat pendidikan menengah ke bawah,

yaitu mencapai 51,9%. Berikutnya adalah nasabah yang berpendidikan sarjana (32,9%), dan terendah berpendidikan diploma (15,1%). Meskipun dengan prosentase sebesar 32,9 % saja, Hal ini tidak menutup kemungkinan adanya mahasiswa UIN Sunan Ampel juga ikut berperan didalamnya.

Grafik 1.2 Profil Nasabah Bank Syariah Berdasarkan Tingkat Pendidikan



Sumber : MARS Indonesia (2011)

Jika dalam banyak penelitian tingkat pendidikan mempengaruhi seseorang untuk memilih bank syariah, maka dapat dimungkinkan bahwa adanya faktor lain yang mendorong seseorang untuk menjadi nasabah bank syariah. Dalam teori yang ada disebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah berbeda-beda untuk masing-masing pembeli, disamping produk yang dibeli juga pada saat pembeliannya. Menurut Philip Kotler dalam bukunya Manajemen Pemasaran menyebutkan ada empat faktor

yang mempengaruhi pembelian konsumen⁶, yaitu: (1) faktor kebudayaan, (2) faktor sosial, (3) faktor pribadi, dan (4) faktor psikologis. Dari keempat faktor tersebut Kotler menjabarkan dari setiap faktor menjadi beberapa faktor yang lebih terperinci. Menurut Kotler faktor kebudayaan, meliputi sub budaya dan kelas sosial. Faktor sosial, meliputi kelompok referensi kecil, peranan dan status, dan keluarga. Faktor pribadi, meliputi usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian dan konsep diri. Sedangkan dalam faktor psikologis, meliputi motivasi dan persepsi.

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller juga menambahkan bahwa adanya faktor pengintervensi⁷ dalam keputusan pembelian konsumen yaitu sikap orang lain dan faktor situasional yang tidak diantisipasi.

Menurut Basu Swastha, faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian konsumen⁸ ada tujuh yaitu merupakan proses penjabaran dari teori yang dikemukakan oleh Kotler. Faktor-faktor tersebut adalah (1) kebudayaan, (2) kelas sosial, (3) kelompok referensi kecil, (4) keluarga, (5) pengalaman, (6) kepribadian, (7) sikap dan kepercayaan, dan (8) konsep diri.

Dari latar belakang inilah penulis ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang mendorong mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dengan budaya dan lingkungan yang agamis untuk memilih perbankan syariah, karena mahasiswa dianggap sebagai masyarakat yang

⁶ Philip Kotler, *“Manajemen Pemasaran analisis, perencanaan dan pengendalian”*, (Jaka Wasana), jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 1989), hal 178

⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *“Manajemen Pemasaran”*, (Bob sabran), jilid 1 edisi 13 (Jakarta: Erlangga, 2008), hal 202

⁸ Basu Swastha dan Irawan, *“Manajemen Pemasaran Modern”*, (Yogyakarta: Liberty, 1997), hal. 105

memiliki tingkat pendidikan yang lebih baik. Setelah diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya terhadap perbankan syariah, kemudian dicari faktor-faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi preferensi mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam memilih bank syariah.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, didapatkan rumusan masalah, yaitu sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi preferensi mahasiswa fakultas syariah dan hukum UIN Sunan Ampel Surabaya dalam memilih bank syariah?
2. Faktor apakah yang paling dominan dalam mempengaruhi preferensi mahasiswa fakultas syariah dan hukum UIN Sunan Ampel Surabaya dalam memilih syariah?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi preferensi mahasiswa fakultas syariah dan hukum UIN Sunan Ampel Surabaya dalam memilih bank syariah
2. Untuk mengetahui faktor apakah yang paling dominan dalam mempengaruhi preferensi mahasiswa fakultas syariah dan hukum UIN Sunan Ampel Surabaya dalam memilih bank syariah

D. Kegunaan Hasil Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat ilmiah yang diharapkan berguna adalah menambah pengetahuan keilmuan tentang perbankan syariah, khususnya ilmu manajemen pemasaran dalam bidang perilaku konsumen.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi perbankan syariah, dalam memberikan gambaran mengenai ada atau tidaknya perbedaan tingkat kepentingan faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang untuk memilih perbankan syariah
- b. Hasil penelitian ini diharapkan bisa sebagai masukan bagi perusahaan bank syariah khususnya dalam strategi pemasaran untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah.