

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan lembaga keuangan syariah di tingkat nasional maupun internasional menunjukkan bahwa sistem ekonomi syariah dapat beradaptasi dengan ekonomi konvensional yang telah mendominasi kehidupan masyarakat di seluruh dunia. Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia yang sangat pesat ditandai dengan menjalankan peran penting dalam melakukan kegiatan ekonomi dan perdagangan. Sistem ekonomi syariah yang signifikan dengan sifat keuangan masyarakat akan menjadi daya tarik bagi pengguna jasanya. Perbankan syariah diharapkan dapat menjalankan pangsa pasar sebagai bentuk sistem ekonomi alternatif. Oleh karena itu, bank syariah memerlukan pengaturan khusus. Pengaturan tersebut harus dapat memperhatikan kepentingan semua kalangan, baik muslim maupun non-muslim. Karena pada saat ini tidak sedikit masyarakat yang menganggap bahwa sistem ekonomi syariah hanya untuk masyarakat muslim saja. Akan tetapi produk syariah mulai diminati oleh semua kalangan konsumen baik muslim maupun non-muslim. Menggunakan *theory of planned behaviour* yang dikemukakan oleh Ajzen (2011), pendekatan ini menjelaskan minat untuk berperilaku dengan cara yang dapat diprediksi secara tepat dalam tiga komponen penting, yaitu persepsi atau kontrol perilaku, sikap, dan norma subjektif.¹

Melalui *theory of planned behaviour* memprediksikan bahwa faktor persepsi, reputasi, dan sosial mempengaruhi minat individu, terutama menjadi nasabah lembaga keuangan syariah. Secara umum, semakin besar sikap dan norma subjektif yang berkaitan dengan persepsi, maka semakin kuat minat individu untuk melakukan perilaku tersebut. Tentunya ketika individu ingin menjadi nasabah bank syariah tidak terlepas dari ketiga faktor di atas, faktor tersebut menjadi hal yang berpengaruh dan menjadi penilaian individu. Bagaimana dengan persepsi, reputasi, dan sosial terhadap minat non-muslim menjadi nasabah lembaga keuangan syariah.

¹ Fishbein and Ajzen, *Belief, Attitude, Intention, And Behavior: An Introduction To Theory And Research* (Reading, MA: Addison-Wesley, 2011).

Fungsi lembaga keuangan syariah sendiri sebagai menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat yang sistem operasi dan mekanismenya berdasarkan syariat Islam.² Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah pada tahun 2020 menunjukkan bahwa kota Blora penduduknya mayoritas beragama Islam, namun ada pemeluk agama lain seperti Kristen, Katolik, Hindu, Budha dan Khonghucu berkembang di kota Blora.³

Tabel 1.1 Jumlah Penganut Agama di Blora Tahun 2020

Agama	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
Islam	1.238.647	98,8
Kristen	9.169	0,73
Katolik	3.971	0,32
Hindu	152	0,01
Budha	732	0,06
KhongHucu	60	0,005
Total	1.252.731	100

Sumber : BPS Provinsi Jawa Tengah, 2020

Berdasarkan tabel 1.1 terlihat jelas bahwa mayoritas penduduk beragama Islam dengan jumlah 1.238.647 lebih banyak dibandingkan pemeluk agama non-Muslim dengan jumlah penduduk 14.084 jiwa. Dengan banyaknya masyarakat muslim yang ada di Blora belum tentu mereka berminat menggunakan produk lembaga keuangan syariah, bagaimana dengan masyarakat non-muslim apakah mereka berminat menggunakan produk lembaga keuangan syariah.

² Anshor Wibowo and Nia Hariyati, "Pengaruh Budaya dan Persepsi Masyarakat Non Muslim Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Bengkalis," *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 1, no. 1 (2020): 29–42, <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.197>.

³ BPS, "Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota Dan Agama Yang Dianut Di Provinsi Jawa Tengah," Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah, 2020, <https://jateng.bps.go.id/statictable/2021/04/09/229/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-dan-agama-yang-dianut-di-provinsi-jawa-tengah-2020.html>.

Tabel 1.2 Jumlah Tempat Ibadah di Blora Tahun 2020⁴

Tempat Ibadah	Jumlah
Masjid	1.113
Mushola	3.456
Gereja Protestan	55
Gereja Katolik	2
Pura	-
Vihara	4
Klenteng	2

Sumber :BPS Provinsi Jawa Tengah, 2020

Berdasarkan hasil observasi, Blora memiliki gereja terbesar dan termegah yang terdiri dari 6 lantai, dengan puncak berupa kubah besar berbentuk lingkaran yang dinamakan Gereja Bethany yang terletak di Lokasi Jl. Ahmad Yani No. 3 Kota Blora. Bangunan ini memiliki tinggi sekitar 28 meter dengan luas sekitar 4.000 meter persegi yang mampu menampung sekitar 2.500 sampai 3.000 orang. Mengenai kubah yang menyerupai masjid ternyata mengambil desain bangunan di negara timur tengah, lebih tepatnya seperti kubah masjid di Yerusalem, Palestina. Selain itu Gereja Bethany tidak hanya digunakan oleh orang Blora saja, akan tetapi luar daerah seperti Bojonegoro, Rembang, Pati, Grobogan dan Karanganyar banyak yang berdatangan untuk beribadah. Keberadaan 14.084 penduduk non-Muslim di lingkungan mayoritas Islam dimungkinkan membuat mereka tertarik untuk melakukan transaksi di lembaga keuangan syariah, karena keberadaan mereka dikelilingi oleh mayoritas muslim sehingga masyarakat non-muslim merasa tidak canggung menggunakan jasa dari lembaga keuangan syariah.

Adapun faktor yang menjadi daya tarik masyarakat non-muslim untuk berminat menjadi nasabah lembaga keuangan syariah adalah persepsi, reputasi, dan sosial. Menurut Walgito Bimo, persepsi didefinisikan sebagai proses aktif dimana tidak hanya stimulus yang mengenainya, akan tetapi individu secara keseluruhan merespon stimulus tersebut dengan pengalaman, motivasi, dan sikap yang relevan.⁵ Dapat diartikan juga dengan

⁴ BPS, "Jumlah Tempat Peribadatan Menurut Kabupaten/Kota Di Provinsi Jawa Tengah," Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah, 2020, <https://jateng.bps.go.id/statictable/2021/04/09/2257/jumlah-tempat-peribadatan-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-tengah-2020-.html>.

⁵ Walgito Bimo, *Pengantar Psikologi Umum* (Yogyakarta: CV Andi, 2010).

cara pandang seseorang terhadap sesuatu yang akan memberikan jawaban tentang bagaimana dan dengan apa orang bertindak, karena seseorang akan melakukan pengamatan yang berkaitan dengan dunia luar agar dapat menjelaskan rangsangan yang diterimanya. Dengan begitu, lembaga keuangan syariah dapat mengetahui bagaimana persepsi masyarakat mengenai lembaga keuangan syariah itu sendiri.

Selain persepsi yang menjadi daya tarik masyarakat non-muslim menjadi nasabah lembaga keuangan syariah yaitu reputasi. Kotler mengatakan bahwa reputasi adalah kekuatan yang mempunyai arti karakteristik di luar perusahaan yang dapat memperkuat produk yang dihasilkan perusahaan.⁶ Reputasi akan menjadi aspek yang penting dan harus dipertimbangkan oleh lembaga keuangan syariah. Sebab seseorang akan tertarik menjadi nasabah karena reputasi perusahaan tersebut. Sehingga perusahaan bisa hancur ketika ada berita buruk terkait nama perusahaan tersebut. Sebaliknya perusahaan akan dipandang baik ketika menciptakan program atau kegiatan yang dapat menarik kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan.

Selain persepsi dan reputasi, sosial juga menjadi daya tarik masyarakat non-muslim menjadi nasabah lembaga keuangan syariah. Menurut Hanudin Amin, sosial mengacu pada perubahan perilaku individu untuk memenuhi tuntutan lingkungan sosial.⁷ Pengaruh sosial ini dapat dihasilkan dari tindakan, perintah atau permintaan. Selain itu, sosial dapat diartikan sejauh mana seseorang melihat orang-orang disekitarnya seperti anggota keluarga atau teman dalam mengajak seseorang untuk mencoba hal baru.⁸

Dari tabel 1.1 terlihat bahwa rata-rata penduduk Blora didominasi oleh pemeluk agama Islam, meskipun fakta ini tidak mengurangi keberadaan penduduk non-muslim yang bertransaksi di perbankan syariah. Hal ini didukung oleh penelitian Nur Rifai dan Taufiq Wijaya tentang persepsi masyarakat non-muslim terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah. Kerangka *theory of planned behaviour* diposisikan dalam persepsi sebagai proses

⁶ Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Indeks, 2009).

⁷ Hanudin Amin, Abdul Rahim, and Abdul Rahman, *Determinants of Customers Intention to Use Islamic Personal Financing The Case of Malaysian Islamic Banks*, 2011.

⁸ Muhammad Richo Rianto and Tutiek Yoganingsih, "Pengaruh Religiusitas, Pengaruh Sosial Dan Dukungan Pemerintah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Mandiri - Bekasi," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen* 16, no. 2 (2020): 76–83, <https://doi.org/10.31599/jiam.v16i2.405>.

yang menyangkut masuknya pesan dan informasi ke otak manusia. Pesan dan informasi tersebut muncul dalam bentuk dorongan yang merangsang otak untuk diproses lebih lanjut, yang kemudian mempengaruhi perilaku manusia. Persepsi ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah.⁹ Namun penelitian Waadarahmah tentang pengaruh persepsi dan religiusitas terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah, menyatakan bahwa persepsi tidak mempengaruhi minat menjadi nasabah Bank Syariah, karena belum merasakan manfaat dan sistem informasi yang dirasakan.¹⁰

Dalam penelitian Radiansyah menganalisis faktor kualitas pelayanan untuk kepentingan nasabah non-muslim pada Bank Syariah, kerangka *theory of planned behaviour* diletakkan pada reputasi bank yang dimaknai sebagai konstruksi sosial yang memupuk hubungan, kepercayaan yang akan menciptakan *brand image* suatu perusahaan. Reputasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah non-Muslim di Bank Syariah.¹¹ Sedangkan penelitian yang dilakukan Marlina dan Rosdiana tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat non-muslim menjadi nasabah Bank Syariah menunjukkan bahwa reputasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah non-Muslim di Bank Syariah.¹² Begitu pula dengan penelitian Rianto dan Yoganingsih tentang pengaruh religiusitas, sosial dan dukungan pemerintah terhadap minat menabung pada Bank Syariah, melihat bahwa sikap dapat ditempatkan pada pengaruh sosial yang menunjukkan bahwa masyarakat yang satu mempengaruhi secara signifikan terhadap minat menabung masyarakat lainnya di Bank Syariah. Semakin baik pengaruh sosial di lingkungan keluarga dan masyarakat, maka semakin besar kemungkinan nasabah akan menggunakan layanan

⁹ Nur Rifai and Taufiq Wijaya, "Persepsi Masyarakat Non Muslim Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah," *Journal of Finance and Islamic Banking* 2, no. 1 (2019): 93, <https://doi.org/10.22515/jfib.v2i1.1811>.

¹⁰ Waadarahmah, "Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Kabupaten Bima Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Dengan Pengetahuan Sebagai Variabel Moderasi," *Al Fiddhoh: Journal of Banking, Insurance, and Finance* 3, no. 1 (2022): 16–27, <https://doi.org/10.32939/fdh.v3i1.1038>.

¹¹ M Radiansyah, "Analisis Fakto-Faktor Kualitas Pelayanan Pada Minat Nasabah Non Muslim Terhadap Bank Syariah (PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Kota Pematangsiantar)," *Al-Sharf Jurnal Ekonomi Islam* 1, no. 2 (2020): 204–27.

¹² Lina Marlina and Gina Rosdiana, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Non-Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Tasikmalaya," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 7, no. 1 (2020): 33–40.

perbankan syariah.¹³ Sedangkan Raihana dan Azhary berpendapat bahwa faktor sosial berpengaruh negatif terhadap minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah.¹⁴

Berdasarkan pemaparan beberapa penelitian di atas, terdapat *research gap* pada variabel persepsi, reputasi, dan sosial. Keterlibatan non-muslim sebagai nasabah tentunya merupakan suatu hal yang unik dan menarik untuk dikaji.¹⁵ Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka mendorong bagi penulis untuk mengkaji pengaruh persepsi, reputasi, dan sosial terhadap minat masyarakat non-Muslim menjadi nasabah lembaga keuangan syariah di Blora.

Dari uraian di atas maka penulis memutuskan mengambil judul skripsi **“Pengaruh Persepsi, Reputasi, dan Sosial Terhadap Minat Masyarakat Non-Muslim Menjadi Nasabah Lembaga Keuangan Syariah di Blora”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Apakah persepsi memiliki pengaruh pada minat masyarakat non-Muslim menjadi nasabah lembaga keuangan syariah di Blora?
2. Apakah reputasi memiliki pengaruh pada minat masyarakat non-Muslim menjadi nasabah lembaga keuangan syariah di Blora?
3. Apakah sosial memiliki pengaruh pada minat masyarakat non-Muslim menjadi nasabah lembaga keuangan syariah di Blora?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

¹³ Muhammad Richo Rianto and Yoganingsih, “Pengaruh Religiusitas, Pengaruh Sosial Dan Dukungan Pemerintah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Mandiri - Bekasi.”

¹⁴ Siti Raihana and Riza Aulia, “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya),” *JHIBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*. 2, no. 2 (2020): 110, <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i2.8643>.

¹⁵ Laily Nurhayati et al., “The Perception of Non-Moslem Customers Towards Bank Syariah in Manado City,” *International Journal of Applied Business and International Management* 6, no. 1 (2021): 25–39, <https://doi.org/10.32535/ijabim.v6i1.1086>.

1. Guna melihat pengaruh persepsi pada minat masyarakat non-Muslim menjadi nasabah lembaga keuangan syariah di Blora.
2. Guna melihat pengaruh reputasi pada minat masyarakat non-Muslim menjadi nasabah lembaga keuangan syariah di Blora.
3. Guna melihat pengaruh sosial pada minat masyarakat non-Muslim menjadi nasabah lembaga keuangan syariah di Blora.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Sebagai sarana peningkatan ilmu pengetahuan yang digunakan sebagai pengarah dan sumber acuan bagi pihak-pihak yang melakukan penelitian.
 - b. Menambahkan penanganan masalah sosial untuk penelitian mengenai minat masyarakat non-muslim menjadi nasabah lembaga keuangan syariah.
2. Manfaat Praktis
 - a. Harapannya dari hasil penelitian ini akan membantu memberikan tambahan dan informasi kepada lembaga keuangan syariah mengenai minat masyarakat non-muslim untuk menjadi nasabah lembaga keuangan syariah menjadi jalan perkembangan yang lebih baik.
 - b. Untuk seluruh kalangan masyarakat, dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sarana tempat masukan dan rekomendasi dimana seluruh orang, baik masyarakat muslim ataupun masyarakat non-muslim untuk menjadi nasabah pada lembaga keuangan syariah.
 - c. Untuk seluruh kalangan masyarakat awam, harapannya akan digunakan sebagai petunjuk, pengarah dan bertambahnya ilmu untuk individu yang menggunakan layanan lembaga keuangan syariah.

E. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman dan pembahasan dalam penelitian ini, maka penulisan penelitian disusun dengan sistematika sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Dalam bagian ini terdiri dari halaman judul, halaman persetujuan pembimbing skripsi, pernyataan keaslian skripsi, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi, dan daftar tabel.

2. Bagian Isi

Bagian isi terdiri beberapa bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang pendahuluan yang dijadikan acuan mengapa penelitian ini dilakukan. Dalam bab pendahuluan ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian. Manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang deskripsi teori yang dapat menguatkan penelitian tersebut, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, identifikasi variabel, variabel operasional, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum responden, hasil analisis data statistik deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik. Selanjutnya menjelaskan mengenai analisis regresi linear berganda, pengujian pada hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang simpulan dari hasil penelitian dan saran yang berkaitan dengan penelitian.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir terdapat daftar pustaka yang berisi referensi mengenai penulisan dan juga lampiran-lampiran yang di dalamnya menyajikan hasil pengolahan data.