

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perhatian masyarakat terhadap lembaga perbankan selalu tinggi, maupun ketika perekonomian sedang berkembang pesat ataupun sebaliknya. Hal ini disebabkan lembaga perbankan merupakan institusi yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan dunia modern. Dibeberapa negara termasuk Indonesia, bank menjadi lembaga intermediasi yang memainkan peran penting terhadap perekonomian sebuah negara. Bank ialah perantara keuangan (*financial intermediary*) yang memediasi orang-orang dananya lebih dan orang-orang yang dananya kurang.¹

Bank syariah menjalankan usahanya atau beroperasi tanpa bunga (*interest-free*), melainkan menjalankan usahanya berdasarkan prinsip berbagi untung dan rugi yang ditegaskan oleh Al-Quran dan Hadist.²

Lembaga Keuangan Syariah (LKS) pertama kali direncanakan oleh Ahmad Najjar di Mit Ghamr pada awal 1960an dengan prinsip ekonomi bebas riba. Bank syariah semakin berkembang pesat seiring berdirinya Bank Muamalat sebagai bank syariah pertama di Indonesia pada tahun 1991. Pemerintah kemudian mengeluarkan prosedur pada tahun 1992 untuk pelaksanaan Undang-Undang Perbankan No. 7 Tahun 1992, yang mengatur perbankan dengan sistem bagi hasil.³

Di Indonesia, terdapat dua jenis bank, yaitu bank konvensional dan bank syariah, yang memiliki perbedaan mendasar dalam sistem operasional, pengelolaan dana, arah operasional, pembagian keuntungan, dan pengawasan perbankan. Perbedaan ini memberikan kesempatan bagi bank syariah untuk mengajak masyarakat, terutama

¹ Ascarya and Diana Yumanita, *Bank Syariah: Gambaran Umum* (Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebansentralan (PPSK) BI, 2005), 35.

² Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*, ed. Dadi M.H Basri and Farida R. Dewi (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 255.

³ Akmal Riza, Lukman Hakim, and Eliana Eliana, "Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kepribadian, dan Reputasi terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Banda Aceh," *Jurnal EMT KITA* 5, no. 1 (2021): 19, <https://doi.org/10.35870/emt.v5i1.324>.

masyarakat muslim, untuk menggunakan layanan perbankan syariah.⁴

Perlu diketahui bahwasannya penduduk Indonesia mayoritas pemeluk agama Islam, dengan begitu perbankan syariah dapat menjadikannya sebagai kesempatan yang bagus untuk bisa tumbuh dan berkembang. Akan tetapi, faktanya kini perkembangan perbankan syariah di Indonesia kurang optimal. Sekalipun kenyataannya mayoritas penduduk Indonesia adalah Muslim, bank syariah tampaknya kesulitan untuk menembus keunggulan perbankan konvensional. Hal ini disebabkan, perilaku konsumen dalam memutuskan akan menggunakan produk perbankan dapat berdampak pada perkembangan sektor perbankan, baik bank syariah maupun konvensional yang telah dulu berperan dalam sektor perbankan Indonesia.⁵

Secara teoritis, bank syariah dan konvensional berbeda karena bank syariah mengikuti prinsip syariah. Al-Qur'an dan Hadis menjadi sumber hukum utama. Meskipun aset perbankan syariah terus berkembang setiap tahun, masyarakat belum sepenuhnya memilih bank syariah sebagai opsi utama mereka dalam transaksi keuangan.

Bank syariah tumbuh dan berkembang dengan cukup pesat di Indonesia. Menurut laporan OJK, pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia meningkat menjadi 7,31% dari total sektor perbankan nasional per Juni 2023. Namun, jumlah tersebut masih terbilang kecil dibandingkan pangsa pasar bank konvensional.

Berdasarkan data statistik perbankan syariah hingga Januari 2023, terdapat 2.451 cabang Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS), serta 666 cabang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Total aset BUS dan UUS mencapai Rp 765,358 miliar. Perkembangan sektor perbankan syariah di Indonesia dapat dilihat dalam tabel berikut:⁶

⁴ Uun Sunarsih and Meitry Nurachma Wijyantie, "Penentuan Keputusan Mahasiswa Untuk Menabung di Perbankan Syariah," *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* 18, no. 02 (2021): 91–102, <https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.477>.

⁵ Junaidi Junaidi, "Persepsi Masyarakat Untuk Memilih dan Tidak Memilih Bank Syariah (Studi Kota Palopo)," *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi* 14, no. 2 (1970): 1–13, <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v14i2.44>.

⁶ Statistik Perbankan Syariah OJK, "Statistik Perbankan Syariah," *Statistik Perbankan Syariah*, no. Mi (2023): 5–24.

Tabel 1. 1
Perkembangan Jumlah Bank dan Kantor Bank Syariah Tahun 2019-2023⁷

Kelompok Bank	Tahun				
	2019	2020	2021	2022	2023
Bank Umum Syariah (BUS)	14	14	12	13	13
Unit Usaha Syariah (UUS)	20	20	21	20	20
Jumlah Kantor BUS & UUS	2.300	2.426	2.479	2.445	2.451
Jumlah BPRS	164	163	164	167	169

Tabel 1. 2
Perkembangan Aset Perbankan Syariah Tahun 2019-2023 (Dalam Miliar Rupiah)⁸

Indikator	Tahun				
	2019	2020	2021	2022	2023
Bank Umum Syariah (BUS)	350.364	397.073	441.789	531.860	520.885
Unit Usaha Syariah (UUS)	174.200	196.875	234.947	250.240	244.472
TOTAL	524.564	593.948	676.735	782.100	765.358

UU Nomor 10 Tahun 1998 mengenai perubahan UU Nomor 7 Tahun 1992, memberikan panduan yang jelas mengenai dasar hukum dan jenis operasional bagi bank syariah. Dengan adanya sistem perbankan ganda, bank tradisional dapat membentuk cabang/unit usaha syariah atau sepenuhnya beralih menjadi bank syariah. Regulasi ini menunjukkan kemajuan dalam sektor perbankan syariah.⁹

Dalam mengembangkan perbankan syariah, selain dari aspek hukum dan undang-undang dasar, perhatian juga perlu diberikan pada

⁷ Statistik Perbankan Syariah OJK, "Statistik Perbankan Syariah," *Statistik Perbankan Syariah* no. Mi (2023), 4–8.

⁸ Statistik Perbankan Syariah OJK, "Statistik Perbankan Syariah," *Statistik Perbankan Syariah* no. Mi (2023), 4–8.

⁹ Akmal Riza, Lukman Hakim, and Eliana Eliana, "Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kepribadian, dan Reputasi terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Banda Aceh," *Jurnal EMT KITA* 5, no. 1 (2021): 19, <https://doi.org/10.35870/emt.v5i1.324>.

pasar dan masyarakat sebagai konsumen. Bank, baik konvensional maupun syariah, memiliki peran strategis sebagai lembaga perantara dan penyedia layanan pembayaran. Namun, perbedaan karakteristik antara kedua jenis bank tersebut dapat mempengaruhi preferensi nasabah dalam pemilihan bank. Selain itu, pandangan masyarakat terhadap karakteristik bank juga dapat memengaruhi perilaku konsumen terhadap produk perbankan, baik dari bank konvensional maupun syariah.

Layanan bank syariah harus terus ditingkatkan kinerjanya, termasuk terus memberikan kepercayaan dan kepuasan kepada nasabah dalam penggunaan produk perbankan syariah. Maka dari itu, bank syariah perlu memahami perilaku calon nasabah yang saat ini sangat selektif dalam memilih dalam berhubungan dengan bank.

Faktor-faktor tertentu memengaruhi keputusan seorang konsumen dalam memilih produk atau jasa, termasuk faktor internal dan eksternal. Di antara faktor internal, religiusitas memainkan peran penting dalam mendorong penggunaan produk perbankan syariah. Religiusitas merupakan motivator yang mendorong penggunaan produk perbankan syariah. Religiusitas sendiri yaitu sikap dan kesadaran berasal dari keyakinan agama seseorang. Studi oleh Almosawi menunjukkan bahwa keputusan nasabah untuk menggunakan bank syariah sering kali dipengaruhi oleh pertimbangan agama, karena komunitas setempat mendukung prinsip kepatuhan bank terhadap ajaran Islam. Semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, semakin lebih memahami larangan riba dalam Islam, dan akan cenderung lebih patuh terhadap prinsip-prinsip agamanya. Ini menjadi faktor determinan dalam memilih bank syariah.¹⁰

Selanjutnya faktor internal yang lainnya adalah persepsi. Didalam perkembangan bank syariah, persepsi masyarakat menjadi hal yang penting. Dikarenakan persepsi dengan sendirinya dapat mempengaruhi masyarakat untuk melakukan aktivitas perbankan melalui perbankan syariah. Apabila masyarakat dalam memahami perbankan syariah masih kurang baik maka dapat memunculkan persepsi yang kurang baik yang berakibat menurunnya keinginan untuk menggunakan produk perbankan syariah.¹¹

¹⁰ D. Desiana, Dewi Susilowati, and Negin Kencono Putri, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah di Kota Tasikmalaya," *Akuntabilitas* 11, no. 1 (2018): 23–34, <https://doi.org/10.15408/akt.v11i1.8135>.

¹¹ Naila Umniati and Cindy Sintya, "Persepsi Mahasiswa UINSU terhadap Perbankan Syariah" 2, no. 2 (2023): 921–26.

Sementara faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah reputasi perusahaan atau *corporate reputation*. Rendahnya pangsa pasar layanan perbankan syariah dipandang sebagai masalah yang mempengaruhi reputasi perusahaan di sektor tersebut, sehingga menimbulkan keraguan konsumen dalam menggunakan produk perbankan syariah. Istilah reputasi bank yang dikenal berkaitan dengan citra serta beragam penilaian yang diperoleh dapat mendukung produk-produk yang dimiliki Bank Syariah, akibatnya para nasabah umum (masyarakat) akan memilih produk tersebut karena reputasi Bank Syariah yang baik di masyarakat, calon nasabah semakin percaya serta yakin dalam mengambil produk Bank Syariah.¹²

Penelitian mengenai keputusan dalam menggunakan produk perbankan syariah sudah pernah dilakukan sebelumnya, seperti penelitian oleh Abimantra, Maulina, dan Agustianingsih yang menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti pengetahuan, religiusitas, produk, reputasi, dan pelayanan pada bank syariah memiliki pengaruh positif terhadap keputusan menabung di bank syariah, meskipun tidak signifikan.¹³ Penelitian lain oleh Bustomi, Wiralaga, dan Zahra menunjukkan bahwa kualitas layanan dan reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan perbankan syariah.¹⁴ Kemudian, penelitian oleh Ridhani Arrasyid menunjukkan bahwa persepsi dan promosi berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah.¹⁵ Hasil penelitian tersebut, bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zuhirsyan dan Nurlinda yang menunjukkan bahwa religiusitas dan persepsi tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih produk bank syariah.¹⁶

¹² Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2010), 125.

¹³ Ananggadipa Abhimantra, Andisa Rahmi Maulina, and Agustianingsih. Eka, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah," *Proceding PESAT* 5 (2013): 8–9.

¹⁴ Harya Kuncara Wiralaga and Siti Fatimah Zahra, "Pengaruh Kualitas Produk dan Reputasi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Bank Syariah" 3, no. 2 (2023): 297–305.

¹⁵ Ridhani Ar Rasyid, "Pengaruh Persepsi dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Indonesia Tangerang Selatan Dengan Tingkat Religiusitas Sebagai Variabel Moderating," *Industry and Higher Education* (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021).

¹⁶ Muhammad Zuhirsyan and Nurlinda Nurlinda, "Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan

Maka penelitian ini menemukan celah untuk meneliti tentang keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah dengan religiusitas, persepsi, dan *corporate reputation* sebagai faktor yang mempengaruhi dengan masyarakat Desa Gribig Gebog Kudus sebagai studi kasus penelitian dimana mayoritas Masyarakat Gribig bermata pencaharian sebagai karyawan pabrik yang masih cenderung menggunakan bank konvensional untuk memenuhi kebutuhan transaksi perbankan masyarakatnya. Di samping itu, dengan masyarakat mayoritas beragama Islam, hal tersebut bertentangan dengan prinsip syariah yang ada.

Bank syariah masih kurang diketahui dan diminati oleh masyarakat.¹⁷ Adanya anggapan atau cara pandang masyarakat Desa Gribig terhadap bank syariah yang masih kurang baik, seperti mereka beranggapan bahwa bank syariah tidak ada bedanya dengan bank konvensional, masyarakat yang masih menganggap bank syariah sebagai bank yang baru berdiri dimana masih banyak kekurangan baik dari segi kecepatan pelayanan, kelengkapan produk dan teknologi yang dianggap masih kalah jauh dibanding bank konvensional yang sudah lama berdiri. Begitu juga sikap masyarakat terhadap produk dan layanan pendanaan bank syariah yang masih sangat minim, dikarenakan bank syariah beroperasi berdasarkan prinsip syariah maka produk yang ditawarkan juga menggunakan istilah-istilah dalam bahasa arab yang masih kurang familiar bagi masyarakat Desa Gribig, sehingga masyarakat lebih terbiasa menggunakan produk bank konvensional.

Penelitian ini memfokuskan pada masyarakat Desa Gribig Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus sebagai objek penelitian karena masyarakat merupakan komponen pangsa pasar yang layak jadi pertimbangan bank syariah untuk menambah jumlah nasabah. Desa Gribig adalah desa yang mengalami perkembangan pesat di Kota Kudus, terutama dengan adanya industri rokok skala besar seperti PT Djarum SKM 2 Gribig dan Djarum Brak SKM Gribig yang berperan signifikan dalam ekonomi masyarakat sekitarnya. Namun, perkembangan ekonomi ini membuat masyarakat harus memilih layanan keuangan, termasuk perbankan syariah, keputusan masyarakat Desa Gribig untuk menggunakan produk bank syariah

Syariah,” *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 2, no. 2 (2021): 114–30, <https://doi.org/10.46367/jps.v2i2.342>.

¹⁷ Anna Sardiana, “Analisis Pengetahuan Dan Kriteria Pemilihan Bank Syariah,” *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan* 4, no. 2 (2019): 159, <https://doi.org/10.15548/al-masraf.v4i2.265>.

masih rendah. Bank konvensional masih dominan di masyarakat karena persepsi bahwa bank syariah tidak berbeda dengan bank konvensional.¹⁸

Memahami perilaku konsumen dalam konteks nasabah bank menjadi semakin krusial dan menarik untuk diselidiki. Oleh karena itu, tujuan utama penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh faktor agama, persepsi, dan reputasi perusahaan terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan produk perbankan syariah.

Dari informasi yang telah disampaikan dalam latar belakang, terdapat potensi penelitian yang menarik untuk dieksplorasi lebih lanjut tentang **“Pengaruh Religiusitas, Persepsi, Dan *Corporate Reputation* Terhadap Keputusan Masyarakat Desa Gribig Gebog Kudus Dalam Menggunakan Produk Bank Syariah.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan permasalahan yang telah disampaikan sebelumnya, peneliti merumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap keputusan masyarakat Desa Gribig untuk menggunakan produk bank syariah?
2. Apakah persepsi berpengaruh terhadap keputusan masyarakat Desa Gribig menggunakan produk bank syariah?
3. Apakah *corporate reputation* berpengaruh terhadap keputusan masyarakat Desa Gribig menggunakan produk bank syariah?
4. Apakah religiusitas, persepsi, dan *corporate reputation* berpengaruh terhadap keputusan masyarakat Desa Gribig menggunakan produk bank syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah disebutkan sebelumnya, penulis bermaksud mencapai beberapa tujuan, yakni:

1. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap keputusan masyarakat Desa Gribig dalam menggunakan produk bank syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap keputusan masyarakat Desa Gribig dalam menggunakan produk bank syariah.

¹⁸ Imam Santoso and Sa'diyah El Adawiyah, “Branding Islam dan Religiusitas Individu Pada Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah,” *Journal of Business & Entrepreneurship* 2, no. 2623–0089 (2020): 1–12, <https://doi.org/10.24853/baskara.2.1.1-12>.

3. Untuk mengetahui pengaruh *corporate reputation* terhadap keputusan masyarakat Desa Gribig dalam menggunakan produk bank syariah.
4. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas, persepsi, dan *corporate reputation* berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk bank syariah.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah disebutkan sebelumnya, penulis bermaksud mencapai beberapa tujuan, yakni:

1. Manfaat Teoritis

Secara teori, mudah-mudahan penelitian ini dapat memberikan kontribusi berupa wawasan, pemikiran, prinsip, dan ide-ide yang bermanfaat bagi perkembangan studi perbankan syariah, sebagai acuan untuk penelitian masa depan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih layanan perbankan syariah.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, semoga penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pemangku kepentingan, terlebih bagi organisasi atau lembaga yang berkecimpung dalam ekonomi Islam.

E. Sistematika Penulisan

Struktur penulisan skripsi atau penelitian bertujuan untuk memperoleh pemahaman menyeluruh dan poin-poin utama dari setiap bagian yang berkaitan, sehingga penelitian dapat dilakukan dengan cara yang teratur dan alamiah. Penulis diharapkan mengikuti proses menyusun skripsi dengan tahapan yang telah dipersiapkan, yakni:

1. Bagian Awal

Pada bagian awal skripsi terdapat elemen-elemen seperti halaman judul, pengesahan, pernyataan orisinalitas, abstrak, motto, persembahan, pedoman transliterasi, kata pengantar, daftar isi, dan daftar tabel.

2. Bagian Isi

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima BAB, antara BAB I sampai BAB V saling berkorelasi karena merupakan satu kesatuan yang utuh, sebagaimana berikut ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini terdapat pembahasan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan

penelitian, manfaat penelitian, dan tata cara penulisan skripsi.

BAB II : LANSADAN TEORI

Bab ini mencakup penjelasan teori yang membahas mengenai religiusitas, persepsi, reputasi perusahaan, gambaran perbankan syariah, keputusan, masyarakat Desa Gribig Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, studi sebelumnya, kerangka berfikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini mencakup jenis dan pendekatan penelitian, populasi serta sampel, identifikasi variabel penelitian, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik, serta teknik analisis data yang digunakan dalam studi ini.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang penjelasan data hasil studi, gambaran umum obyek penelitian, analisis data, dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi rangkuman dari temuan studi dan rekomendasi yang dapat menjadi masukan bagi penelitian di masa depan.

3. Bagian Akhir
Bagian terakhir terdiri dari referensi, biodata penulis, dan lampiran-lampiran.