

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

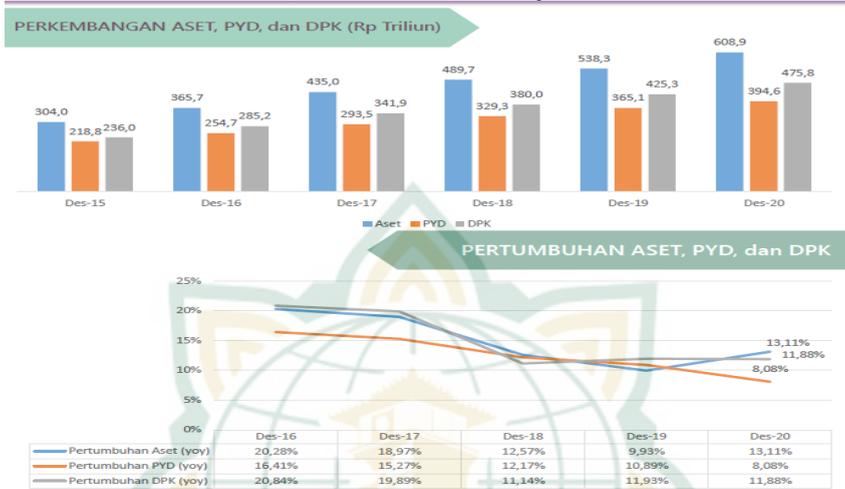
Sistem perbankan yang merupakan bagian dari sistem keuangan mempunyai peran strategis bagi masyarakat maupun tata perekonomian suatu negara. Masyarakat di negara maju maupun berkembang menganggap bahwa perbankan sebagai lembaga keuangan yang aman dalam melakukan beragam aktivitas keuangan, dimana di negara maju perbankan menjadi lembaga yang sangat esensial dan berperan penting dalam membangun perekonomian negara. Sedangkan di negara berkembang, perbankan menjadi suatu kebutuhan masyarakat yang tidak hanya terbatas pada penyimpanan dan penyaluran dana saja tetapi juga terhadap jasa yang ditawarkan.¹

Sistem perbankan di Indonesia terbagi menjadi dua jenis yaitu perbankan konvensional (sistem bunga) dan perbankan syariah (sistem bagi hasil). Perbankan syariah di Indonesia didirikan pertama kali pada tahun 1991 dan beroperasi secara resmi di tahun 1992 dengan nama Bank Muamalat Indonesia (BMI) dimana menjadi *pioneer* pertama bank syariah di Indonesia.² Hadirnya perbankan syariah menjadi suatu alternatif bagi masyarakat di Indonesia yang sebagian besar mayoritas muslim mengenai sistem layanan jasa perbankan yang terhindar dari riba (bunga) atau sesuai dengan prinsip Islam. Selama kurun waktu lebih dari 28 tahun, perbankan syariah mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang signifikan dan positif baik dari jaringan kantor, segi jumlah aset, PYD (pembiayaan yang disalurkan), dan DPK (dana pihak ketiga), meskipun masih tergolong stagnan dan masih rendah dibandingkan dengan perbankan konvensional. Berikut merupakan grafik perkembangan dan pertumbuhan aset, PYD, DPK perbankan syariah:

¹ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2014), 29-30.

² Otoritas Jasa Keuangan, "Sejarah Perbankan Syariah," diakses pada 13 Februari, 2021. <https://www.ojk.go.id>.

Gambar 1.1. Perkembangan dan Pertumbuhan Aset, PYD, DPK Perbankan Syariah

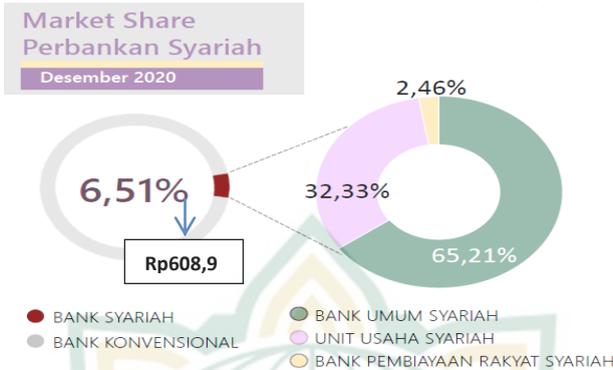


Sumber: OJK 2021³

Gambar 1.1 di atas menunjukkan tentang perkembangan industri perbankan syariah dilihat berdasarkan jumlah aset, PYD, dan DPK mengalami peningkatan positif sejak tahun 2015 hingga 2020 serta grafik pertumbuhan yang berfluktuatif sejak tahun 2016 hingga 2020. Diagram perkembangan dan grafik pertumbuhan jumlah aset, PYD, dan DPK dapat diketahui pada per Desember 2020, perbankan syariah mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan dengan persentase masing-masing sebesar 13,11%, 8,08% dan 11,88% serta pencapaiannya pada nilai rupiah mencapai Rp608,9 triliun, Rp394,6 triliun dan Rp475,8 triliun.

Selain perkembangan dan pertumbuhan perbankan syariah yang dilihat dari sisi jumlah aset, PYD, dan DPK, terdapat pula perkembangan perbankan syariah dilihat dari sisi *market share* nya yang diperoleh dari laman Otoritas Jasa Keuangan yaitu sebagai berikut:

³ Otoritas Jasa Keuangan, “Snapshot Perbankan Syariah Desember 2020,” diakses pada 13 Februari, 2021. <https://www.ojk.go.id>.

Gambar 1.2. Market Share Perbankan Syariah

Sumber : OJK 2021⁴

Gambar 1.2 diatas menunjukkan tentang *market share* (pangsa pasar) perbankan syariah. Gambar tersebut bisa disimpulkan bahwa *market share* perbankan syariah per Desember 2020 berada diangka 6,51% dengan total asetnya mencapai Rp 608,9 triliun, dimana lebih tinggi dibandingkan tahun-tahun sebelumnya yang masih berada diangka 5%. Meskipun mengalami pertumbuhan positif dalam pangsa pasarnya, pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia masih belum bisa mengimbangi pertumbuhan perbankan konvensional dimana persentase untuk *market share* nya sendiri dilihat dari gambar diatas sisa dari 6,51% yaitu 93,49%.

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia harusnya bisa mengimbangi pangsa pasar yang lebih tinggi dibandingkan perbankan konvensional karena sebagai negara yang bermayoritaskan penduduk muslim bisa mempunyai potensi menjadi *leader* dalam pengembangan perbankan syariah hingga ke ranah internasional. Realitanya, perbankan syariah belum bisa menyaingi perbankan konvensional dimana pertumbuhan pangsa pasarnya masih tertinggal jauh berada dibawah 10%. Hal ini dibuktikan dari gambar pangsa pasar diatas dimana per 2020 berada di 6,51%.

Pangsa pasar perbankan syariah yang masih dibawah angka 10% ini tidak terlepas di sebabkan dari masih minimnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap perbankan syariah, yaitu masyarakat masih menganggap jika perbankan syariah sama dengan perbankan konvensional. Hasil Survei Nasional Literasi Keuangan yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

⁴ Otoritas Jasa Keuangan, “Snapshot Perbankan Syariah Desember 2020,” diakses pada 13 Februari, 2021. <https://www.ojk.go.id>.

pada tahun 2019, mengungkapkan bahwa indeks literasi keuangan syariah berada pada persentase sebesar 8,93% sedangkan indeks inklusi keuangan syariah berada pada persentase 9,10% dimana masih tertinggal jauh dari indeks literasi keuangan nasional dan indeks inklusi keuangan nasional yang mencapai 38,03% dan 76,19%.⁵ Menurut Mahmudy dalam Ayif Fathurrahman dan Umi Azizah, fenomena dilapangan menunjukkan bahwa masih banyak bank syariah baik pada skala lokal maupun nasional yang mempunyai sumber daya manusia dengan pengetahuan syariah dan syariah fiqh yang kurang, kurangnya inovasi produk perbankan syariah, keterbatasan jaringan atau akses bank serta minimnya mesin ATM perbankan syariah di berbagai daerah. Permasalahan dan fenomena inilah menjadi tantangan tersendiri bagi perbankan syariah supaya bisa berperan lebih banyak di masyarakat.⁶

Ghozali Maski menyatakan bahwa bank syariah dalam meningkatkan efektivitas kinerja dan peluang, harus benar-benar mengetahui strategi secara tepat serta mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan setiap nasabah dalam memilih dan memutuskan menabung di bank syariah.⁷ Identifikasi faktor tersebut dilakukan sebagai upaya dalam mempengaruhi minat konsumen untuk menggunakan jasa perbankan syariah. Perspektif minat konsumen dalam menggunakan jasa perbankan syariah mempunyai keterkaitan erat dengan preferensi mereka terhadap berbagai atribut yang melekat pada perbankan syariah.

Preferensi menurut Bilson Simamora merupakan kecenderungan atau kesukaan seseorang dalam memilih sesuatu.⁸ Preferensi mempunyai peran penting dalam pengambilan keputusan konsumen. Hal tersebut dikarenakan, preferensi konsumen bisa muncul pada tahap evaluasi alternatif dalam proses keputusan

⁵ Otoritas Jasa Keuangan, *Master Plan Sektor Jasa Keuangan Indonesia 2021-2025: Memulihkan Perekonomian Nasional serta Meningkatkan Ketahanan dan Daya Saing Sektor Jasa Keuangan* (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2020): 17, diakses pada 13 April 2021, <https://www.ojk.go.id> .

⁶ Ayif Fathurrahman dan Umi Azizah, "Analisis Faktor-Faktor Preferensi Mahasiswa terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)", *Journal of Islamic, Finance, and Banking* 1, no. 1 dan 2 (2018):, 100.

⁷ Ghozali Maski, "Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen Dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah Di Malang," *Journal of Indonesian Applied Economics*, 4, no.1 (2010): 43.

⁸ Bilson Simamora, *Membongkar Kotak Hitam Konsumen* (Jakarta: Gramedia Utama, 2003), 87.

pembelian, dimana pada tahap ini konsumen akan dihadapkan dengan beragam pilihan produk atau jasa dengan bermacam atribut yang berbeda-beda.⁹ Adanya anggapan yang berkembang di masyarakat bahwa bank syariah sama dengan bank konvensional mengindikasikan bahwa masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang perbankan syariah. Kondisi seperti ini menjadikan tingkat preferensi masyarakat terhadap perbankan syariah rendah. Tingkat preferensi seseorang dapat diketahui dengan mengukur tingkat kegunaan dan nilai relatif dari setiap atribut yang ada pada produk atau jasa tersebut.¹⁰ Hal ini berarti tingkat preferensi dapat diukur dari nilai kegunaan atau nilai relatif dari atribut yang ada di perbankan syariah.

Atribut perbankan dapat diartikan sebagai sesuatu yang melekat dalam perbankan yang menjadi komponen serta unsur-unsur pokok yang dipandang penting oleh masyarakat sebagai landasan dasar dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian.¹¹ Atribut yang ada pada lembaga perbankan, dapat dijadikan sebagai indikator dalam mempengaruhi reaksi pelanggan untuk mengambil keputusan memilih suatu jasa perbankan.

Atribut perbankan syariah dalam penelitian ini yaitu reputasi Islam, teknologi informasi, kualitas jasa, dan produk. Reputasi yaitu hal yang dilakukan suatu perusahaan dan dipercayai khalayak berdasarkan pengalaman individu maupun pihak lain.¹² Reputasi Islam dapat diartikan sebagai sebuah gambaran mengenai prestasi, kinerja, dan eksistensi Islam dalam pandangan publik.¹³ Reputasi

⁹ Noventi Ersya Putri Dan Dadang Iskandar, “Analisis Preferensi Konsumen Dalam Penggunaan Social Messenger Di Kota Bandung Tahun 2014 (Studi Kasus : Line, Kakaotalk, Wechat, Whatsapp)”, *Jurnal Manajemen Indonesia* 14, no. 2 (2014): 116.

¹⁰ Ayif Fathurrahman dan Umi Azizah, “Analisis Faktor-Faktor Preferensi Mahasiswa terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)”, 100-101.

¹¹ Budi Setiawan dan Suharmiati, “Preferensi Masyarakat Kota Bogor Terhadap Atribut –Atribut Perbankan Syariah Sebagai Landasan Empiris Strategi Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia,” *Jurnal Ilmiah Manajemen* 4, no.3 (2016): 183-184.

¹² Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)* (Madura: Duta Media Publishing, 2020), 45.

¹³ Ani Yuningsih, ”Membangun Reputasi Islam Melalui Keterampilan Interpersonal”, *Mimbar : Jurnal Sosial dan Pembangunan* XIX, no. 4 (2003): 383.

Islam dapat menjadi pertimbangan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan syariah.

Hassan dan Lewis serta Tameme dan Asutay dalam Muslim Amin dkk., mengatakan bahwa pertimbangan agama Islam memainkan peran penting dalam mempengaruhi perilaku pengambilan keputusan nasabah karena mereka yakin bank syariah memiliki reputasi taat dan mematuhi hukum syariah.¹⁴ Meskipun reputasi Islam bank syariah secara definitif merupakan gambaran konkret tentang prinsip Islam, namun fakta dilapangan mengindikasikan masih belum sesuai dengan kenyataan yang ada. Hal ini disebabkan karena masih adanya bank syariah belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip Islam.

Dilansir dari AntaraNews 14 Juli 2020, Ketua IAEI (Ikatan Ahli Ekonomi Islam) wilayah Nusa Tenggara Barat yaitu Dr. KH. Muhammad Zaidi Abdad mengatakan bahwa “Pola penyaluran pembiayaan perbankan syariah masih membebani umat karena belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip syariat Islam. Perbankan syariah dalam praktiknya masih belum transparan dalam hal margin pembiayaan yang diberikan kepada nasabah, dimana dalam menerapkan konsep pembiayaan segi jual beli yang diharapkan adalah nisbah bagi hasil atas pembiayaan yang diberikan kepada nasabah tidak seperti bunga bank konvensional seperti misalnya pinjam ke bank syariah Rp 1 miliar tetapi mengembalikan Rp 2 miliar.”¹⁵

Kedua, atribut teknologi informasi. Menurut Ramen A. Purba dkk mendefinisikan teknologi informasi sebagai suatu gabungan teknologi dan komunikasi dalam bentuk perangkat lunak dan perangkat keras yang dapat dimanfaatkan dalam melakukan pengolahan, pemrosesan, penyusunan, penyimpanan, dan manipulasi data dengan ragam cara guna mendapatkan informasi yang akurat, relevan, baik dan tepat waktu yang dapat dipergunakan perusahaan atau organisasi untuk keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan sehingga menghasilkan informasi yang strategis dalam

¹⁴ Muslim Amin, dkk., “Islamic Banks : Contrasting The Drivers Of Customer Satisfaction On Image, Trust, And Loyalty Of Muslim And Non-Muslim Customers In Malaysia”, *International Journal of Bank Marketing* 31, no. 2 (2013): 92.

¹⁵ Awaludin, ”IAEI NTB Anggap Perbankan Syariah Masih Beban Umat,” *Antara News*, 14 Juli, 2020, <https://m.antaranews.com/berita/1609742/iaei-ntb-anggap-perbankan-syariah-masih-bebani-umat>.

pengambilan keputusan.¹⁶ Perkembangan teknologi informasi di era sekarang ini berubah sangat pesat. Sektor perbankan misalnya, dimana perkembangan teknologi informasi membuat para industri mengubah strategi dengan menempatkan teknologi sebagai unsur utama dalam proses inovasi produk dan jasa seperti transaksi dari via teller maupun transaksi via *mobile*, mesin ATM guna pengambilan dana secara *cash* secara 24 jam, penggunaan *database*, serta sinkronisasi data-data kantor (kantor cabang dengan kantor pusat).¹⁷

Zaida Rizqi Zainul dkk mengatakan bahwa teknologi informasi sangat mempengaruhi kepuasan nasabah, dimana kepuasan nasabah dapat tercipta dengan adanya kemudahan transaksi melalui sistematisasi teknologi informasi (*mobile banking*, *internet banking*, dan ATM).¹⁸ Namun, tidak bisa dipungkiri bahwa aksesibilitas mesin ATM perbankan syariah masih sangat minim dibandingkan mesin ATM perbankan konvensional yang tersebar di setiap kota, kecamatan dan desa. Selain itu, akses kantor jaringan bank syariah yang terbatas di tingkat kecamatan, dimana hal ini berbeda dengan perbankan konvensional contohnya BRI yang tersebar luas di setiap kecamatan. Terbatasnya aksesibilitas inilah membuat masyarakat memutuskan menggunakan bank konvensional karena lebih dekat dan mudah diakses.

“Segi pelayanan di perbankan syariah menurut saya itu bagus, baik, dan ramah tetapi dari segi akses jaringan perbankan syariah masih terbatas yaitu jaringan kantor dari tempat tinggal lumayan agak jauh dibandingkan dengan perbankan konvensional”.¹⁹

Ketiga, atribut kualitas jasa. Menurut Lewis dan Booms dalam Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra mendefinisikan kualitas jasa sebagai suatu ukuran tentang seberapa bagus tingkat layanan yang

¹⁶ Ramen A. Purba dkk, *Aplikasi Teknologi Informasi: Teori dan Implementasi* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), 3.

¹⁷ Aan Ansori, “Sistem Informasi Perbankan Syariah”, *Jurnal BanqueSyar’I* 4, no.1 (2018): 184-185.

¹⁸ Zaida Rizqi Zainul dkk, ”Pengaruh Teknologi Informasi, Kualitas Pelayanan, dan Motif Religius Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Syariah Mandiri di Banda Aceh”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 8, no. 1 (2020): 86-93.

¹⁹ Hasil pra penelitian mini research gap dengan Liyana Zainun Romziah selaku mahasiswa perbankan IAIN Kudus angkatan 2017 melalui WhatsApp pada tanggal 4 Juni 2021 pukul 19.23 WIB.

diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan.²⁰ Baik buruknya kualitas jasa yang diberikan, tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.²¹ Hasan dalam Ulul Azmi Mustofa dan Yudi Siyamto menyatakan bahwa jika yang dipersepsikan oleh pelanggan berkualitas, maka kualitas tersebut dapat memberikan stimulus kepada pelanggan untuk menjalin ikatan kuat dengan perusahaan dalam jangka panjang.²² Hal tersebut berarti bahwa dengan adanya kualitas jasa yang ditawarkan perbankan syariah dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Abdelghani Echchabi dan Oladokun Nafiu Olaniyi mengungkapkan bahwa kriteria terpenting pelanggan di Malaysia dalam memilih suatu perbankan syariah dapat dipengaruhi oleh adanya gabungan dari kualitas layanan (jasa) yang ditawarkan bank syariah di Malaysia seperti kenyamanan, keramahan petugas, kompetensi dan pengetahuan petugas, saran profesional yang diberikan petugas, dan lokasi.²³

Keempat, atribut produk. Menurut Philip Kotler, produk didefinisikan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.²⁴ Setiap produk memiliki sifat yang beragam. Saat memilih suatu produk, konsumen akan bervariasi dalam menentukan mana dari atribut yang menurut pertimbangan mereka yang paling relevan, dan mereka akan menaruh perhatian terbesar pada atribut yang berhubungan sesuai dengan kebutuhan mereka.²⁵ Seperti halnya produk perbankan syariah yang dikemas dengan konsep Islami dimana sistemnya

²⁰ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality, dan Satisfaction* (Yogyakarta : Andi, 2019), 125.

²¹ Arief, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan* (Malang: Bayumedia Publishing, 2020), 118.

²² Ulul Azmi Mustofa dan Yudi Siyamto, “ Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Umum Syariah di Surakarta”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 1, no. 2, (2015): 95.

²³ Abdelghani Echchabi dan Oladokun Nafiu Olaniyi, “Malaysian Consumers’ Preference for Islamic Banking Attributes ”, *International Journal of Social Economics* 39 (2012): 859-870.

²⁴ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2006), 266.

²⁵ Roni Andespa, “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah,” *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam* 3, no. 2 (2018): 184.

sesuai dengan syariah, tidak adanya riba, dan halal. Atribut produk perbankan syariah ini contohnya ditunjukkan dari inovasi produk yang bervariasi seperti mudharabah, murabahah, dan wadiah. Budi Setiawan dan Suharmiati mengungkapkan bahwa atribut utama yang menjadi preferensi masyarakat ketika memilih perbankan syariah adalah sistem bagi hasil, ATM, *call center*, citra, suasana Islami, kenyamanan dan kebersihan area, lokasi, ragam produk, prosedur, biaya transaksi, keramahan dan kecepatan layanan, jaminan keamanan, dan CSR.²⁶ Hal tersebut menunjukkan bahwa produk yang beragam dan menarik, akan mempengaruhi sekaligus menjadi pertimbangan pelanggan dalam mengambil keputusan pembelian terhadap produk tersebut.

Penelitian terdahulu tentang atribut perbankan syariah yang dijadikan variabel penelitian oleh peneliti sebelumnya telah dilakukan oleh Anggiya Rossana dan Egi Arvian Firmansyah dalam penelitiannya, “Analisis Rasch pada Atribut Perbankan Syariah: Studi pada Generasi Milenial,” yang menunjukkan bahwa kebersihan area (atribut bukti fisik) menjadi atribut yang paling dipertimbangkan mahasiswa dalam memilih perbankan syariah.²⁷ Budi Setiawan dkk., dalam penelitiannya, “A Rasch Analysis of The Community’s Preference for Different Attributes of Islamic Bank in Indonesia,” yang menunjukkan bahwa pelanggan lebih tertarik atau mempertimbangkan bank syariah di Indonesia pada atribut sistem keamanan (atribut jasa).²⁸

Hasil penelitian terdahulu tersebut menunjukkan preferensi pada atribut perbankan syariah berbeda-beda. Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan kajian ulang pada mahasiswa perbankan syariah IAIN Kudus angkatan 2017-2019 dengan menggunakan variabel atribut perbankan syariah yaitu reputasi Islam, teknologi informasi, produk dengan adanya penambahan variabel kualitas jasa

²⁶ Budi Setiawan dan Suharmiati, “Preferensi Masyarakat Kota Bogor Terhadap Atribut –Atribut Perbankan Syariah Sebagai Landasan Empiris Strategi Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia,” 183-190.

²⁷ Anggiya Rossana dan Egi Arvian Firmansyah, “Analisis Rasch Pada Atribut Perbankan Syariah: Studi Pada Generasi Milenial,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 5, no.3 (2019): 145-156.

²⁸ Budi Setiawan, dkk., “A Rasch Analysis Of The Community’s Preference for Different Attributes of Islamic Banks In Indonesia,” *International Journal of Social Economics* 45, no.12 (2018): 1647-1662, <https://doi.org/10.1108/IJSE-07-2017-0294>.

yang merupakan kombinasi pengembangan model atau pembeda dari penelitian terdahulu.

Muhammad Kamal Zubair mengemukakan bahwa program studi perbankan syariah merupakan suatu jalur pendidikan dan pengembangan ilmu agama yang aplikatif dan sangat strategis untuk memenuhi kebutuhan pembangunan di bidang ekonomi khususnya dalam sektor perbankan nasional serta memenuhi tantangan perkembangan dan pengembangan ilmu pengetahuan dan masyarakat modern saat ini dan masa akan datang.²⁹ Bersumber pada pernyataan tersebut, maka dapat diasumsikan bahwa bankir harus peka terhadap situasi sosial yang akan selalu muncul sesuai dengan perubahan zaman, sehingga mahasiswa perbankan syariah sebagai calon bankir dituntut untuk bisa paham mengenai masalah perbankan syariah, komunikatif, proaktif, dan mempunyai preferensi dan persepsi yang logis terhadap karakteristik, aktivitas perbankan syariah serta mempunyai minat menggunakan layanan perbankan syariah dalam praktiknya dengan ilmu yang diperoleh pada bangku kuliah, serta dapat menyikapi persoalan perbankan syariah yang banyak bermunculan pada saat ini dengan semestinya.

Program studi perbankan syariah sendiri masih tergolong baru di IAIN Kudus yang mulai beroperasi pada tahun akademik 2017/2018, namun demikian penumbuhan kesadaran perbankan syariah dalam ruang lingkup mahasiswa dapat dijadikan sebagai suatu solusi dan alternatif yang tepat dalam mengatasi berbagai permasalahan yang membatasi pengembangan perbankan syariah di Indonesia. Alasan menggunakan mahasiswa perbankan syariah IAIN Kudus karena sebagian besar mahasiswa yang menempuh pendidikan di IAIN Kudus berasal dari luar kota Kudus, sehingga diasumsikan mahasiswa akan menggunakan jasa perbankan dalam mengurus masalah keuangannya. *Kedua*, mahasiswa perbankan syariah di IAIN Kudus selain mempelajari aspek pendidikan akademik berkaitan dengan program studi juga dibekali dengan ilmu pendidikan agama Islam, sehingga diasumsikan mempunyai pengetahuan yang banyak tentang perbankan sehingga bisa memilih perbankan yang tepat.

Hasil *mini research* gap wawancara *chatting* melalui aplikasi *WhatsApp* yang dilakukan pada 20 mahasiswa perbankan syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus menunjukkan bahwa

²⁹ Muhammad Kamal Zubair, “Prospek Perbankan Syariah (Studi Lembaga Keuangan Syariah di Parepare)”, *Jurnal Syariah dan Hukum Diktum* 16, no. 1 (2018): 36.

sebagian besar mahasiswa memilih reputasi Islam (70%) dalam memilih menggunakan perbankan syariah, kemudian diikuti teknologi informasi (15%), kualitas jasa (10%), dan produk (5%).³⁰ Hasil ini mengindikasikan bahwa preferensi mahasiswa dalam memilih menggunakan perbankan syariah dapat dipengaruhi oleh faktor atribut yang ada di perbankan syariah.

Berdasarkan uraian dan rujukan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Atribut Perbankan Syariah: Reputasi Islam, Teknologi Informasi, Kualitas Jasa, dan Produk terhadap Preferensi Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Kudus Angkatan 2017-2019) ”.

B. Rumusan Masalah

Bersumber pada latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, maka pada penelitian ini rumusan masalah meliputi:

1. Apakah atribut perbankan syariah yang terdiri dari reputasi Islam, teknologi informasi, kualitas jasa, dan produk berpengaruh terhadap preferensi mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Kudus angkatan 2017-2019 dalam menggunakan jasa perbankan syariah?
2. Apakah atribut yang paling dominan menjadi preferensi mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Kudus angkatan 2017-2019 dalam menggunakan jasa perbankan syariah?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini bersumber pada rumusan masalah yang telah dibuat yang dilaksanakan dengan tujuan untuk:

1. Mengetahui dan menganalisis atribut perbankan syariah yang terdiri dari reputasi Islam, teknologi informasi, kualitas jasa, dan produk berpengaruh terhadap preferensi mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Kudus angkatan 2017-2019 dalam menggunakan jasa perbankan syariah.
2. Mengetahui dan menganalisis atribut yang paling dominan menjadi preferensi mahasiswa program studi perbankan syariah IAIN Kudus angkatan 2017-2019 dalam menggunakan jasa perbankan syariah.

³⁰ Hasil pra penelitian wawancara melalui aplikasi WhatsApp pada tanggal 4-5 Juni 2021.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan dapat memberikan manfaat yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, manfaat penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta khasanah keilmuan terutama dalam bidang perbankan syariah dapat meningkatkan pangsa pasar khususnya melalui analisis atribut yang ada pada industri perbankan syariah ini dapat membantu meningkatkan minat dan ketertarikan mahasiswa serta masyarakat untuk bertransaksi menggunakan jasa perbankan syariah.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis, penelitian ini dapat memberikan pengalaman bermanfaat dalam bidang riset, mengembangkan penalaran, menambah pengetahuan serta wawasan mutakhir yang kelak dapat dijadikan bekal dalam meningkatkan proses belajar sesuai dengan disiplin ilmu penulis.
- b. Bagi mahasiswa perbankan syariah IAIN Kudus, diharapkan dapat menjadi sarana informasi untuk mengetahui seberapa besar kontribusi atribut perbankan syariah yang menjadi preferensi dalam memilih menggunakan jasa perbankan syariah.
- c. Bagi industri perbankan syariah, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi, sumber masukan, dan bahan pertimbangan strategi yang akan ditempuh dalam menarik minat mahasiswa menggunakan jasa perbankan syariah.
- d. Bagi pemerintah dalam hal ini Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan efektif dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dalam bidang keuangan syariah, terutama pada pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia.
- e. Bagi akademisi, diharapkan dapat menambah khasanah informasi dan pengetahuan khususnya pengetahuan mengenai preferensi pada atribut perbankan syariah, serta dapat menjadi rujukan pada penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dimaksudkan supaya penulisan dalam penelitian ini bisa dipahami dengan mudah. Berikut ini sistematika penulisan yaitu:

1. Bagian Awal

Pada bagian ini memuat halaman judul, nota persetujuan pembimbing, pengesahan munaqosyah, pernyataan keaslian skripsi, abstrak, motto, persembahan, pedoman transliterasi arab-latin, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar.

2. Bagian Isi

Pada bagian ini memuat lima bab, dimana masing-masing bab dibagi lagi menjadi beberapa sub bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mengemukakan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori yang mendukung dan mendasari penelitian yaitu teori perilaku konsumen, perbankan syariah, atribut perbankan syariah, reputasi Islam, teknologi informasi, kualitas jasa, produk, dan preferensi, kajian penelitian terdahulu, kerangka berpikir guna menjelaskan konsep dalam penelitian, dan dilanjutkan dengan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi penjabaran dari metode pengembangan penelitian yang membahas tentang jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, identifikasi variabel, variabel operasional, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini tentang hasil penelitian yang berisi gambaran umum objek penelitian dan analisis data, serta pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi simpulan yang merupakan jawaban ringkas dari pokok masalah, dan saran-saran

yang diberikan untuk lembaga berkaitan dan penelitian selanjutnya.

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini memuat daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan daftar riwayat hidup.

