

I. PENDAHULUAN

1.1 Latarbelakang

Berdasarkan pasal 1 ayat (2) UU No.10 tahun 1998 tentang Perbankan Indonesia menyebutkan bahwa Perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan dan dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Menurut Syafi'i (2001), kegiatan usahabank di Indonesia dibedakan menjadi dua jenis yaitu bank secara konvensional (bank konvensional) dan bank yang usahanya dilakukan secara syariah (bank syariah). Bank konvensional adalah bank yang kegiatan usahanya dilakukan secara konvensional atau dalam kegiatannya memberikan dan/atau tidak memberikan jasa dalam proses pembayarannya. Sedangkan pada bank syariah, kegiatan usaha yang dilakukan berdasarkan prinsip syariah dalam menegakkan aturan-aturan ekonomi islam.

Regulasi mengenai bank syariah tertuang dalam UU No.21 Tahun 2008 perbankan syariah. Kedua jenis bank tersebut memiliki perbedaan pokok. Perbedaan tersebut terletak dalam jenis keuntungan yang diambil bank dari transaksi-transaksi yang dilakukannya. Menurut Soemitra (2010) pada awal terbentuknya Bank syariah sistem operasional bank sangat diragukan. Hal ini disebabkan karena banyaknya tudingan terhadap bank syariah seperti, perbankan syariah hanya sekedar perbankan konvensional, selain itu pemahaman masyarakat yang masih rendah terhadap operasional bank syariah. Akan tetapi, perkembangan bank syariah saat ini mulai membuktikan eksistensinya. Bank syariah terbukti mengalami kemajuan setelah Indonesia mengalami krisis moneter.

Memahami konsumen merupakan hal yang sangat penting dilakukan oleh perbankan yang beroperasi dengan menggunakan sistem syariah, karena apa yang dibeli, dimana membeli, kapan membeli, dan berapa banyak yang dibeli tergantung kepada pengetahuan konsumen mengenai hal-hal tersebut. Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk/jasa. Perilaku konsumen juga merupakan proses yang dilalui oleh seseorang dalam mengenali, mencari, mengevaluasi,

membeli dan bertindak pasca konsumsi produk/jasa maupun ide yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhannya. Pengetahuan konsumen tentang informasi perbankan syariah akan memberikan dampak terhadap perilaku konsumen (Yuliawan, 2011).

Persaingan yang semakin meningkat dalam dunia perbankan, maka bank-bank syariah mulai berkembang untuk lebih berorientasi kepada tingkat pengetahuan konsumen atau nasabah, antara lain dengan memahami konsumen, akan menjadikan perbankan syariah kepada kebijakan pemasaran yang tepat dan efisien. Kedua, dengan berorientasi kepada konsumen, perbankan syariah dapat melakukan strategi yang baik dalam menyiasati kelebihan penawaran dari pada permintaan di dunia bisnis (Yuliawan, 21011). Oleh karena itu, perkembangan kinerja perbankan syariah harus terus ditingkatkan. Dari latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “ **Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank BRI Syariah Cabang Pamekasan**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen yang menjadi nasabah Bank BRI Syariah Cabang Pamekasan?
2. Bagaimana pengaruh pengetahuan konsumen terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BRI Syariah Cabang Pamekasan?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen yang menjadi nasabah di Bank BRI Syariah Cabang Pamekasan.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan konsumen terhadap keputusan menjadi nasabah Bank BRI Syariah Cabang Pamekasan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Pihak Perbankan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan bagi pihak manajemen Bank BRI Syariah Cabang Pamekasan untuk mengetahui tanggapan konsumen tentang perbankan syariah dan pengaruhnya terhadap keputusan menjadi nasabah. Selain itu, untuk memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi perusahaan dalam mengevaluasi atau memperbaiki kinerjanya guna memperluas pengetahuan konsumen sehingga dapat dijadikan sebagai masukan untuk memahami dan memenuhi kebutuhan konsumen.

2. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini dapat menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah serta ingin beralih dari Bank Konvensional ke Bank Syariah.