

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bank merupakan entitas yang kegiatan usahanya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau kredit dan bentuk lainnya. Dalam sistem perbankan di Indonesia terdapat dua macam sistem operasional perbankan, yaitu bank konvensional dan bank syariah (Andrianto & Anang Firmansyah, 2019). Berdasarkan UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, perbankan syariah merupakan segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usaha itu sendiri (Nurdin, N., & Yusuf, K, 2020). Perbankan syariah merupakan lembaga keuangan syariah yang secara sistem operasional disesuaikan dengan kaidah hukum islam. Akad, mekanisme operasional perusahaan, budaya perusahaan (*shariah corporate culture*) serta pemasaran produk harus sesuai dengan prinsip syariah. Konsep perbankan syariah di Indonesia mulai diperkenalkan dengan mulai beroperasinya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992 dan semakin berkembang dengan merger-nya bank syariah plat merah Indonesia yang dibentuk pada tahun 2021 yang dikenal dengan Bank Syariah Indonesia.

Munculnya bank syariah terbesar di Indonesia, membuat masyarakat muslim khususnya tidak lagi terpecah dalam menggunakan bank syariah. Namun, pasar keuangan syariah terbagi menjadi dua kelompok utama. Pertama adalah kelompok konsumen emosional, yang sangat memperhatikan prinsip halal dan haram serta kurang peka terhadap harga/biaya dan kualitas pelayanan. Kelompok kedua adalah konsumen rasional yang peka terhadap harga/biaya, pemilihan produk, reputasi perusahaan dan tentunya kualitas pelayanan (Delanuari & Srikartikowati, 2020).

Permasalahan yang kemudian muncul adalah *market share*. Berdasarkan laporan *State of the Global Islamic Economy Report 2019-2020*, industri keuangan syariah diperkirakan akan mencapai \$3,5 triliun pada tahun 2024. Dibandingkan dengan negara-negara lainnya, aset perbankan syariah di Indonesia masih berada pada angka 15.87% dengan *market share* 6,51%, lebih kecil dibandingkan dengan negara tetangga, Malaysia, yang telah menyentuh angka 29% di akhir periode 2022 (Romli, 2022).

Perjalanan perbankan syariah guna menaikkan pangsa pasar cukup menghadapi banyak tantangan, salah satunya adalah kualitas keagamaan terkait produk perbankan syariah. Keagamaan seseorang dapat diwujudkan dari berbagai sisi kehidupannya. Bukan berkaitan dengan kegiatan yang tampak dengan mata, tetapi juga aktivitas yang tidak tampak dan terjadi dalam diri masyarakat (Mifta Qurromah & Sari, 2021). Beberapa penelitian sebelumnya telah mengemukakan bahwa faktor-faktor seperti kepercayaan, pemahaman, dan kualitas keagamaan dapat mempengaruhi minat individu dalam menggunakan produk dan layanan keuangan syariah (Mudiarasan, Subramaniam, & Prabhakar, 2020).

Faktor lain yang penting adalah bagaimana cara membangun kesadaran pada masyarakat itu sendiri dengan norma subyektif. Norma tersebut mengacu pada pendapat individu tentang perspektif orang lain, guna menentukan apakah

berpartisipasi dalam kegiatan atau tidak. Dalam hal ini, kegiatan masyarakat dalam menggunakan pelayanan bank syariah dan mendapatkan manfaatnya akan mempengaruhi orang-orang sekitar (Baharuddin, 2022). Penelitian menemukan bahwa norma subyektif telah terbukti memiliki pengaruh signifikan dalam pembentukan niat individu dalam mengadopsi produk atau layanan tertentu (Rahman et al., 2019).

Pengusaha muslim madura memiliki karakteristik khusus sebagai kelompok yang memiliki kegiatan usaha dan beragama Islam. Dalam konteks ini, faktor emosional dan rasional pengusaha Muslim Madura dianggap memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan bank syariah. Faktor emosional meliputi kualitas kegamaan individu, kualitas pelayanan dan pemahaman akan halal/haram. Sedangkan faktor emosional menggambarkan pandangan individu terhadap norma sosial dan ekspektasi dari orang-orang di sekitarnya, seperti biaya/harga, kualitas pelayanan dan akan dengan mudah bermigrasi ke produk keuangan konvensional, meskipun pada dasarnya mereka memahami hal itu bertentangan dengan nilai agama yang diyakini.

Di Indonesia, tokoh yang paling dipercaya untuk menjadi sumber informasi pengetahuan tentang produk syariah adalah para pendakwah atau ulama. Dalam hal ini (Hassan, et.al., 2013) menyatakan bahwa keberadaan tokoh/penasehat yang memahami prinsip keuangan syariah masih sangat sedikit, dan oleh karena itu dalam banyak kasus kelompok referensi yang diwakili oleh tokoh agama tidak signifikan mempengaruhi minat karena tokoh agama itu sendiri kurang memiliki pengetahuan yang baik tentang keuangan syariah. Begitupun demikian, masyarakat muslim Madura yang menjadikan sosok kyai sebagai solusi dalam mengatasi segala problematika kehidupan, termasuk preferensi menggunakan Lembaga keuangan syariah (Nasrulloh, et. al. 2023). Kyai di Madura memiliki peran yang sangat penting, dan orientasi masyarakat Madura adalah kyai, tidak pada kepemimpinan birokrasi. Pesantren yang notabene dipimpin oleh kyai begitu mengakar dalam kehidupan masyarakat Madura karena pesantren tidak sekedar mengajarkan ilmu agama tapi juga berkontribusi dalam pendidikan umum hingga universitas serta kehidupan sosial kemasyarakatan. Pesantren memiliki konsep ‘mempertahankan tradisi lama yang baik dan mengambil tradisi baru yang lebih baik’. Karena itu, figur kyai di masyarakat Madura sangat potensial untuk dijadikan jalan masuk dalam memperkenalkan lembaga keuangan syariah khususnya perbankan syariah sehingga nantinya akan meningkatkan minat masyarakat madura dalam menggunakan bank syariah.

Pada kenyataannya (Arizal & Suci, 2016) dan (Hassan, et al., 2013) menemukan bahwa banyak tokoh agama sendiri jarang sekali memiliki pemahaman yang kuat mengenai produk keuangan syariah sehingga dalam dakwahnya di komunitas muslim juga jarang menyampaikan hal ini kepada umat. Namun tentu saja sumber pengaruh sosial ini tidak sebatas tokoh, karena (Husein & Rahman, 2012) menyatakan bahwa sumber word of mouth bisa berasal dari anggota keluarga, teman ataupun tokoh sosial dan tokoh agama yang berpengaruh di masyarakat. Menurut hasil penelitian (Rahman et al., 2016) dan (Hasbullah et al., 2016) sangat mempengaruhi minat untuk menggunakan produk keuangan syariah.

Namun, meskipun pentingnya kualitas kegamaan dan norma subyektif serta peran kyai sebagai variabel moderasi untuk menggunakan bank syariah, belum

dijumpai minat pengusaha Muslim Madura di berbagai literasi. Penggunaan peran kyai dianggap menjadi salah satu variabel moderasi dikarenakan adat Madura yang mengagungkan peran kyai dalam memutuskan sebuah perkara dalam aspek kehidupan masyarakat Madura. Penelitian yang secara khusus mengkaji faktor-faktor tersebut masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan pengetahuan tersebut dengan menganalisis pengaruh kualitas keagamaan dan norma subyektif pengusaha Muslim Madura terhadap minat menggunakan bank syariah, dengan ketaatan pada kyai sebagai variabel moderasi.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengusaha Muslim Madura untuk menggunakan bank syariah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan perbankan syariah dan memberikan rekomendasi bagi pengambil kebijakan dan praktisi dalam meningkatkan efektivitas promosi dan pemasaran produk dan layanan bank syariah kepada pengusaha Muslim Madura.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian MBKM Riset dengan judul **“Pengaruh Kualitas Keagamaan Dan Kesadaran Norma Subyektif Pengusaha Muslim Madura Terhadap Minat Menggunakan Bank Syariah Dengan Ketaatan Pada Kyai Sebagai Variabel Moderasi”**. Hasil penelitian ini nantinya akan dijadikan sebagai artikel yang dipublikasikan dan dipresentasikan dalam pertemuan ilmiah/seminar/konferensi baik dalam skala nasional atau internasional sehingga penelitian ini dapat menjadi sebuah referensi bagi masyarakat umum dan khususnya bagi para praktisi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah penulis sampaikan, maka pokok permasalahan dari penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas keagamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Bank Syariah pada pengusaha muslim madura?
2. Apakah norma subyektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Bank Syariah pada pengusaha muslim madura?
3. Apakah ketaatan kepada kyai mampu memperkuat pengaruh positif kualitas keagamaan terhadap minat menggunakan Bank Syariah pada pengusaha muslim madura?
4. Apakah ketaatan kepada kyai mampu memperkuat pengaruh positif norma subyektif terhadap minat menggunakan Bank Syariah pada pengusaha muslim madura?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan peneliti yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis adanya Pengaruh Kualitas Keagamaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Syariah Pada Pengusaha Muslim Madura.
2. Untuk menganalisis adanya Pengaruh Norma Subyektif Terhadap Minat Menggunakan Bank Syariah Pada Pengusaha Muslim Madura.
3. Untuk menganalisis adanya Pengaruh Kualitas Keagamaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Syariah Melalui Ketaatan Kepada Kyai Pada Pengusaha Muslim Madura.

4. Untuk menganalisis adanya Pengaruh Norma Subyektif Terhadap Minat Menggunakan Bank Syariah Melalui Ketaatan Kepada Kyai Pada Pengusaha Muslim Madura.

Sedangkan penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah referensi bagi para praktisi dan juga pihak perbankan syariah dalam meningkatkan minat menggunakan bank syariah. Selanjutnya dapat dijadikan pertimbangan dalam strategi pemasaran produk-produk Perbankan Syariah.

1.4 Target Luaran

Berikut merupakan rencana luaran yang akan di laksanakan oleh peneliti:

Tabel 1. 1 Target Luaran

No	Jenis	Indikator Pencapaian
1.	Proposal penelitian	Tercapai
2.	Laporan kemajuan MBKM penelitian	Tercapai
3.	Laporan akhir MBKM penelitian	Tercapai
4.	Logbook kegiatan penelitan	Tercapai
5.	Poster	Tercapai
6.	Draft artikel ilmiah	Tercapai
7.	Pemakalah dalam temu ilmiah :	
	Nasional	
	Internasional	Tercapai
	Regional / Lokal	
8.	HKI	Tercapai

Sumber: Buku panduan MBKM Riset LPPM 2023

1.5 Jadwal Penelitian

Berikut merupakan jadwal penelitian yang akan di laksanakan oleh peneliti:

Tabel 1. 2 Jadwal Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Tahun 2023				
		8	9	10	11	12
1.	Koordinasi Bersama Dosen Pembimbing					
2.	Menentukan judul penelitian dan mengidentifikasi permasalahan yang diangkat					
3.	Penyusunan proposal penelitian					
4.	Review proposal penelitian					
5.	Seminar proposal penelitian atau sempro					

6.	Menyusun pertanyaan penelitian					
7.	Melakukan penelitian ke lokasi penelitian					
8.	Pengumpulan data dan mengolah data					
9.	Menyusun laporan kemajuan dan pengerjaan artikel/jurnal sebagai tugas luaran					
10.	Menyusun laporan kemajuan dan pengerjaan artikel/jurnal sebagai tugas luaran					
11.	Seminar hasil penelitian atau sidang MBKM Riset					