

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, pergantian zaman, perkembangan peradaban dan kemajuan teknologi serta ilmu pengetahuan, membuat berbagai aspek kehidupan manusia semakin layak dan penting untuk dikaji. tidak terkecuali dalam bidang perekonomian yang sangat kompleks dan membutuhkan keseriusan. baik transaksi mikro seperti jual beli hingga transaksi makro seperti keuangan dan dunia perbankan. Oleh karena itu, dunia perbankan dilihat dari fungsi dan kapasitasnya dapat mewakili bidang ekonomi.

Sistem perbankan di Indonesia diatur dalam UU No.7 Tahun 1992 (diubah dengan UU No. 10 Tahun 1998) tentang perbankan bahwa perbankan di Indonesia terdiri dari 2 (dua) jenis, yaitu Bank Umum dan Bank Pengkreditan Rakyat. Kedua jenis bank tersebut melaksanakan kegiatan konvensional dan syariah. Hal ini berarti bahwa Indonesia menganut sistem perbankan ganda (*dual banking system*) yaitu ketika Bank Konvensional dan Bank Syariah beroperasi berdampingan. Semenjak itu bank syariah mulai tumbuh pesat di Indonesia dalam bentuk bank umum syariah (*full fledged Islamic bank*), unit usaha syariah (Bank Konvensional yang membuka cabang syariah), dan *office channeling* (gerai-gerai syariah dikantor Bank

Konvensional).¹

Pada umumnya semua pencapaian masing-masing bank syariah tersebut tidak lepas dari peran pihak bank syariah itu sendiri yang selalu gigih melakukan berbagai perbaikan dan inovasi pelayanan terhadap nasabahnya serta peran nasabah yang senantiasa percaya (loyal) terhadap kapabilitas bank syariah dalam membantu memenuhi kebutuhan nasabah.

Terdapat 5 segmen pasar berdasarkan orientasi perbankan dan profil psikografisnya: mereka yang sangat mengutamakan *syariah*, Mereka yang Ikut-ikutan, mereka yang mengutamakan benefit seperti kepraktisan transaksi dan kemudahan akses, mereka yang menggunakan bank syariah sebagai sarana pembayaran gaji dan transaksi bisnis, dan segmen mereka yang mengutamakan penggunaan jasa bank konvensional. Melalui riset pasar dalam *Grand Strategy* juga terungkap, bahwa pengguna perbankan syariah di Indonesia cenderung berperilaku pragmatis, potret nasabah perbankan di Indonesia umumnya sudah memahami keunggulan masing-masing perbankan dimana perbankan konvensional unggul dalam jaringan yang luas dan memiliki fasilitas layanan yang handal dan luas. Di sisi lain, perbankan syariah, unggul karena karakteristik produk, sehingga mereka ingin menggunakan kedua jenis perbankan tersebut. Dengan kata lain, profil nasabah perbankan di Indonesia sesungguhnya didominasi oleh mereka yang mengutamakan benefit seperti kepraktisan transaksi dan kemudahan akses.²

¹ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah: Konsep dan Praktek di beberapa Negara*, (Jakarta: Bank Indonesia, 2006), hlm. ii.

²Ramzi A. Zuhdi (Anggota Komite Perbankan Syariah Direktur Direktorat Perbankan Syariah, Bank Indonesia), *ib (ai-bi) Melaju Dengan Strategi Baru*, (Tanpa Penerbit, Tanpa Tahun), hlm.2.

Pada kenyataannya peran terpenting dari pada pencapaian diatas tidak lepas dari keberadaan konsumen yang telah memilih bank syariah (bank dan non bank) yang telah memutuskan untuk melakukan transaksi (menjadi nasabahnya) dengan bank syariah.

Selanjutnya, berbicara keputusan tentunya perlu membahas tentang bagian dari perilaku konsumen, perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.³ Artinya setiap perilaku yang dilakukan konsumen mulai dari awal pertemuan, proses, penggunaan hingga keputusan akhir pada produk yang bersangkutan merupakan bagian dari perilaku konsumen.

Namun dalam kaitannya perilaku konsumen dengan produk yang bersangkutan adalah pengambilan keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan produk itu. Sebagaimana menurut Hoyer dan MacInnis yang dikutip oleh Erna Ferrinadewi dalam bukunya *Perilaku Konsumen: Analisis Model Keputusan* dijelaskan bahwa proses pengambilan keputusan merupakan serangkaian aktifitas mental dan fisik yang dilakukan oleh konsumen sebelum terjadi pembelian aktual. Pertanyaan yang perlu mendapat jawaban dalam proses ini apakah pembelian perlu dilakukan atau tidak, mengapa perlu melakukan pembelian, dimana dan bagaimana akan melakukan pembelian seberapa banyak dan sering pembelian akan dilakukan

³ Amin Widjaja Tunggal, *Tanya – Jawab Perilaku Konsumen Dan Pemasaran Strategik*, (Jakarta: Harvarindo, 2001), hlm.1.

melalui serangkaian tahap yang dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, informasi alternatif dan keputusan pembelian.⁴

Melihat fenomena bahwa tidak semua orang Islam termasuk di dalamnya mahasiswa dengan pendidikan *syariah* khususnya pada mahasiswa Fakultas Ilmu-ilmu Keislaman (selanjutnya akan disebut FIK) Universitas Trunojoyo Madura (selanjutnya akan disebut UTM) memilih menjadi nasabah Bank Syariah mendorong peneliti untuk mencari tahu faktor yang berhubungan dengan preferensi masyarakat kepada bank syariah, dalam hal ini difokuskan terhadap label syariah yang selama ini melekat pada bank syariah.

Hal ini layak dan penting untuk diangkat kepada pembahasan yang lebih lanjut serta mendalam, tentunya dengan melibatkan pihak pihak yang pernah melakukan transaksi di bank syariah, sehingga diharapkan dapat menjawab berbagai pertanyaan yang timbul terkait dengan faktor preferensi seseorang kepada bank syariah.

Tentunya hal tersebut diatas cukup untuk menjadi alasan mengapa penelitian ini perlu dilakukan. Tentunya dengan prosedur yang sistematis serta obyektif sehingga diharapkan hasil dari penelitian yang dilakukan dapat benar benar menggambarkan kondisi yang sebenarnya telah terjadi.

B. Rumusan Masalah

Dalam skripsi ini peneliti berusaha mengangkat dan menjelaskan persoalan-persoalan berikut:

⁴ Erna Ferrinadewi dan Didit Darmawan, *Perilaku Konsumen: Analisis Model Keputusan*, (Yogyakarta: Penerbitan Universitas Atma jaya Yogyakarta, 2004), hlm.13.

1. Bagaimana pandangan mahasiswa Ekonomi Syariah dan Hukum Bisnis Syariah Fakultas Ilmu-ilmu Keislaman Universitas Trunojoyo Madura kepada bank syariah?
2. Apakah label syariah merupakan faktor pendorong preferensi mahasiswa Ekonomi Syariah dan Hukum Bisnis Syariah Fakultas Ilmu-ilmu Keislaman Universitas Trunojoyo Madura kepada bank syariah?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pandangan mahasiswa Ekonomi Syariah dan Hukum Bisnis Syariah Fakultas Ilmu-ilmu Keislaman Universitas Trunojoyo Madura kepada bank syariah.
2. Untuk mengetahui apakah label syariah merupakan faktor pendorong preferensi mahasiswa Ekonomi Syariah dan Hukum Bisnis Syariah Fakultas Ilmu-ilmu Keislaman Universitas Trunojoyo Madura kepada bank syariah.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat penelitian untuk Bank Syariah

Dengan adanya penelitian ini bank syariah tentunya akan mendapatkan manfaat karena akan diketahui faktor yang menarik bagi masyarakat dari

bank syariah sehingga mereka memutuskan untuk menjadi nasabah atau tidak menjadi nasabah bank syariah.

Serta dapat diketahui pula kekurangan yang mungkin selama ini menjadi faktor kurangnya minat masyarakat untuk memutuskan menjadi nasabah bank syariah sehingga hal ini juga dapat menjadi bahan evaluasi bagi lembaga bersangkutan, yang selanjutnya akan dicapainya tujuan yang telah direncanakan sebelumnya. Dan yang terpenting adalah bank dapat mengetahui bagaimana label syariah menjadi faktor preferensi masyarakat atau tidak.

2. Manfaat penelitian untuk masyarakat

Manfaat penelitian ini bagi masyarakat selaku konsumen (nasabah) maupun calon konsumen adalah mereka juga dapat mengetahui seberapa besar minat orang-orang di lingkungannya kepada bank syariah hal tersebut juga menggambarkan peningkatan kualitas dari bank syariah. tentunya hal ini juga akan menguntungkan nasabah karena akan lebih memberikan kepastian bagi kondisi keuangan nasabah yang memanfaatkan transaksi dengan bank syariah, yang artinya pada saat tersebut kualitas kinerja manajemen dan produk produk yang ditawarkan kepada masyarakat maka akan lebih baik dan menjanjikan keuntungan dan kenyamanan dalam transaksi dengan bank syariah.

3. Manfaat penelitian untuk mahasiswa

Manfaat penelitian ini bagi mahasiswa adalah mereka sebagai insan akademik dapat mengukur tingkat keinginan masyarakat termasuk

didalamnya mahasiswa FIK sebagai pihak yang mengetahui tentang seluk beluk Ekonomi Islam yang juga meliputi bank syariah. Sehingga hasil penelitian ini dapat menjadi informasi (pengetahuan) baru bagi mereka untuk melakukan studi lebih mendalam atas kekurangan yang perlu dibenahi oleh bank syariah sehingga harapan menjalankan perekonomian Islam secara sempurna yang dimotori bank syariah di negeri tercinta ini dapat terwujud.

E. Sistematika Pembahasan

Penulis mengklasifikasikan skripsi ini ke dalam beberapa bab dengan sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis akan menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Dalam bab ini penulis akan menjelaskan pengertian Bank, Bank Syariah, Label, Label Syariah, Keputusan Konsumen, dan Preferensi serta kajian pustaka yang merujuk pada penelitian sebelumnya.

BAB III: METODE PENELITIAN

Dalam bab ini penulis akan menguraikan tentang metode penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, objek dan lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan uji keabsahan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis akan menguraikan tentang temuan di lapangan tentang bagaimana Label Syariah sebagai Pendorong Preferensi Mahasiswa Ekonomi Syariah (selanjutnya akan disebut ES) dan Hukum Bisnis Syariah (selanjutnya akan disebut HBS) kepada Bank Syariah.

BAB V: PENUTUP

Dalam bab ini penulis membuat kesimpulan atas penjelasan pada bab-bab terdahulu dan selanjutnya memberikan saran-saran yang dapat penulis sampaikan yang sekiranya berguna dan bermanfaat bagi para pembaca.