

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, hal ini di buktikan oleh hasil sensus penduduk tahun 2010 yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistika (BPS), dimana 87,18 % penduduk Indonesia merupakan beragama Islam. Sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar, Indonesia memiliki dua sistem perbankan, yaitu Bank Konvensional dan Bank Syariah. Bank syariah merupakan bank yang operasionalnya dijalankan dengan prinsip syariah. Yaitu dimana tidak di perbolehkannya transaksi yang mengandung *Riba*, *Maisyr*, *Gharar*, dan transaksi lainnya yang dilarang dalam syariat Islam. Dalam perjalannya, kesuksesan penerapan sistem perbankan syariah pertama kali di lakukan oleh Mesir yaitu pada Mit Ghamr Saving Bank pada tahun 1963 (Ringim, 2012). Suksesnya pengaplikasian sistem perbankan syariah ini di Mesir menyebabkan beberapa negara tertarik untuk mengaplikasikan sistem perbankan syariah ini. Pengaplikasian sistem perbankan syariah ini pada umumnya diterapkan oleh negara-negara Islam atau dengan mayoritas penduduk Muslim. Namun seiring berjalannya waktu tidak hanya negara dengan mayoritas penduduk Muslim saja yang menerapkan sistem perbankan syariah, namun juga beberapa negara dengan penduduk minoritas Muslim sebagai contoh adalah Kota London yang terletak di

United Kingdom yang dimana mayoritas penduduk dari negara ini adalah non-Muslim.

Tabel 1.1

Market Share Bank Syariah

Tahun	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Juni 2018
Market Share (%)	3,98	4,58	4,89	4,85	4,89	5,33	5,78	5,7

Sumber : Laporan Perkembangan Keuangan Syariah OJK 2011-2018

Dari data tabel diatas bisa dilihat bahwa pertumbuhan pangsa pasar dari bank syariah di Indonesia cenderung stabil dan tidak mengalami pertumbuhan yang signifikan, bahkan pada tahun 2014 pangsa pasar bank syariah sempat mengalami penurunan. Pangsa pasar bank syariah di Indonesia menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2017 adalah sebesar 5,78% sementara pangsa pasar bank syariah pada semester pertama 2018 tercatat sebesar 5,7% dari keseluruhan perbankan secara nasional. Pangsa pasar bank syariah di Indonesia ini sangat berbanding terbalik dengan jumlah penduduk muslim di Indonesia. Jumlah penduduk muslim yang sangat besar ini dapat menjadi pendongkrak pangsa pasar dari bank syariah, namun kebanyakan penduduk muslim di Indonesia masih kurang percaya dan tertarik untuk membeli produk bank syariah. Sementara itu di Indonesia sendiri saat ini bank syariah tidak hanya diminati oleh penduduk

Muslim saja, namun juga penduduk non-Muslim yang saat ini mulai tertarik dengan keuangan syariah yang dianggap lebih menguntungkan karena menawarkan kepastian. Beberapa peneliti mengemukakan bahwa ada sembilan faktor umum yang mempengaruhi pemilihan suatu bank, yaitu kerahasiaan, biaya dan keuntungan dari produk yang ditawarkan, jasa yang di tawarkan, keramahan dari karyawan, pemasaran yang dilakukan, dan kepuasan dengan bank dan jasa dari bank, (Soiden dan Rani, 2015). Namun Lajuni et al., (2017) mengatakan bahwa ada lima faktor yang mempengaruhi minat menggunakan bank syariah, yaitu sikap konsumen, dukungan pemerintah, harga produk, kewajiban agama, pengaruh sosial. Menurut Souiden dan Rani (2015) bahwa faktor yang mempengaruhi minat pembelian bank syariah adalah religiusitas, namun religiusitas memiliki pengaruh tak langsung terhadap minat pembelian bank syariah. Dimana tingkat religiusitas seseorang mempengaruhi sikap dari individu, dan sikap yang baik ini yang akan mempengaruhi minat pembelian bank syariah. Berbeda dengan Soiden dan Rani, Newaz et al., (2016) berpendapat bahwa religiusitas mempengaruhi secara langsung minat pembelian produk keuangan Islam.

Agama dapat sangat mempengaruhi sikap dan tindakan dari seseorang, karena agama tidak hanya sebagai ritual dalam penyembahan Tuhan namun juga sebagai tuntunan hidup bagi manusia. Oleh karena itu tingkat religiusitas seseorang mempengaruhi sikap seseorang, seperti halnya dalam Islam bahwa seorang muslim diwajibkan untuk mengonsumsi makanan dan minuman yang halal selagi baik yang tercantum dalam surat Al-Maidah, ayat 88. Tingkat

religiusitas seseorang pun berbeda-beda, orang dengan tingkat religiusitas yang lebih tinggi maka akan lebih takut dan patuh terhadap peraturan dari Tuhan-nya. Sementara sebaliknya, orang yang lebih kecil tingkat religiusitasnya cenderung lebih mengabaikan aturan dari Tuhan-nya. Faktor lain yang mempengaruhi minat pembelian bank syariah di Indonesia adalah pengetahuan masyarakat tentang bank syariah yang masih rendah, sehingga masih banyak persepsi-persepsi yang sangat beragam di masyarakat tentang bank syariah. Selain itu dukungan dari pemerintah yaitu berupa aturan yang masih minim untuk mengakomodasi operasional bank syariah (Rahmawaty, 2014). Di Indonesia masih banyak muslim yang meragukan kesyariahan produk bank syariah dan lebih memilih bank konvensional yang dinilai telah familiar. Hal ini diakibatkan oleh persepsi masyarakat muslim sendiri tentang bank syariah yang masih negatif dan berpandangan bahwa bank syariah sama saja dengan bank konvensional. Pandangan ini sangat bertentangan dengan apa yang diajarkan oleh Islam yaitu “wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum di pungut) jika kamu orang beriman.” (Al-Baqarah 278).

1.2 Rumusan Masalah

Dengan landasan pada penjelasan tentang pengaruh religiusitas terhadap minat pembelian bank syariah yang di kemukakan oleh Souiden dan Rani (2015), dan beberapa variabel lain yang mempengaruhi minat pembelian bank syariah di Indonesia dapat ditarik sebuah rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh positif dan signifikan religiusitas terhadap sikap konsumen?
2. Apakah pengaruh positif dan signifikan religiusitas terhadap minat pembelian produk bank syariah secara langsung?
3. Apakah ada pengaruh positif dan signifikan sikap konsumen terhadap minat pembelian produk bank syariah?

1.3 Batasan Masalah

1. Responden yang diteliti adalah mahasiswa di tiga perguruan tinggi Islam di Daerah Istimewa Yogyakarta
2. Tiga perguruan tinggi Islam di Daerah Istimewa Yogyakarta yang dimaksud adalah Universitas Islam Indonesia, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Variabel yang diteliti pada penelitian ini adalah religiusitas dan sikap konsumen

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, maka hasil yang ingin di peroleh dari penelitian ini adalah,

Menjelaskan pengaruh religiusitas terhadap minat pembelian produk bank syariah di Indonesia secara langsung maupun dengan variabel antara sikap konsumen terhadap bank syariah. Adapun dari tujuan tersebut dapat di ketahui juga dampak dari variabel (positif atau negatif) dan juga besarnya pengaruh (tinggi atau rendah) dari masing- masing variabel.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat menambah referensi kajian tentang pengaruh tingkat religiusitas terhadap minat beli produk bank syariah yang dimana akan membantu penelitian-penelitian selanjutnya. Dan dari segi praktis, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bank syariah dalam menciptakan strategi untuk meningkatkan minat beli produk bank syariah oleh masyarakat dan juga menjadi pertimbangan bagi pemerintah dalam membuat kebijakan terkait bank syariah.

