

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Nasabah merupakan suatu unsur yang tidak bisa dipisahkan dalam roda bisnis perbankan. Tanpa adanya nasabah, bank tidak akan mempunyai dana yang cukup untuk dipergunakan serta kegiatan operasional bank tidak akan berjalan dengan lancar. Nasabah adalah orang atau badan usaha yang memiliki kepentingan kepada bank baik itu berupa nasabah peminjam atau nasabah penyimpan (OJK, 2021). Peran nasabah disini sangatlah sakral dalam kemajuan sektor perbankan, karena nasabah mempercayai bank untuk menyimpan dan mengelola dana yang dimilikinya.

Saat ini perkembangan pada sektor perbankan sangat pesat bahkan mampu mendominasi kegiatan perekonomian Indonesia. Kegiatan utama bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau dalam bentuk lainnya. Penyaluran dana dalam bentuk pinjaman mengharuskan nasabah mengembalikan pokok pinjaman dan membayar sejumlah bunga yang ditetapkan pada saat akad. Sistem perbankan seperti ini dikenal dengan sistem perbankan konvensional. Selama lebih dari dua puluh tahun terakhir, telah muncul sistem perbankan yang tidak berorientasi pada bunga namun berorientasi pada prinsip-prinsip syariah atau hukum islam yakni keadilan dan keseimbangan. Sistem perbankan seperti ini dikenal dengan sistem perbankan syariah. Sistem perbankan syariah diatur dalam Undang-Undang No. 10 tahun 1998 dimana bank umum adalah bank yang

melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran (Undang-Undang Republik Indonesia, 1998). Sementara itu pada Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah disebutkan bahwa Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah (Undang-Undang No. 21, 2008).

Menurut Antonio (2001) dalam (Amini, 2020) Lembaga keuangan syariah didirikan pertama kali oleh Rasulullah SAW yang ditandai dengan berdirinya baitul mal di Madinah pada saat kerajaan islam dibentuk. Munculnya sistem perbankan syariah akan melahirkan keberagaman produk dan jasa yang ditawarkan oleh sektor perbankan itu sendiri. Hal tersebut akan memberikan kesempatan yang lebih luas bagi nasabah untuk memilih sektor perbankan yang sesuai dengan kebutuhan. Namun hal tersebut akan menimbulkan banyak keraguan dari nasabah karena terlalu banyak pilihan yang ditawarkan. Disamping itu, kemampuan calon nasabah dalam menggali informasi dari berbagai sumber sebelum memutuskan memilih sektor perbankan merupakan suatu hal yang sangat penting dan perlu diperhatikan oleh perusahaan. Menurut (Sutanto & Umam, 2013:274) dalam (Sugianto & Pramadeka, n.d.) nasabah masa kini dibanjiri banyak pilihan. Nasabah akan menentukan pilihannya berdasarkan persepsi pribadi akan kualitas, layanan dan nilai. Sedangkan pada sisi lain, perusahaan harus mampu menjual produk atau layanan yang bisa diterima oleh nasabah.

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih sistem perbankan syariah dapat bervariasi, namun ada beberapa faktor penting seperti

kepatuhan syariah, kepercayaan, kualitas layanan, dan keuntungan finansial. Keberpihakan pada prinsip-prinsip syariah seperti larangan riba dan investasi yang sesuai dengan syariat hukum Islam menjadi faktor penting bagi nasabah yang ingin memilih sistem perbankan syariah. Semakin banyaknya bank yang menerapkan sistem syariah di Indonesia akan memberikan solusi bagi umat muslim pada sektor perekonomian. Namun semakin banyaknya pilihan akan menimbulkan banyak faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah, diantaranya faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi dan faktor budaya (Nuraini, 2011).

Ditengah mayoritas penduduk beragama Islam dan fenomena persaingan antara lembaga perusahaan yang ada semakin ketat, hal tersebut merangsang kesadaran setiap perusahaan mengenai pentingnya analisis pemasaran yang tepat. Sehubungan dengan itu, pemasar harus melihat lebih luas mengenai berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dan meningkatkan pemahaman konsumen agar melakukan keputusan pembelian. Perilaku konsumen sangat dipengaruhi faktor pribadi, budaya, sosial, dan psikologi. Walaupun faktor-faktor tersebut tidak semuanya mampu dikendalikan pemasar, namun hal tersebut harus benar-benar diperhitungkan (Mercy, 2014).

Dalam mengambil sebuah keputusan untuk memilih produk, ada beberapa faktor yang diambil konsumen. Dimana faktor yang dimaksud adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi (Nurahmawati, 2021). Faktor budaya dalam hal ini mempunyai pengaruh paling luas dan mendalam serta dapat dikatakan sebagai faktor penentu dalam pengambilan keputusan pembelian.

Hal tersebut berkaitan dengan sikap dan tindakan seseorang atau individu dalam suatu lingkungan masyarakat dalam beberapa hal yang berkaitan dengan nilai, keyakinan, aturan dan norma akan menimbulkan sikap dan tindakan yang cenderung homogen. Artinya jika setiap individu mengacu pada nilai, keyakinan, aturan dan norma kelompok, maka sifat dan prilakunya akan cenderung sama atau seragam.

Faktor sosial merupakan perilaku sekelompok orang yang secara bersama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas baik secara formal dan informal (Lamb, C. W., Hair, J., & McDaniel, 2001). Faktor sosial dapat dilihat dari hubungan dengan teman, keluarga dan orang tua dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Semakin tinggi hubungan dengan teman, keluarga dan orang tua, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian (Hudani, 2020).

Menurut (Lamb et al., 2001) dalam Hudani (2020) menyebutkan bahwa faktor pribadi merupakan cara mengumpulkan dan mengelompokkan kekonsistenan persepsi pribadi terhadap situasi yang sedang terjadi. Faktor pribadi yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah meliputi nilai-nilai agama, keyakinan, dan preferensi individu. Nasabah yang memiliki keyakinan agama yang kuat cenderung lebih condong dalam memilih bank syariah karena kesesuaian dengan prinsip-prinsip dan syariat islam.

Faktor psikologis yang akan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah meliputi aspek emosional, persepsi risiko, dan kepuasan psikologis. Aspek emosional dalam hal ini seperti kepercayaan dan keamanan dalam

betransaksi dengan bank syariah yang mengikuti syariat islam dapat menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan. Selain itu, persepsi risiko terkait keuangan dan investasi juga dapat mempengaruhi preferensi nasabah dalam memilih bank syariah. Kepuasan psikologis yang berasal dari konsep risk and reward dalam sistem keuangan syariah juga menjadi faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah sebagai pilihan yang sesuai dengan nilai dan kebutuhan psikologisnya.

Budaya sebagai komponen yang menyeluruh yang mencakup pengetahuan, keyakinan, seni, hukum, moral, kebiasaan, dan kapabilitas lainnya serta kebiasaan-kebiasaan yang dikuasai setiap individu sebagai anggota masyarakat (Tatik Suryani, 2008). Faktor-faktor budaya mempunyai pengaruh paling luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Kultur atau kebudayaan adalah determinan paling fundamental dari keinginan dan perilaku seorang. Setiap kultur terdiri dari sub-sub kultur yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik bagi para anggotanya.

Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia yang mencapai 86,7% dari total populasi penduduk Indonesia, penggunaan bank syariah di Indonesia saat ini sudah cukup luas. Posisi per bulan Juni 2023 pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia telah tumbuh menjadi 7,31% dari total industri perbankan nasional. Islamic Finance Development Report pada tahun 2020 menempatkan Indonesia pada peringkat ke-7 asset keuangan syariah global. (Binekasri, 2023).

Dilansir dari laman resmi Islamic Finance Development Report 2023, Indonesia berada di urutan ketiga dalam pengembangan ekonomi keuangan syariah (Fleihan, 2023). Sedangkan Malaysia dan Arab Saudi menduduki posisi pertama dan kedua. Hal ini merupakan prestasi yang luar biasa, mengingat industri keuangan syariah Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan.

PT. Bank Jawa Barat dan Banten Syariah KCP Singaparna sebagai tempat penelitian ini merupakan salah satu dari lima puluh tiga kantor cabang pembantu yang berdiri dan dikelola oleh pemerintah daerah Jawa Barat. Terletak di pusat Kabupaten Tasikmalaya yang tercatat dalam (BPS, 2021) jumlah penduduk muslim sebanyak 1.957.450, Bank Jawa Barat dan Banten Syariah Kantor Cabang Pembantu Singaparna pada tahun 2021 memiliki nasabah sebanyak 14.723, pada tahun 2022 sebanyak 21.033 sedangkan pada tahun 2023 memiliki nasabah sebanyak 23.371, hal tersebut menunjukan bahwa adanya potensi besar untuk berkembang pada sektor perbankan syariah.

Dengan mayoritas penduduk muslim, kemunculan perbankan syariah cenderung lebih mudah diterima oleh masyarakat. Sehingga pertumbuhannya pun dianggap lebih cepat. Perkembangan sektor perbankan syariah memunculkan banyak faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan bank syariah. Hal tersebut membuat penulis tertarik untuk meneliti dan mengetahui lebih dalam yang kemudian dituangkan dalam bentuk Tugas Akhir yang berjudul **"ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PT. BANK JAWA BARAT DAN BANTEN SYARIAH KANTOR CABANG PEMBANTU SINGAPARNA"**.

1.2 Identifikasi Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang penulis uraikan, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Apa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Jawa Barat dan Banten Syariah KCP Singaparna?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang penulis uraikan, adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Jawa Barat dan Banten Syariah KCP Singaparna.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis diantaranya sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan referensi dan atau perbandingan antara teori dengan praktik khususnya pada materi Manajemen Pemasaran Bank.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Bagi Penulis

Melalui penelitian ini, penulis dapat mengembangkan kemampuan akademis dalam melakukan analisis faktor-faktor yang kompleks dan relevan dalam konteks perbankan syariah. Hal ini dapat meningkatkan

pemahaman penulis terhadap industri perbankan syariah dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah.

b. Bagi Jurusan

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi yang nantinya dapat dipakai sebagai studi perbandingan yang ada di Jurusan D-3 Perbankan dan Keuangan dengan fakta yang ada di lapangan.

c. Bagi Perusahaan atau Instansi

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dalam usaha perbaikan dan penyempurnaan kinerja khususnya bidang pemasaran yang diharapkan mampu meningkatkan kinerja perusahaan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi jembatan untuk menjalin hubungan kerja sama yang baik dan berkesinambungan antara perusahaan dengan instansi pendidikan.

d. Bagi Pihak Lain

Pihak lain yang penulis maksud disini diantaranya adalah pembaca. Dari hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi pihak lain yang memerlukan informasi mengenai kesamaan data serta dapat memberikan bahan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Jawa Barat dan Banten Syariah yang beralamat di Jl. Raya Timur No. 69, Cikiray, Kecamatan Singaparna, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat 46411.

1.5.2 Jadwal Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan mulai dari tanggal 12 Februari 2024 sampai dengan 31 Mei 2024. Adapun tahapan pembuatan Tugas Akhir penulis sajikan dalam tabel matrik sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Jadwal Rundown Penelitian

No	Jadwal Kegiatan	Bulan Ke:															
		Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan outline dan rekomendasi pembimbing																
2	Konsultasi awal dan menyusun rencana kegiatan																
3	Proses bimbingan untuk menyelesaikan proposal																
4	Seminar Proposal Tugas Akhir																
5	Revisi Proposal Tugas Akhir dan persetujuan revisi																
6	Pengumpulan dan pengolahan data																
7	Proses bimbingan untuk menyelesaikan Tugas Akhir																
8	Ujian Tugas Akhir, revisi Tugas Akhir, dan pengesahan Tugas Akhir																

Sumber : Data dikelola oleh penulis.