

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bank adalah lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk fasilitas pembiayaan kepada pihak lain yang membutuhkan. Bank adalah lembaga keuangan yang memiliki peran sebagai perantara keuangan (*financial intermediary*) antara pihak yang menghimpun dana dengan pihak yang membutuhkan dana.

Indonesia merupakan Negara dengan mayoritas penduduknya beragama islam. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2010 jumlah muslim di Indonesia mencapai 207.176.162 jiwa. Dengan persentase yaitu 87,18%. Dengan pertumbuhan besar seperti itu Indonesia memiliki potensi untuk mengembangkan sistem perbankan syariah dengan lebih cepat.

Indonesia memiliki jumlah penduduk muslim 207.176.162 jiwa dan jika penduduk muslim Indonesia itu bersatu untuk menggunakan Bank Syariah maka percepatan pertumbuhan perbankan syariah dapat dilakukan.

Menggunakan pendekatan emosional bank syariah dapat mengajak konsumen muslim bank konvensional berpindah ke bank syariah. Ini dapat terjadi jika konsumen muslim sadar akan ikatan emosionalnya dengan islam. Tetapi pada kenyataannya tidak semudah itu, banyak konsumen muslim masih menggunakan pendekatan rasional untuk memilih bank.

Undang-Undang No. 21 tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah Pasal 1 disebutkan bahwa “Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Produk bank syariah memberikan daya tarik tersendiri karena prinsip produk dalam operasional bank syariah dimana mekanismenya disesuaikan dengan prinsip syariah. Produk sangat bergantung dari kualitas pelayanan yang baik, dengan tersedianya kualitas pelayanan yang baik maka nasabah cepat mengerti dan memahami produk yang disediakan oleh bank syariah dibandingkan produk bank lain.

Sistem perbankan syariah memiliki kesamaan dengan sistem perbankan konvensional dalam hal mencari keuntungan dan pelayanan masyarakat dalam bisnis keuangan. Namun keduanya memiliki perbedaan dalam hal sistem balas jasa yang diberikan kepada para nasabah.

Berpegang pada prinsip-prinsip balas jasanya masing-masing, kedua sistem perbankan ini bersaing bebas dalam pasar uang dimana jutaan nasabah diperebutkan dengan berbagai strategi Bisnis perbankan syariah tidak saja dilakukan oleh bank-bank yang murni berbasis syariah, tetapi hampir seluruh bank konvensional juga membuka bisnis perbankan syariah ini.

Banyaknya bisnis perbankan di Semarang, masyarakat memiliki lebih banyak pilihan dalam mengelola dananya. Baik bank syariah maupun bank konvensional menawarkan begitu banyak fasilitas pelayanan, promosi dan produk yang sangat memanjakan para nasabahnya. Kondisi persaingan bisnis perbankan

ini mendorong setiap bankir untuk mencari berbagai strategi pelayanan terbaik agar dapat menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah yang telah ada.

Perbankan syariah merupakan industri jasa yang relatif baru dimana menerapkan syariah Islam disetiap aktivitas perbankannya maka perlu adanya pemahaman dan sosialisasi kepada masyarakat tentang produk melalui promosi. Selain produk, sistem bagi hasil dan agama, masyarakat mempertimbangkan untuk memilih bank dengan alasan lokasi bank. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank.

Objek penelitian ini adalah bank syariah, karena bank syariah memiliki karakteristik bank yang bersifat syariah selain pengetahuan konsumen tentang keberadaan bank, tetapi juga meneliti tentang bauran pemasarannya yang difokuskan pada faktor agama, produk dan nisbah bagi hasil, sehingga penulis tidak hanya memilih bank syariah yang bersifat penuh, tetapi hanya unit usaha dari bank konvensional yaitu salah satunya bank syariah BNI. Dibandingkan dengan bank syariah lainnya yang ada di kota Semarang, bank syariah BNI memiliki banyak kantor cabang sehingga memudahkan penulis dalam melakukan penelitian dilapangan.

Ghozali (2010:4) di dalam penelitiannya yang berjudul analisis keputusan nasabah menabung pada bank syariah di Malang menyimpulkan bahwa karakteristik bank syariah, pelayanan dan kepercayaan pada bank, pengetahuan dan objek fisik bank berpengaruh positif dalam mempengaruhi nasabah untuk menabung pada bank syariah. Faktor pelayanan dan kepercayaan pada bank memiliki koefisien beta yang paling besar, hal ini menunjukkan bahwa variabel

pelayanan dan kepercayaan memiliki pengaruh yang dominan terhadap keputusan nasabah dalam menabung.

Detha, Zainul dan Wilopo (2013) dalam penelitian yang berjudul pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan menabung pada Bank Muamalat cabang Malang menyimpulkan bahwa bauran pemasaran berpengaruh positif terhadap keputusan menabung nasabah. Variabel produk dalam bauran pemasaran berpengaruh dominan terhadap proses keputusan menabung.

Ahmad (2013:12) Bank syariah mempunyai banyak keunggulan karena tidak hanya berdasarkan pada syariah saja sehingga transaksi dan aktivitasnya menjadi halal, tetapi sifatnya yang terbuka dan tidak mengkhususkan diri bagi nasabah muslim saja, tetapi juga bagi nonmuslim. Hal ini membuktikan bahwa bank syariah membuka peluang yang sama terhadap semua nasabah dan tidak membedakan nasabah. Akan tetapi perbankan syariah masih mempunyai banyak kendala, antara lain masih banyaknya masyarakat yang masih takut untuk menabung di bank syariah dikarenakan minimnya pemahaman masyarakat soal prinsip-prinsip sistem ekonomi Islam di dunia perbankan. Ini merupakan tantangan yang harus diselesaikan bagi perbankan syariah.

Bank Syariah BNI cabang Semarang merupakan salah satu perbankan yang dalam sistem operasionalnya berdasarkan atas syariah. Sistem Syariah yang digunakan yaitu kecenderungan untuk menggunakan dan lebih menonjolkan nilai-nilai Islami. Salah satu contohnya jika dalam bank-bank konvensional sebutan untuk bank umum menggunakan sebutan “bunga bank” untuk istilah keuntungannya, maka dalam Bank Syariah BNI keuntungan yang

diperoleh nasabah itu disebut bagi hasil atau dalam istilah syariah disebut Mudharabah.

Nisbah bagi hasil merupakan sistem di mana dilakukannya perjanjian atau ikatan bersama di dalam melakukan kegiatan usaha. Di dalam usaha tersebut diperjanjikan adanya pembagian hasil atas keuntungan yang akan di dapat antara kedua belah pihak atau lebih. Bagi hasil dalam sistem perbankan syariah merupakan ciri khusus yang ditawarkan kepada masyarakat, dan di dalam aturan syariah yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak (akad). Besarnya penentuan porsi bagi hasil antara kedua belah pihak ditentukan sesuai kesepakatan bersama, dan harus terjadi dengan adanya kerelaan (*An-Tarodhin*) di masing-masing pihak tanpa adanya unsur paksaan. Mekanisme perhitungan bagi hasil yang diterapkan di dalam perbankan syariah terdiri dari dua sistem, yaitu: *profit sharing* dan *revenue sharing*.

a. Pengertian *Profit Sharing*

Profit sharing menurut etimologi Indonesia adalah bagi keuntungan. Dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba (Muhammad, 2002). Pass dan Lowes (1994) Profit secara istilah adalah perbedaan yang timbul ketika total pendapatan (*total revenue*) suatu perusahaan lebih besar dari biaya total (*total cost*). Di dalam istilah lain profit sharing adalah perhitungan bagi hasil didasarkan kepada hasil bersih dari total pendapatan setelah dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut. Pada perbankan syariah istilah yang sering dipakai adalah *profit and loss sharing*, di mana hal ini dapat

diartikan sebagai pembagian antara untung dan rugi dari pendapatan yang diterima atas hasil usaha yang telah dilakukan.

Sistem *profit and loss sharing* dalam pelaksanaannya merupakan bentuk dari perjanjian kerjasama antara pemodal (*investor*) dan pengelola modal (*entrepreneur*) dalam menjalankan kegiatan usaha ekonomi, dimana di antara keduanya akan terikat kontrak bahwa di dalam usaha tersebut jika mendapat keuntungan akan dibagi kedua pihak sesuai nisbah kesepakatan di awal perjanjian, dan begitu pula bila usaha mengalami kerugian akan ditanggung bersama sesuai porsi masing-masing.

Kerugian bagi pemodal tidak mendapatkan kembali modal investasinya secara utuh ataupun keseluruhan, dan bagi pengelola modal tidak mendapatkan upah/hasil dari jerih payahnya atas kerja yang telah dilakukannya. Keuntungan yang didapat dari hasil usaha tersebut akan dilakukan pembagian setelah dilakukan perhitungan terlebih dahulu atas biayabiaya yang telah dikeluarkan selama proses usaha. Keuntungan usaha dalam dunia bisnis bisa negatif, artinya usaha merugi, positif berarti ada angka lebih sisa dari pendapatan dikurangi biayabiaya, dan nol artinya antara pendapatan dan biaya menjadi balance. Keuntungan yang dibagikan adalah keuntungan bersih (*net profit*) yang merupakan lebih dari selisih atas pengurangan *total cost* terhadap *total revenue*.

b. Pengertian *Revenue Sharing*

Revenue Sharing berasal dari bahasa Inggris yang terdiri dari dua kata yaitu, *revenue* yang berarti hasil, penghasilan, pendapatan. *Sharing* adalah bentuk kata kerja dari *share* yang berarti bagi atau bagian. *Revenue sharing* berarti pembagian hasil, penghasilan atau pendapatan. *Revenue* (pendapatan) dalam

kamus ekonomi adalah hasil uang yang diterima oleh suatu perusahaan dari penjualan barang-barang (*goods*) dan jasa-jasa (*services*) yang dihasilkannya dari pendapatan penjualan (*sales revenue*). Dalam arti lain *revenue* merupakan besaran yang mengacu pada perkalian antara jumlah out put yang dihasilkan dari kegiatan produksi dikalikan dengan harga barang atau jasa dari suatu produksi tersebut.

Revenue memiliki unsur-unsur yang terdiri dari total biaya (*total cost*) dan laba (*profit*). Laba bersih (*net profit*) merupakan laba kotor (*gross profit*) dikurangi biaya distribusi penjualan, administrasi dan keuangan. Berdasarkan definisi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa arti *revenue* pada prinsip ekonomi dapat diartikan sebagai total penerimaan dari hasil usaha dalam kegiatan produksi, yang merupakan jumlah dari total pengeluaran atas barang ataupun jasa dikalikan dengan harga barang tersebut.

Unsur yang terdapat di dalam *revenue* meliputi total harga pokok penjualan ditambah dengan total selisih dari hasil pendapatan penjualan tersebut. Tentunya di dalamnya meliputi modal (*capital*) ditambah dengan keuntungannya (*profit*). Berbeda dengan *revenue* di dalam arti perbankan. Yang dimaksud dengan *revenue* bagi bank adalah jumlah dari penghasilan bunga bank yang diterima dari penyaluran dananya atau jasa atas pinjaman maupun titipan yang diberikan oleh bank. *Revenue* pada perbankan syariah adalah hasil yang diterima oleh bank dari penyaluran dana (*investasi*) ke dalam bentuk aktiva produktif, yaitu penempatan dana bank pada pihak lain.

Hal ini merupakan selisih atau angka lebih dari aktiva produktif dengan hasil penerimaan bank. Perbankan Syariah memperkenalkan sistem pada masyarakat dengan istilah *Revenue Sharing*, yaitu sistem bagi hasil yang dihitung

dari total pendapatan pengelolaan dana tanpa dikurangi dengan biaya pengelolaan dana. Lebih jelasnya *Revenue sharing* dalam arti perbankan adalah perhitungan bagi hasil didasarkan kepada total seluruh pendapatan yang diterima sebelum dikurangi dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut. Sistem *revenue sharing* berlaku pada pendapatan bank yang akan dibagikan dihitung berdasarkan pendapatan kotor (*gross sales*), yang digunakan dalam menghitung bagi hasil untuk produk pendanaan bank.

Mengacu pada hal-hal penting diatas, dalam melihat pengaruhnya terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah BNI Semarang, maka penulis terdorong untuk melakukan sebuah penelitian dalam penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Agama, Produk dan Sistem Bagi Hasil terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah BNI Semarang”.

1.2. Rumusan Masalah

Latar belakang diatas telah mendeskripsikan seluruh informasi yang di dapatkan oleh penulis. Dari latar belakang masalah diatas maka rumusan masalahnya adalah:

- a. Apakah agama bank mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa Bank Syariah BNI Semarang
- b. Apakah produk mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa Bank Syariah BNI Semarang.
- c. Apakah nisbah bagi hasil mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa Bank Syariah BNI Semarang.

1.3. Tujuan Penelitian

Pembuatan proposal ini memiliki tujuan yang harus dicapai di akhir pembuatan proposal ini. Tujuan yang hendak dicapai dari studi kasus ini adalah:

- a. Menguji secara empiris pengaruh agama terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Syariah BNI Semarang.
- b. Menguji secara empiris pengaruh produk bank terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Syariah BNI Semarang.
- c. Menguji secara empiris pengaruh nisbah bagi hasil terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Syariah BNI Semarang.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

- a. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pengembangan ilmu khususnya mengenai pengetahuan konsumen terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah.

- b. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan informasi kepada perusahaan Bank BNI Syariah Semarang agar perusahaan mengetahui pengetahuan konsumen terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah.

- c. Bagi Akuntansi

Memberikan tambahan wawasan sebelum dilepas ke dunia kerja sehingga mahasiswa mempunyai bekal kerja dan usaha. Dapat

digunakan sebagai bahan referensi yang dapat memberikan manfaat bagi peneliti dimasa datang yang juga tertarik untuk melakukan penelitian dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian yang ingin diperoleh dengan dilakukannya penelitian, dan sistematika penulisan proposal.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori penunjang penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis yang diajukan dalam penelitian.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang variabel penelitian yang digunakan, definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini.