

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan lembaga perbankan syariah di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat pesat. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya lembaga keuangan berbasis syariah yang membuka kantor cabang, kantor cabang pembantu, bahkan kantor kas. Dilatarbelakangi krisis ekonomi dan moneter pada tahun 1998 dan keluarnya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan, yang isinya mengatur tentang peluang usaha syariah bagi bank konvensional, perbankan syariah mulai mengalami perkembangan dengan berdirinya Bank Syariah Mandiri 1999 dan Unit Usaha Syariah (UUS) Bank BNI pada tahun 2000, serta bank-bank syariah dan UUS lain pada tahun berikutnya.<sup>1</sup>

Berdasarkan kegiatannya, bank syariah dibedakan menjadi Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Bank Umum Syariah adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Unit Usaha Syariah (UUS), merupakan unit kerja dari kantor pusat Bank Umum Konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Selanjutnya yaitu

---

<sup>1</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016), 2.

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.<sup>2</sup>

Di Jepara sebelumnya terdapat dua Bank Umum Syariah yaitu Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah dan Bank Syariah Mandiri (BSM) yang mulai tanggal 1 Februari 2021 melakukan *merger* dan mengganti nama menjadi PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Hal itu berdasarkan kesepakatan Otoritas Jasa Keuangan Nomor: SR-3/PB.1/2021 perihal pemberian izin penggabungan, serta izin perubahan nama dengan menggunakan izin usaha PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. sebagai bank hasil penggabungan.<sup>3</sup>

Selain Bank Umum Syariah, ada juga Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yaitu Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Saka Dana Mulia yang memiliki kantor pusat di jalan Jenderal Sudirman Nomor 857 Kudus yang mendirikan kantor kas di Jepara, tepatnya di jalan Jepara-Kudus Km. 21 Mayong Jepara.

Persaingan lembaga perbankan syariah tidak hanya terjadi dengan sesama lembaga perbankan syariah saja, akan tetapi juga dengan bank konvensional. Hal tersebut menyebabkan bank membuat strategi untuk merangsang minat masyarakat agar menabung dan menjadi nasabah. Beberapa strategi yang dilakukan antara lain dengan variasi produk, penawaran tingkat bunga yang cukup tinggi, pembukaan kantor cabang, undian hadiah, kampanye di media masa.

---

<sup>2</sup> <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/PBS-danKelembagaan.aspx>, diakses 29 April 2021.

<sup>3</sup> Ropesta Sitorus, "Merger Bank Syariah BUMN Kantongi Izin dari OJK", <https://finansial.bisnis.com/read/20210127/90/1348702/resmi-merger-bank-syariah-bumn-kantongi-izin-dari-ojk>, diakses 7 Juli 2021.

Perkembangan lembaga perbankan syariah yang semakin pesat juga diiringi dengan beberapa permasalahan yang harus disikapi dengan bijak. Diantara permasalahan yang muncul yaitu terkait kualitas sumber daya manusia, inovasi produk, jumlah jaringan kantor syariah di setiap daerah, serta masyarakat yang beranggapan bahwa perbankan syariah sama dengan bank konvensional yang mengindikasikan bahwa tidak sedikit masyarakat belum banyak mengetahui tentang perbankan syariah. Kondisi ini menyebabkan preferensi masyarakat terhadap perbankan syariah rendah.

Menurut Kotler, preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk jasa yang ada. Preferensi merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu. Preferensi juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk, barang atau jasa yang dikonsumsi.<sup>4</sup>

Preferensi masing-masing individu tidak sama antara satu dengan yang lain. Preferensi manusia dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.<sup>5</sup> Preferensi setiap individu seringkali mengalami masalah yang didasarkan dari faktor kompleks yang menyangkut berbagai macam hal penentu preferensi itu sendiri. Oleh sebab itu diharapkan pihak manajemen bank bisa lebih memahami apa saja faktor-faktor yang paling mempengaruhi preferensi nasabah dalam melakukan pembelian (menggunakan produk/jasa bank) sehingga pihak pemasaran bank dapat lebih mudah memahami dalam pemenuhan keinginan konsumen (nasabah).

---

<sup>4</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Cet Ke-10*, (Jakarta: Prehalindo, 2000), 154.

<sup>5</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Cet. Ke 5*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 10.



Berdasarkan permasalahan tersebut, maka pemahaman mengenai perilaku konsumen dalam hal ini nasabah perbankan menjadi semakin krusial dan menarik untuk diteliti. Sehingga penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, produk, dan pelayanan terhadap preferensi nasabah perbankan syariah di Kota Jepara.

Lokasi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah dikarenakan oleh kedekatan antara rumah nasabah dengan lokasi bank dan lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan serta kondisi gedung dengan adanya pengaturan ruang, pemeliharaan gedung sehingga membuat nasabah menjadi nyaman.<sup>6</sup>

Selain itu, produk juga merupakan faktor yang tidak kalah penting dalam menarik calon nasabah. Dengan menyediakan beragam produk perbankan dengan skema keuangan yang lebih bervariasi, lembaga perbankan syariah menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat dinikmati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali. Semakin meluasnya penggunaan produk dan instrumen syariah disamping akan mendukung kegiatan keuangan dan bisnis masyarakat juga akan mengurangi transaksi-transaksi yang bersifat spekulatif, sehingga mendukung stabilitas sistem keuangan secara keseluruhan.

Faktor lain yang mendasar dalam pengembangan lembaga perbankan syariah yaitu terkait pelayanan yang dapat mempengaruhi konsumen untuk menentukan pilihannya terhadap penggunaan produk perbankan syariah.

---

<sup>6</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), 41.

Kualitas pelayanan merupakan suatu *icon* untuk konsumen ketika menyeleksi layanan atau produk dan disaat yang sama perusahaan akan menyediakan kualitas layanan atau produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Mahasiswa sebagai salah satu komponen masyarakat merupakan pangsa pasar yang sepatutnya dipertimbangkan oleh bank untuk menambah jumlah nasabah. Karena tidak bisa dipungkiri dalam aktivitas perekonomiannya mahasiswa tidak terlepas dari dunia perbankan. Salah satunya yaitu mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Nahdlatul Ulama (UNISNU) Jepara yang menjadi objek dalam penelitian ini, dimana UNISNU Jepara mengharuskan kegiatan pembayaran perkuliahan melalui bank. Dengan jumlah mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum angkatan 2017-2020 sebanyak 576 mahasiswa ini menjadi peluang untuk perbankan syariah melakukan strategi agar mahasiswa tertarik menjadi nasabah. Jika dilihat statusnya sebagai mahasiswa UNISNU pada umumnya, mahasiswa lebih paham tentang prinsip-prinsip ajaran Islam, khususnya lagi bagi mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum. Akan tetapi apakah hal tersebut menjadi jaminan untuk memilih lembaga perbankan syariah sebagai media bertransaksi? Maka menarik untuk dilakukan penelitian dengan judul “Studi Analisis Pengaruh Lokasi, Produk, Dan Pelayanan Terhadap Preferensi Nasabah Perbankan Syariah Di Kota Jepara”.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang di atas maka, rumuskan masalah adalah:

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap preferensi nasabah perbankan syariah di Kota Jepara?
2. Apakah produk berpengaruh terhadap terhadap preferensi nasabah perbankan syariah di Kota Jepara?
3. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap preferensi nasabah perbankan syariah di Kota Jepara?
4. Apakah lokasi, produk, dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap preferensi nasabah perbankan syariah di Kota Jepara?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap preferensi nasabah perbankan syariah di Kota Jepara?
2. Mengetahui pengaruh produk terhadap preferensi nasabah perbankan syariah di Kota Jepara?
3. Mengetahui pengaruh pelayanan terhadap preferensi nasabah perbankan syariah di Kota Jepara?
4. Mengetahui pengaruh lokasi, produk, dan pelayanan secara bersama-sama terhadap preferensi nasabah perbankan syariah di Kota Jepara?

Adapun manfaat yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Teoritis

Secara teoritis penelitian ini bertujuan untuk menambah wawasan terkait pengaruh lokasi, produk, dan pelayanan terhadap preferensi nasabah perbankan syariah di Kota Jepara.

2. Praktis

a. Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pengaruh lokasi, produk, dan pelayanan terhadap preferensi nasabah perbankan syariah di Kota Jepara.

b. Program Studi Perbankan Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan sebagai bahan pembelajaran yang membahas tentang pengaruh lokasi, produk, dan pelayanan terhadap preferensi nasabah perbankan syariah di Kota Jepara.

c. Lembaga Perbankan Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perbankan syariah sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan bank syariah, terutama sehubungan dengan pengaruh lokasi, produk, dan pelayanan terhadap preferensi nasabah perbankan syariah di Kota Jepara.