

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank BSI Syariah didirikan dengan maksud untuk mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip syariah kedalam transaksi. Pertanyaan selanjutnya bagaimana respon para masyarat tentang adanya perbankan syariah dan apakah mereka berminat untuk mempratikan konsep syariah. Jika melihat status masyarakat Banjarbaru Utara yang banyak mempelajari ilmu agama, fiqih, dan bagaimana bermuamalah dengan syar'i. maka semakin besar peluang bagi Bank BSI Syariah untuk mempromosikan produk-produknya kepada mereka. Tetapi permasalahannya disini adalah semakin melekatnya konsep bank konvensional dikalangan para masyarakat Banjarbaru Utara dan masuk kekalangan masyarakat menengah, sehingga membuat banyak warga yang menggunakan jasa bank konvensional.

Perbankan syariah dikenal sebagai *islamic banking*, yang pada awalnya dikembangkan sebagai suatu respon dari kelompok ekonomi dan prtisi yang berlingkup syariah. Sejak adanya revisi UU No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan terdapat beberapa perubahan yang memberikan peluang yang lebih besar bagipengembangan perbankan syariah. Dari UU tersebut menerangkan bahwa sistem perbankan syariah dikembangkan dengan beberapa tujuan memenuhi kebutuhan jasa perbankan bagi masyarakat yang tidak menerima konsep bunga, memenuhi kebutuhan akan produk dan jasa perbankan yang memiliki beberapa keunggulan komparatif berupa peniadaan pembebanan bunga, membuka peluang pembiayaan bagi pengembangan usaha berdasarkan prinsip kemitraan dengan menjaga hubungan investor yang harmonis.

Keberadaan Bank Syari'ah saat ini, seolah-olah hanya bisa dinikmati oleh kalangan tertentu saja. Padahal seharusnya perbankan syariah di Indonesia disalurkan kesektor usaha

mikro, kecil dan menengah. Ini berarti potensi pengembangannya masih besar dengan diperlihatkan kepada masyarakat kelas menengah ke bawah. Hal itu sekaligus menunjukkan bahwa perbankan syariah mempromosikan kestabilan keuangan dan lebih tahan krisis.

Perbankan syariah dalam peristilahan internasional dikenal sebagai *Islamic banking* atau juga disebut dengan *interest-free banking*. Seperti halnya bank konvensional, bank syariah mempunyai fungsi utama yaitu menghimpun dana masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya.

Bank Syariah adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada al-Qur'an dan hadist Nabi SAW. Bank Syariah ini lahir sebagai salah satu solusi *alternative* terhadap persoalan pertentangan antara bunga bank dengan riba. Riba berarti menetapkan bunga atau melebihkan jumlah pinjaman pokok secara batihil, dan menurut jumhur ulama riba hukumnya haram.

Bank Indonesia kemudian mengeluarkan izin prinsip dan usaha untuk beroperasinya unit usaha syariah setelah itu BSI Syariah menerapkan strategi pengembangan jaringan cabang syariah. Tepatnya pada tanggal 29 April 2000 BSI Syariah membuka 5 kantor cabang sekaligus di kota-kota potensial, yaitu Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Sebagai bank yang dulunya merupakan bank konvensional, BSI juga mengembangkan Unit Usaha Syariah(UUS) yang merupakan wujud dan dukungan atas perkembangan bank syariah di Indonesia yang semakin pesat. BSI Syariah pastinya juga terus menawarkan produk-produknya dalam menghadapi persaingan bank syariah sekarang.

Pada tahap perkembangan jumlah populasi Muslim di Indonesia sebanyak 219.960.000 Muslim atau 12,6 persen dari populasi Muslim di seluruh dunia. Sementara, pada 2060 Indonesia akan memiliki 253.450.000 Muslim, tetapi secara presentase hanya 8,5 persen dari populasi Muslim dunia. Akan tetapi, Direktur Utama PT Bank Syariah Indonesia Tbk atau BSI Hery Gunardi mengatakan dari 180 juta penduduk muslim di Indonesia, baru 30,27

juta yang menjadi nasabah bank syariah per November 2020. Ini menandakan potensi pasar bank syariah besar dan belum tergarap seluruhnya. Ia menghitung potensi nasabah yang belum tergarap, yaitu 149 juta orang.

Dilihat dari data tersebut penulis berupaya mencari dan menemukan sumber informasi dan fakta dilapangan mengenai pengaruh pemahaman masyarakat terhadap Bank Syariah khususnya Bank BSI Syariah yang menjadi penelitian. Masalah apa yang terjadi terhadap pengetahuan masyarakat terhadap produk Bank syariah, seberapa banyak masyarakat memilih dan paham tentang pengetahuan mereka sebagai nasabah di Bank Syariah.

Salah satu faktor paling mendasar dalam pengembangan produk perbankan syariah dikalangan warga/masyarakat adalah pengetahuan. Pengetahuan merupakan pengalaman aktual yang tersimpan dalam kesadaran manusia. Pengetahuan adalah informasi, informasi bisa diperoleh melalui berbagai media, seperti iklan pada majalah, televisi, koran, radio, famplet, bahkan bisa juga melalui pengalaman seseorang. Disinilah peran bank syariah untuk melakukan sosialisasi kepada para masyarakat martapura barat terkait tentang pengetahuan perbankan syariah, baik itu dari definisinya lokasinya, prinsipnya, macam-macam produknya. Agar warga tahu bahwa perbankan syariah adalah bank yang menggunakan prinsip syar'i yang sesuai dengan Al-qur'an dan Hadist.

Adanya pengaruh menabung di bank syariah yaitu pengetahuan mengenai produk bank syariah. pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk, serta pengetahuan lainnya yang berkaitan dengan fungsinya sebagai konsumen. pemikiran mengenai produk bank syariah adalah tingkat pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang produk dan jasa bank syariah. Diketahui bahwa salah satu kendala bagi pengembang bank syariah adalah rendahnya pemahaman masyarakat terhadap produk dan operasional bank syariah. Untuk itu, perlu adanya penelitian

seberapa besar pengaruh pemahaman masyarakat tentang produk dan jasa bank syariah terhadap perilaku masyarakat dalam berinvestasi dan mengambil dana dari bank syariah.

Mengingat dengan kurangnya pengetahuan masyarakat tentang perbankan syari'ah dikecamatan Banjarbaru Utara, maka penulis melakukan penelitian karena menganggap penting untuk di teliti dan tertarik ingin mengetahui bagaimana tingkat pengetahuan masyarakat mengenal apa itu bank syariah serta memahami produk bank syari'ah yang berada di kecamatan martapura barat. Dengan demikian, berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Dalam Memilih Produk Tabungan Haji Indonesia di Bank Syariah Indonesia”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Pengetahuan Berpengaruh Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia KC Banjarbaru.

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan masalah yang telah diteliti dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengetahuan dan minat masyarakat apakah berpengaruh terhadap memilih produk Tabungan Haji Indonesia Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru.

D. Signifikasi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat untuk:

1. Kegunaan ilmiah

Hasil penelitian diharapkan dapat memberi kontribusi pemikiran dan dapat dijadikan sebagai rujukan tentang pengaruh pengetahuan masyarakat terhadap produk Tabungan Haji Indonesia Di Bank Syari'ah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru serta membantu memecahkan permasalahan dengan pembuktian yang akurat dan kebenaran yang objektif berdasarkan data-data yang diperoleh.

2. Kegunaan terapan

Hasil yang diperoleh diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan khususnya bagi penyusun, umumnya bagi instansi yang bersangkutan dan lembaga-lembaga yang berkecimpung dalam dunia ekonomi dan bisnis islam.

E. Definisi Operasional

1. Pengaruh

Menurut KBBI merupakan kekuatan yang ada atau yang timbul dari sesuatu sebagai akibat pesan dari komunikasi yang mampu membuat seseorang melakukan sesuatu. Sedangkan pengaruh yang akan dibahas disini yaitu pada Bank BSI Syariah KC Banjarbaru terhadap pengetahuan Masyarakat dalam minat memilih produk Tabungan Haji Indonesia.

2. Pengetahuan masyarakat

Pengetahuan yaitu bagaimana cara seseorang mengetahui sesuatu mengenai berbagai barang atau barang. Pengetahuan masyarakat ialah rasa ingin tahu seseorang terhadap suatu objek melalui pendengaran, penyampaian, belajar dan lain-lain.

pengetahuan masyarakat pada Bank BSI Syariah KC Banjarbaru yaitu bagaimana tanggapan mereka mengenai produk dan memutuskan memilih produk Tabungan Haji Indonesia.

3. Minat

Minat dapat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhannya sendiri.

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, kata minat memiliki arti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah atau keinginan. (Depdiknas, 2001)

Jadi menurut penulis minat adalah suatu rasa ketertarikan pada suatu hal yang muncul dari dalam diri seseorang terhadap suatu yang berhubungan dengan kebutuhan dan keinginannya.

4. Perbankan Syariah

Perbankan syariah adalah sistem perbankan yang dalam usahanya diatur berlandaskan prinsip-prinsip syariah sesuai dengan prinsip hukum Islam. Perbankan syariah dalam penelitian ini ialah Bank BSI Syariah KC Banjarbaru.

5. Produk Baitullah ib Hasanah/ Tabungan Haji Indonesia

Tabungan yang digunakan sebagai sarana untuk mendapatkan kepastian porsi berangkat menunaikan Umrah/ ibadah haji.

F. Kajian Pustaka

Penelitian terdahulu digunakan sebagai referensi bagi peneliti dalam melakukan penelitian ini. Selain itu penelitian terdahulu digunakan untuk menunjukkan keaslian penelitian ini, bahwa penelitian ini melakukan publikasi dari hasil penelitian terdahulu:

1. Akhlis Farida Kurnia Rahmah (2014) judul skripsi “*Analisis Pada Produk Tabungan IB Hasanah di Bank BNI Syariah*”. Metode: Deskriptif Kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan temuan penelitian yang menunjukkan karakteristik dari tabungan IB Hasanah adalah salah satu transaksi yang mempermudah masyarakat untuk menabung, menunjukkan perkembangan produk tabungan IB Hasanah. Keunggulan yang dapat dilihat dari produk tabungan IB Hasanah dengan produk unggulan bank syariah lainnya adalah bagi hasil yang lebih besar dan biaya administrasi yang lebih mudah.
2. R. Ajeng Entaresmen (2016). Judul Jurnal “*strategi pemasaran terhadap penjualan produk tabungan ib hasanah di pt. bank negara indonesia syari’ah kantor cabang X*”. Metode: Deskriptif Kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan secara umum BNI Syari’ah memiliki beberapa strategi pemasaran itu termasuk 9P yaitu Proses, Orang, Produk, Harga, Tempat, Promosi, Mitra, Presentasi, dan Passion. Namun untuk mencapai target pemasaran tersebut, BNI Syari’ah menghadapi beberapa kendala. Seperti kurangnya tenaga ahli dalam memasarkan produk tabungan IB Hasanah, serta persaingan antar bank konvensional dan perbankan syariah. Terakhir, strategi pemasaran BNI Syari’ah yang diterapkan harus tetap sesuai dengan prinsip syariah, tetapi perlu yang baru inovasi pada setiap produknya, sehingga orang memiliki ketertarikan untuk menabung sesuai dengan prinsip syariah yang tidak mengadalkan keuangan bunga.
3. Abdul Jabbar (2019). Judul Skripsi “*Strategi Pemasaran Produk Tabungan Baitullah IB Hasanah di Bank BNI Syari’ah Jakarta Dalam Upaya Meningkatkan Nasabah*”. Metode: Deskriptif Kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana BNI Syari’ah dalam memasarkan produk Tabungan Baitullah IB Hasanah, serta apa saja yang menjadi faktor penghambat dalam memasarkan produk Baitullah IB Hasanah, untuk meningkatkan penjualan produk Tabungan Baitullah IB Hasanah BNI syariah lebih condong menggalakan promosi dengan cara memiliki Tabungan Baitullah IB

Hasanah, mengikuti pameran-pameran untuk mengenalkan produk Baitullah IB Hasanah.

4. Yunika Purnama Sari (2014) Judul Skripsi "*Pengaruh Karakteristik Bank, Pengatahuan Nasabah, Pelayanan dan Kepercayaan Pada Bank, Serta Objek Fisik Bank Terhadap Keputusan Nasabah, Menabung di Bank Syari'ah*" Metode: Survei Diskriptif Kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara karakteristik bank, pengetahuan nasabah, pelayanan dan kepercayaan pada bank, serta objek fisik bank terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syari'ah, kepercayaan serta variabel objek fisik bank.
5. Taslim (2018). Judul Skripsi "*Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank BNI Syari'ah KCP Wonomulyo*". Metode: Diskriptif Kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa kualitas jasa dan kewajaran harga secara bersama-sama mempengaruhi minat menabung masyarakat. Adapun hasil Uji T menunjukkan Promosi dan kualitas pelayanan pengaruh secara parsial terhadap minat menabung masyarakat.

Dari beberapa penelitian terdahulu penulis berbeda dalam melakukan penelitian yaitu tentang pengaruh pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah dalam memilih produk Baitullah IB hasanah di Bank BNI Syariah dan metode yang digunakan penulis adalah metode analisis kuantitatif.