

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada zaman sekarang, Perbankan semakin mempermudah penggunaanya dalam bertransaksi. Bank sendiri dikenal sebagai lembaga keuangan yang berkegiatan dalam menerima simpanan masyarakat dan menyalurkan pinjaman bagi masyarakat yang membutuhkan.

Apabila kita teliti sejarahnya, dari dulu hingga saat ini peran perbankan dalam memajukan ekonomi sebuah negara sangat-sangat besar. Nyaris semua bidang dan bermacam-macam kegiatan keuangan memerlukan kehadiran bank, maka kini dan pada masa kedepannya tiap-tiap negara serta masyarakatnya tidak dapat dipisahkan dari dunia perbankan apabila melakukan aktivitas pada bidang keuangan. dari individu ataupun institusi, dari sosial ataupun korporasi. (Kasmir, 2018, hlm. 8)

Berdasarkan Undang-Undang Perbankan Syariah Indonesia No. 21 Tahun 2008, disebutkan bahwa bank terdiri atas dua jenis, yaitu Perbankan konvensional dan Perbankan Syariah. Bank konvensional adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya secara konvensional yang terdiri atas Bank Umum Konvensional dan Bank Perkreditan Rakyat. Adapun Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip Syariah yang terdiri dari Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. (Yaya, Erlangga, & Abdurahim, 2009, hlm. 22)

Pengertian bank berdasarkan UU No. 10 Tahun 1998 merupakan badan usaha yang menghimpun dana milik masyarakat didalam bentuk simpanan kemudian menyalurkannya kepada masyarakat ke dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya, untuk mengembangkan taraf hidup rakyat banyak. (Kasmir, 2018, hlm. 9)

Sedangkan bank Syariah secara spesifik adalah lembaga keuangan yang menjalankan fungsinya untuk perantara dari pihak yang berkelebihan dana kepada pihak yang memiliki kekurangan dana serta memberikan jasa-jasa kepada masyarakat dalam menjalankan kegiatan suatu usaha atau lain-lainnya sebanding dengan hukum-hukum Islam. Bank Syariah dikatakan juga sebagai Islamic Banking yang berarti suatu sistem Perbankan yang dalam pelaksanaannya tidak menggunakan sistem-sistem yang dilarang dalam Islam serta merugikan orang lain. (Ali, 2008, hlm. 1)

Awal mula Perbankan Syariah dikenal masyarakat Indonesia terjadi karena berdirinya Bank Mu'amahah Indonesia dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah di tahun 1992 hingga sampai saat ini Perbankan Syariah terus berkembang sehingga terlahir banyak Perbankan Syariah lain dengan berbagai macam keunggulan.

Perbankan syariah melaksanakan tugas sosialnya juga berupa lembaga baitulmal yakni lembaga yang mendapatkan dana berupa, infak, zakat, hibah sedekah, dan dana-dana sosial lainnya yaitu denda/sanksi dari nasabah, kemudian menyalurkan dana-dana tersebut pada pengelola zakat. Bank syariah juga bisa menghimpun dana-dana sosial yakni dari wakaf uang atau sebagainya kemudian memberikannya pada yang bertugas mengelola wakaf sesuai dengan kehendak pemberi wakaf. (Yaya, Erlangga, & Abdurahim, 2009, hlm. 52)

Perbankan syariah adalah salah satu konsep luas mengenai ekonomi Islam karena tujuan sejalan dengan yang dianjurkan oleh para ulama yaitu untuk menegakkan sistem nilai dan etika, oleh karena itu perbankan syariah untuk sebagian besar umat Islam tidak hanya sekedar transaksi komersial. Pandangan Islam tentang transaksi keuangan dipandang oleh banyak kaum muslim sebagai kewajiban beragama. (Zulfianda, 2020, hlm. 9)

Dengan hadirnya Perbankan Syariah, terbukti bahwa Islam mengatur hal-hal yang bersifat menyeluruh, baik yang bersifat akhirat maupun dunia. Dalam Perbankan Syariah, Islam mengatur umatnya dalam bermuamalah yang baik dan jujur tanpa merugikan orang lain. Serta bukan hanya mempelajari tentang prinsip jual-beli atau hukum yang berlaku, tetapi juga menyangkut tentang manajemen bisnis yang kita jalankan. Allah berfirman dalam surah Al-Baqarah (2) ayat 267 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا  
الْحَبِيبَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيهِ إِلَّا أَنْ تُعْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ (٢٦٧)

*“Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji”. (QS. Al-Baqarah ayat 267)*

Menurut ayat diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam berinfak haruslah dari hasil usaha yang baik dan diperoleh dengan cara yang halal. Dan tidak diperbolehkan untuk memberi dengan sengaja sesuatu yang sudah diketahui buruk kepada orang lain agar terbebas dari keburukan itu. Cobalah untuk memposisikan

diri sebagai yang diberi agar pemberian tersebut lebih berkualitas dan diberikan sepenuh hati.

Salah satu bukti perkembangan Perbankan Syariah adalah dengan hadirnya Bank Syariah Indonesia (BSI) yang merupakan hasil penggabungan antara Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRI Syariah), Bank Syariah Mandiri (BSM), dan Bank Negara Indonesia Syariah (BNI Syariah). Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan salah satu upaya untuk melahirkan Bank Syariah yang dapat bersaing di tingkat global.

Hadirnya Bank Syariah Indonesia (BSI) juga merupakan langkah untuk menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah tersebut dengan menghadirkan layanan yang lebih lengkap, kapasitas permodalan yang jauh lebih baik, dan jangkauan Perbankan yang lebih luas. Dengan jangkauan yang lebih luas dan merata, dapat memudahkan masyarakat mengenal dan mendapati Bank Syariah Indonesia di wilayah-wilayah terdekat masyarakat. Tak terkecuali Bank Syariah Indonesia (BSI) kantor cabang Amuntai yang dulu beroperasi dengan nama Bank Mandiri Syariah, juga merupakan satu-satunya kantor cabang Perbankan Syariah pertama di wilayah kota Amuntai dan sekitarnya.

Penelitian-penelitian tentang perilaku konsumen perbankan syariah salah satunya adalah mengkaji mengenai preferensi masyarakat terhadap Perbankan Syariah. Studi ini dilakukan oleh Bank Indonesia yang bekerjasama dengan Universitas Brawijaya di Jawa Timur. Penelitian tersebut mengambil kesimpulan tentang beberapa faktor yang bisa mempengaruhi masyarakat-masyarakat perorangan dalam memilih perbankan syariah yaitu informasi dan penilaian,

humanisme dan dinamis, fleksibilitas layanan, kebutuhan, lokasi, kepercayaan dan sikap, materialisme, keluarga, peran dan status, kepraktisan dalam menyimpan kekayaan, perilaku pasca pembelian, promosi langsung, dan agama.

Seperti yang sudah dikaji oleh Bank Indonesia dan Universitas Brawijaya, lokasi merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk diperhitungkan, dimana keberadaan bank tersebut harus memudahkan nasabahnya dalam mengakses lokasi bank. Dalam persaingan di lapangan, mencari lokasi Perbankan harus strategis dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada wilayah tersebut. Karena dengan pemilihan lokasi yang tepat akan memudahkan Perbankan dalam mencapai target yang akan dicapai. (Juliandi & Andriani, 2019, hlm. 20)

Dalam upaya melayani nasabah, Bank Syariah Indonesia (BSI) sudah sangat baik, juga dengan memperhatikan lokasi-lokasi dengan tingkat peminat tinggi. Tidak terkecuali Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Amuntai yang memilih lokasi tepat di pusat kota yaitu di Jalan Abdul Aziz No. 20 yang berdekatan dengan pusat perbelanjaan dan dipinggir jalan besar. Namun dari hasil wawancara dengan salah satu karyawan dan juga beberapa nasabah mereka mengatakan bahwa posisi Kantor Cabang yang hampir tidak terlihat dari kejauhan karena terlindung bangunan-bangunan tinggi disekitarnya dan juga parkirannya yang cukup terbatas bagi pengguna kendaraan pribadi seperti mobil dan motor.

Kemudian dalam kaitannya dengan Perbankan Syariah, pengetahuan merupakan beragam informasi yang diketahui oleh nasabah tentang produk dan jasa apa saja yang ditawarkan serta pengetahuan lainnya yang berhubungan dengan perannya sebagai nasabah. (Hanidar, et al., 2021, hlm. 109)

Maka dari itu pengetahuan juga merupakan salah satu unsur penting dalam menggait nasabah. Pengetahuan tentang Perbankan Syariah, prinsip dan sistem yang dijalankan adalah hal-hal yang harus diketahui masyarakat banyak, serta apa saja kerugian jika tidak menggunakan produk dari Perbankan Syariah. Dengan begitu masyarakat mampu mempertimbangkan pilihan yang akan digunakannya, mengingat produk-produk dari bank konvensional yang juga terlihat menggiurkan. Pengetahuan dapat diartikan sebagai informasi yang diterima masyarakat dalam memahami segala sesuatu tentang Perbankan Syariah yang dapat diperoleh melalui media apapun disekeliling kita. Dengan begitu masyarakat akan lebih terbuka dalam memahami prinsip dan sistem yang digunakan oleh Perbankan Syariah.

Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Amuntai, masyarakat sudah mengetahui Perbankan Syariah secara umum dan menggunakan Produk Perbankan Syariah karena sistem yang digunakan lebih baik daripada Perbankan Konvensional. Masyarakat Amuntai yang mayoritas beragama Islam dan memiliki pengetahuan yang baik mengenai agama Islam tentu lebih memilih menggunakan Perbankan Syariah. Namun dari hasil wawancara dan hasil observasi, beberapa masyarakat kurang berminat menggunakan Perbankan Syariah karena faktor persaingan margin Perbankan Konvensional. Dilatarbelakangi mayoritas masyarakat Amuntai yang berprofesi sebagai pedagang dan suka hitung-hitungan, mereka lebih mementingkan keuntungan pribadi.

Meskipun sebagian besar masyarakat sudah mengetahui kelebihan yang dimiliki Perbankan Syariah, namun minat mereka menggunakan produk dari Perbankan Syariah masih kurang. Hal ini berbanding terbalik dengan pernyataan

jika pengetahuan yang dimiliki konsumen tentang sebuah produk meningkat maka konsumen akan memiliki kemampuan yang semakin tinggi dalam memilih produk yang akan dibeli. Pengetahuan produk nasabah tersebut merupakan kumpulan dari berbagai macam informasi mengenai suatu produk. Nasabah yang memiliki pengetahuan yang lebih tentang suatu produk cenderung berpikir lebih realistis saat memilih produk yang terbaik. (Simarmata, et al., 2021, hlm. 34-35)

Karena penjabaran dari permasalahan diatas, penulis ingin membuktikan apakah lokasi dan pengetahuan dapat atau tidak mempengaruhi Keputusan Konsumen Amuntai untuk menjadi nasabah di BSI KCP Amuntai, maka penulis membuat penelitian yang berjudul **“Pengaruh Lokasi Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Masyarakat menggunakan Produk BSI KC Amuntai”**

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Apakah lokasi dan pengetahuan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan masyarakat Amuntai menggunakan produk BSI KC Amuntai?
2. Apakah lokasi dan pengetahuan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan masyarakat Amuntai menggunakan produk BSI KC Amuntai?

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk, antara lain sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh lokasi dan pengetahuan secara simultan terhadap keputusan masyarakat Amuntai menggunakan produk BSI KC Amuntai.
2. Untuk menganalisis pengaruh lokasi dan pengetahuan secara parsial terhadap keputusan masyarakat Amuntai menggunakan produk BSI KC Amuntai.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Akademis**

Manfaat dapat diberikan kepada siapa saja terutama untuk pembaca, karena penelitian ini dapat memberikan informasi tentang kondisi pengaruh lokasi dan pengetahuan masyarakat terhadap Perbankan Syariah khususnya Bank Syariah Inonesia (BSI) KC Amuntai.

#### **2. Manfaat Praktis**

##### **a. Bagi Penulis**

Untuk lebih mengerti mengenai pengaruh lokasi dan pengetahuan terhadap Keputusan Konsumen Amuntai menggunakan produk (BSI) KC Amuntai.

##### **b. Bagi Penelitian Selanjutnya**

Diharapkan penelitian ini bisa bermnfaat bagi peneliti selanjutnya dan dapat dipergunakan sebagai pembanding untuk menambah informasi

khususnya untuk pihak-pihak yang berkepentingan dengan permasalahan yang dibahas untuk penelitian selanjutnya.

### **3. Manfaat Teoritis**

Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat teoritis yaitu menjadi masukan, tambahan informasi, dan tambahan pengetahuan bagi peneliti lain. Selain itu juga bermanfaat untuk perbendaharaan ilmu khususnya di bidang perbankan syariah.

## **E. Definisi Operasional**

Dalam penelitian ini terdapat dua aspek dalam menentukan keputusan yang dipilih masyarakat dalam menggunakan produk (BSI) KCP Amuntai, yaitu aspek lokasi dan pengetahuan. Kedua aspek tersebut dapat mempengaruhi keputusan yang di ambil oleh masyarakat dalam memutuskan menggunakan produk dari (BSI) KC Amuntai.

### **1. Keputusan Konsumen**

Menurut pendapat Davis, keputusan adalah hasil pemecahan masalah yang dihadapi dengan tegas. Pengambilan keputusan adalah suatu proses pemilihan alternatif terbaik dari beberapa alternatif secara sistematis untuk digunakan sebagai cara menyelesaikan masalah. (Fauzi & Nugroho. A, 2020, hlm. 65)

Dalam menentukan sebuah keputusan, konsumen akan menggunakan 3 pertimbangan dibawah ini, yaitu sebagai berikut:

- a. Logika atau pertimbangan yang biasanya akan didapatkan dari pemikiran para konsumen tentang suatu produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhannya.
- b. Alternatif yang diperlukan untuk memilih suatu produk atau jasa sebagai suatu perbandingan terhadap produk yang akan diputuskan.
- c. Memiliki tujuan, konsumen memilih suatu produk dan jasa yang memang benar-benar mereka butuhkan sehingga dapat memberikan manfaat serta memenuhi kebutuhan yang mereka inginkan.

## **2. Lokasi**

Lokasi adalah tempat yang digunakan untuk kegiatan usaha. Lokasi merupakan tempat melayani konsumen atau tempat untuk memajang barang dagangan. (Kasmir, 2006, hlm. 140)

Faktor-faktor penentuan lokasi pada penelitian ini antara lain sebagai berikut:

- a. Akses merupakan pemilihan lokasi yang dapat menjangkau semua transportasi manapun, baik transportasi pribadi maupun transportasi umum.
- b. Visibilitas merupakan letak suatu tempat usaha yang diperlihatkan secara jelas sehingga mudah untuk ditemukan.
- c. Lalu lintas biasanya berada pada pusat keramaian dan tidak menimbulkan macet atau penghambatan jalan.
- d. Ekspansif merupakan cakupan pasar dan kapasitasnya.
- e. Lingkungan merupakan daerah sekitar lokasi yang mendukung dan membutuhkan produk maupun jasa yang ditawarkan.

## **3. Pengetahuan**

Pengetahuan merupakan informasi yang disadari atau diketahui oleh makhluk hidup melalui pancainderanya. Pengetahuan adalah hasil dari rasa ingin tahu seseorang, dan dapat diketahui melalui akal sehat. (Ibda, 2018, hlm. 10-12)

Yang dimaksud pengetahuan konsumen pada penelitian ini antara lain sebagai berikut:

- a. Pengetahuan produk, diantara yang termasuk pengetahuan produk adalah karakteristik produk, manfaat produk, dan kepuasan menggunakan suatu produk.
- b. Pengetahuan pembelian berisi segala informasi yang berhubungan dengan tempat sebuah produk akan dipasarkan.
- c. Pengetahuan pemakaian merupakan segala informasi yang sudah atau telah diketahui oleh konsumen terhadap suatu produk dan jasa yang ditawarkan.

## **F. Kajian Pustaka**

Sebagai bahan acuan bagi penelitian, maka penulis mencari beberapa referensi penelitian terdahulu yang dirasa mempunyai persamaan dan kaitan dari penelitian ini. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang dianggap relevan antara lain:

1. Tandi Larasati Putri (2017) dalam skripsi yang berjudul "*Pengaruh Lokasi, Produk, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Salatiga Dalam Menjadi Nasabah Bank Syariah*". Hasil penelitian tersebut mengatakan bahwa variable lokasi dan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa IAIN Salatiga untuk menjadi nasabah Bank Syariah, sedangkan variable pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan

mahasiswa IAIN Salatiga menjadi nasabah Bank Syariah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama membahas tentang keputusan yang dipilih oleh objek. Sedangkan perbedaannya terletak pada variable X. Penelitian ini menggunakan variable lokasi, produk, dan pelayanan sebagai variable X. Sedangkan penelitian yang penulis buat menggunakan lokasi dan pengetahuan sebagai variable X. (Putri, 2017, hlm. 61)

2. Rahma Bellani Oktavindria Iranati (2017) dalam skripsi yang berjudul *“Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Tangerang Selatan)”*. Hasil penelitian tersebut mengatakan bahwa variable religiusitas, kepercayaan, pengetahuan, dan lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah pada penelitian ini membahas minat masyarakat, sedangkan penelitian yang penulis lakukan membahas keputusan masyarakat. Perbedaan lainnya juga terdapat pada variable X, penelitian ini menggunakan variable Religiusitas, kepercayaan, pengetahuan, dan lokasi sebagai variable X. Sedangkan penelitian yang penulis lakukan mempunyai variable lokasi dan pengetahuan sebagai variable X. (Oktavindria Iranati, 2017, hlm. 127)
3. Muara Hamdani Simamora (2019) dalam skripsi yang berjudul *“Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Masyarakat Menabung Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu*

*Simalungun Perdagangan Kabupaten Simalungun*". Hasil penelitian tersebut mengatakan bahwa variable produk tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan sedangkan variable harga, lokasi, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat menabung Pada Bank Syariah Mandiri. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama membahas tentang keputusan masyarakat. Serta memiliki perbedaan variable X, penelitian ini menggunakan produk, harga, lokasi, dan promosi sedangkan penelitian yang penulis buat menggunakan lokasi dan pengetahuan. (Simamora, 2019, hlm. 17)

#### **G. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis pada sebuah penelitian merupakan dugaan sementara yang dapat berupa pernyataan benar dan dapat juga salah. Hipotesis akan diterima jika pernyataan sementara tersebut benar sesuai dengan yang sudah diteliti, dan akan ditolak jika pernyataan sementara tersebut salah, berikut hipotesis pada penelitian ini:

1. Diduga faktor lokasi dan pengetahuan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Amuntai.
2. Diduga faktor lokasi dan pengetahuan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Amuntai.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Sistematika penulisan pada penelitian ini terdiri dari beberapa rangkaian tentang isi dari bab ke bab yang nanti akan disertakan pada penelitian ini.

Bab I adalah pendahuluan. Bab yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, kajian pustaka dan sistematika pembahasan.

Bab II merupakan landasan teori. Bab ini berisi rangkaian informasi yang berkaitan dengan penelitian yang terbagi menjadi beberapa sub bagian yaitu produk-produk dari Perbankan Syariah, pengambilan keputusan, lokasi, serta pengetahuan.

Bab III merupakan metode penelitian. Bab ini berisi jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, variable penelitian, populasi dan sample, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

Bab IV merupakan metode laporan penelitian dan penyajian data, di dalamnya menjelaskan tentang gambaran umum BSI KCP Amuntai, juga data-data yang berhubungan dengan penelitian ini.

Bab V yang merupakan penutup, didalamnya berisi kesimpulan dari permasalahan-permasalahan yang sudah diteliti oleh penulis. Kemudian, secara garis besar penulis memaparkan saran sebagai bahan perbaikan kepada pihak terkait penelitian ini. Penelitian ini juga dilengkapi dengan daftar daftar pustaka sebagai bahan referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya beserta lampiran-lampirannya.