BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan keuangan syariah dalam dua dekade terakhir menunjukkan transformasi yang signifikan dari sekadar alternatif normatif berbasis nilai agama menjadi sistem keuangan yang terintegrasi dalam struktur ekonomi modern, di mana prinsip larangan riba, gharar, dan maisir diimplementasikan melalui akad-akad seperti murabahah, ijarah, dan musyarakah yang secara konseptual menempatkan transaksi pada basis underlying asset dan bukan pada mekanisme bunga sebagaimana dalam sistem konvensional, sehingga pembiayaan syariah memiliki landasan fiqih sekaligus rasionalitas ekonomi yang kuat (Antonio, 2001, hal. 160).

Dalam praktiknya, pembiayaan syariah tidak hanya berorientasi pada pembiayaan produktif, tetapi juga konsumtif seperti pembelian kendaraan bermotor, yang dalam skema murabahah memungkinkan masyarakat memperoleh barang terlebih dahulu dengan pembayaran secara angsuran berdasarkan margin keuntungan yang telah disepakati, sehingga mekanisme ini memberikan kepastian harga sekaligus kepastian akad yang menjadi karakteristik utama transaksi syariah (Karim, 2010, hal. 107).

Kendaraan bermotor sebagai sarana mobilitas memiliki peran strategis dalam mendukung aktivitas ekonomi rumah tangga maupun individu, terutama di wilayah perkotaan dan penyangga kota, sehingga permintaan terhadap pembiayaan

sepeda motor cenderung stabil dan bahkan meningkat, yang menjadikan sektor ini sebagai salah satu pasar potensial bagi lembaga pembiayaan syariah (Utami, 2020, hal. 34).

Dalam perspektif teori perilaku konsumen, preferensi merupakan representasi dari struktur pilihan individu yang dipengaruhi oleh kombinasi faktor rasional, psikologis, sosial, dan nilai-nilai personal, sehingga dalam konteks pembiayaan syariah variabel religiusitas, literasi keuangan, persepsi risiko, kualitas pelayanan, serta transparansi akad menjadi determinan yang dapat memengaruhi keputusan memilih produk tertentu (Kotler & Keller, 2016, hal. 181).

Sejumlah penelitian empiris menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi penggunaan produk keuangan syariah, di mana semakin tinggi tingkat komitmen keagamaan seseorang maka semakin besar kecenderungannya memilih produk yang sesuai dengan prinsip syariah, meskipun keputusan tersebut tetap dipengaruhi oleh faktor rasional seperti harga dan kualitas layanan (Amin, dkk, 2014, hal. 315).

Di sisi lain, literasi keuangan syariah terbukti menjadi variabel penting dalam membentuk pemahaman masyarakat terhadap perbedaan mendasar antara sistem syariah dan konvensional, karena rendahnya literasi dapat menyebabkan masyarakat tidak mampu mengidentifikasi nilai tambah produk syariah sehingga keputusan pembiayaan lebih didasarkan pada kebiasaan atau pengaruh lingkungan (Hera Susanti, 2023, hal. 25)

Meskipun Indonesia memiliki populasi Muslim terbesar di dunia yang secara normatif menjadi pasar potensial bagi industri keuangan syariah, berbagai penelitian menunjukkan bahwa tingkat penetrasi dan penggunaan produk keuangan syariah masih relatif lebih rendah dibandingkan sistem konvensional, yang mengindikasikan adanya kesenjangan antara potensi pasar dan realisasi perilaku konsumen dalam praktiknya (Abduh & Azmi Omar, 2012, hal. 39).

Selain aspek preferensi sebelum keputusan pembelian, pengalaman aktual masyarakat setelah menggunakan pembiayaan syariah menjadi variabel yang tidak kalah penting, karena berdasarkan teori pemasaran jasa pengalaman layanan yang dirasakan secara langsung akan membentuk kepuasan, kepercayaan, dan kemungkinan penggunaan ulang produk di masa mendatang (Wirtz & Lovelock, 2022, hal. 32).

Namun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu lebih berfokus pada analisis preferensi terhadap perbankan syariah atau pembiayaan syariah secara umum pada skala nasional maupun kota besar, sementara penelitian yang secara simultan mengkaji preferensi dan pengalaman penggunaan pembiayaan syariah kendaraan bermotor pada tingkat wilayah kecamatan masih relatif terbatas, sehingga belum memberikan gambaran kontekstual yang mempertimbangkan karakteristik sosial-ekonomi masyarakat lokal.

Secara khusus, kajian empiris mengenai preferensi dan pengalaman masyarakat dalam menggunakan pembiayaan syariah untuk pembelian sepeda motor di Kecamatan Banjarbaru Utara, Kota Banjarbaru, Provinsi Kalimantan

Selatan, belum banyak ditemukan dalam literatur akademik, sehingga kondisi ini menunjukkan adanya research gap berupa keterbatasan studi berbasis wilayah lokal yang mengintegrasikan faktor preferensi dan pengalaman penggunaan secara bersamaan, yang pada akhirnya menjadikan penelitian ini penting untuk dilakukan guna memperkaya khazanah keilmuan ekonomi syariah sekaligus memberikan implikasi praktis bagi pengembangan strategi lembaga pembiayaan syariah di tingkat daerah. Dari hal itu, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Analisis Preferensi dan Pengalaman Masyarakat dalam Memilih Pembiayaan Syariah terhadap Pembelian Sepeda Motor (Studi pada Kecamatan Banjarbaru Utara"**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana preferensi masyarakat dalam memilih pembiayaan Syariah untuk pembelian sepeda motor di Kecamatan Banjarbaru Utara ?
2. Bagaimana pengalaman masyarakat dalam menggunakan pembiayaan Syariah untuk pembelian sepeda motor di Kecamatan Banjarbaru Utara?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan dan memahami preferensi masyarakat dalam memilih pembiayaan syariah pada pembelian sepeda motor di Kecamatan Banjarbaru Utara.

2. Menggali dan menganalisis pengalaman masyarakat dalam menggunakan pembiayaan syariah pada pembelian sepeda motor di Kecamatan Banjarbaru Utara.

D. Signifikansi Penelitian

1. Teoritis

Memberikan kontribusi konseptual terhadap pengembangan kajian ekonomi dan keuangan syariah, khususnya dalam memahami dinamika preferensi serta pengalaman masyarakat dalam menggunakan pembiayaan syariah pada pembelian sepeda motor. Temuan penelitian ini berpotensi memperluas pemahaman mengenai perilaku konsumen dalam perspektif ekonomi Islam, terutama terkait bagaimana nilai-nilai religius, tingkat literasi keuangan, serta pengalaman interaksi layanan memengaruhi pembentukan preferensi terhadap produk pembiayaan syariah. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan akademik bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji fenomena serupa pada konteks wilayah maupun karakteristik masyarakat yang berbeda.

2. Praktis

memberikan masukan yang konstruktif bagi lembaga pembiayaan syariah dalam merumuskan kebijakan dan strategi pengembangan produk yang lebih responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Informasi mengenai pertimbangan preferensi dan pengalaman penggunaan pembiayaan syariah dapat dimanfaatkan sebagai dasar evaluasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan, kejelasan informasi akad, serta efektivitas komunikasi produk

kepada calon nasabah. Dengan demikian, lembaga pembiayaan syariah dapat mengoptimalkan pendekatan yang lebih adaptif dan berorientasi pada kepuasan serta kepercayaan masyarakat.

3. Bagi Masyarakat

memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai mekanisme dan praktik pembiayaan syariah dalam pembelian sepeda motor. Uraian mengenai pengalaman pengguna serta faktor-faktor yang memengaruhi preferensi diharapkan dapat menjadi sumber informasi yang relevan dalam proses pengambilan keputusan. Dengan meningkatnya pemahaman tersebut, masyarakat dapat mempertimbangkan pilihan pembiayaan secara lebih kritis dan rasional, sekaligus menyesuaikannya dengan kebutuhan ekonomi dan nilai-nilai yang dianut.

E. Definisi Operasional

1. Preferensi Masyarakat

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Preferensi adalah (hak untuk) didahulukan dan diutamakan daripada yang lain. Sedangkan Kosumen ialah pemakai barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dan sebagainya). Dalam konteks penelitian ini,preferensi konsumen diartikan sebagai kecenderungan atau pilihan individu dalam menentukan produk pembiayaan yang dianggap paling sesuai dengan kebutuhan, nilai, dan keyakinan yang dimiliki. Sehingga preferensi tidak hanya dimaknai sebagai keputusan akhir dalam memilih suatu lembaga pembiayaan, tetapi sebagai proses pertimbangan yang melibatkan aspek religiusitas, persepsi

terhadap prinsip syariah, pemahaman terhadap akad pembiayaan seperti murabahah, penilaian terhadap sistem margin dibandingkan bunga, serta faktor kemudahan prosedur dan kualitas pelayanan yang diterima (Gary Amstrong, 2014, hal. 157). Penelitian berfokus pada bagaimana masyarakat di Kecamatan Banjarbaru Utara, Kota Banjarbaru, Provinsi Kalimantan Selatan, membentuk kecenderungan pilihan mereka terhadap pembiayaan syariah dalam pembelian sepeda motor berdasarkan kebutuhan ekonomi, nilai keagamaan, serta pengalaman sosial yang memengaruhi proses pengambilan keputusan tersebut.

2. Pengalaman Masyarakat

Pengalaman masyarakat dalam penelitian ini dipahami sebagai keseluruhan proses yang dialami individu sejak tahap pengajuan hingga menjalani kewajiban pembayaran pembiayaan syariah untuk pembelian sepeda motor, yang mencakup persepsi terhadap prosedur administrasi, kejelasan informasi mengenai akad dan margin, transparansi hak serta kewajiban, hingga kualitas pelayanan yang diterima selama masa pembiayaan berlangsung. Pengalaman tersebut tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis, tetapi juga menyentuh dimensi subjektif seperti rasa percaya, kenyamanan, serta penilaian terhadap kesesuaian praktik pembiayaan dengan prinsip-prinsip syariah yang diyakini, karena dalam kajian perilaku konsumen pengalaman penggunaan suatu layanan akan

memengaruhi cara individu mengevaluasi dan memaknai layanan tersebut pada masa berikutnya (Leon Schiffman, 2015, hal. 398)

3. Pembiayaan Syariah

Yang dimaksud dengan pembiayaan syariah adalah pembiayaan kendaraan bermotor dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah, tanpa menggunakan sistem bunga, dan menghindari unsur riba, gharar (ketidakpastian), serta maisir (judi). Akad yang umum digunakan adalah murabahah, yaitu transaksi jual beli di mana harga pokok dan margin keuntungan diketahui dan disepakati di awal (Antonio, 2001, hal. 160)

F. Sistematika Penulisan

1. BAB I – Pendahuluan

Bab ini terdiri dari latar belakang yang memaparkan alasan mengapa penelitian ini layak diteliti, perumusan masalah merupakan deskripsi dari masalah yang diteliti. Dalam bab ini juga memuat tujuan penelitian, signifikasi penelitian, definisi operasional dan sistematika penulisan.

2. BAB II – Landasan Teori

Bab ini memuat kajian teori tentang preferensi konsumen, keputusan konsumen, pembiayaan Syariah, dan juga memuat kajian terdahulu yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, serta memuat kerangka pikir yang Menyusun alur logika berpikir peneliti berdasarkan teori dan data sebelumnya sehingga memperjelas arah dan fokus penelitian.

3. BAB III – Metode Penelitian

Bab ini terdiri dari Jenis dan Pendekatan Penelitian yang menjelaskan bahwa penelitian ini bersifat kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Tujuannya adalah untuk menggali makna dan alasan di balik keputusan konsumen dalam memilih pembiayaan syariah. Bab ini juga memuat lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, Teknik analisis data, dan tahapan penelitian.

4. BAB IV Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini menyajikan hasil penelitian mengenenai "Preferensi dan Pengalaman Masyarakat dalam Memilih Pembiayaan Syariah terhadap Pembelian Sepeda Motor (Studi pada Kecamatan Banjarbaru Utara)"

5. BAB V Penutup

Bab ini memuat kesimpulan yang ditarik dari hasil penelitian yang telah diperoleh serta menyajikan saran-saran yang disusun berdasarkan penemuan penelitian