

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini, jejaring *online* untuk kebutuhan informasi mudah dicari melalui fitur *Google*, kebutuhan informasi yang dicari masyarakat tentunya beragam dari mulai mencari hiburan, informasi teknis, dan kajian yang bersifat keagamaan, budaya tersebut muncul saat ini di masyarakat banyak tokoh-tokoh agama juga yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana mereka dalam menyebarkan kajian agama terutama agama Islam.

Pembahasan tersebut karena *culture* masyarakat Indonesia di dominasi oleh individu yang beragama Islam, media sosial memberikan setiap informasi yang meliputi berbagai macam pembahasan yang sedang diperbincangkan oleh masyarakat maupun sebuah pro dan kontra terkait setiap kebijakan yang memiliki kaitan dengan keagamaan Islam.

Salah satu kaitan tersebut meliputi kebijakan Bank, beberapa Bank di Indonesia dianggap riba oleh masyarakat, namun masyarakat itu pun tak jarang ada yang membutuhkan jasa Bank, beberapa masyarakat juga mencoba membahas kebijakan yang ditetapkan oleh Bank seperti secara umum kebijakan yang dikeluarkan adalah bunga angsuran, dalam islam yang diketahui kebijakan tersebut bersifat riba secara keagamaan, namun pembahasan ini tak kunjung habis di berbagai kalangan masyarakat. Dari sisi kehidupan masyarakat memerlukan kebutuhan untuk melakukan

peminjaman apabila ekonomi individu sedang dalam keadaan darurat.

Dari fenomena tersebut munculah sebuah perusahaan Bank yang menggunakan metode syariah, Nama perusahaan tersebut adalah Bank Syariah Indonesia merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga kepada nasabah, imbalan yang diterima oleh bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah bergantung pada akad dan perjanjian antara nasabah dan bank.

Perjanjian (akad) yang terdapat di perbankan syariah harus tunduk pada syarat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam syariah Islam. Menurut Undang Undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah (BUS), unit usaha syariah (UUS), dan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS). Persaingan bisnis dalam hal simpanan dan peminjaman dana semakin beragam, ada banyak perusahaan yang muncul, tapi tidak mampu bertahan lama ada pula yang mampu bertahan lama, bagi yang tidak mampu bertahan lama jika memungkinkan antar perusahaan melakukan koordinasi dengan cara merger, di Indonesia ada banyak perusahaan yang merger salah satunya Bank Syariah Indonesia yang terdiri dari beberapa Bank Syariah

BUMN diantaranya Bank BRI Syariah, Bank Mandiri Syariah serta Bank BNI Syariah.

Peneliti memfokuskan pada salah satu Bank yaitu BSI untuk mengenal lebih dalam tanggapan dari setiap Nasabahnya khususnya masyarakat Cianjur dengan dikaitkan dari unsur unsur keagamaan Islam, timbulnya konflik antara hukum keagamaan dengan Negara menyulutkan pendapat setiap kalangan masyarakat.

Laporan peneliti ini dilakukan melalui Pra-survey awal kepada 30 responden Nasabah Bank Syariah. Pra Survey pertama akan membahas mengenai kondisi religiulitas pada kebijakan Bank BSI dengan norma-norma keagamaan yang sudah ditetapkan secara Islam, sebagai berikut.

Table 1.1
Hasil Pra-Survey Mengenai Religiusitas
(N=30)

| No | Pernyataan | Ya (%) | Tidak (%) |
|----|---|----------|-----------|
| 1 | Saya mempercayai bekerja sama dengan Bank bersifat riba | 17 (57%) | 13 (43%) |
| 2 | Dalam budaya Agama Islam tidak diperbolehkan menggunakan jasa Bank | 20 (67%) | 10 (33%) |
| 3 | Saya merasa Bank cenderung bersifat haram | 18 (60%) | 12 (40%) |
| 4 | Saya teguh pada pendirian mengenai ajaran Islam terkait dengan Bank | 12 (40%) | 18 (60%) |
| 5 | Saya menolak kerja sama dengan Bank atas dasar pengetahuan Islam | 16 (53%) | 14 (47%) |

Sumber: Pra Suvery Nasabah Bank BSI, 2022.

Pada pra-survey yang dilakukan, peneliti memperoleh hasil bahwa pada pernyataan “Dalam budaya Agama Islam tidak diperbolehkan menggunakan jasa Bank” setiap unsur yang sudah diimplikasikan dalam teori religious dengan menuahkannya di dalam pernyataan kepada responden telah hasil yang cenderung menimbulkan sebuah pro dan kontra pada dimensi “Ritual Keagamaan” Hal tersebut dikarenakan dalam islam, tidak boleh melakukan transaksi yang bersifat ada bunga dari kesepakatan, persepsi tersebut dalam beberapa kaidah dapat disimpulkan bahwa sistem pelayanan yang dilakukan oleh Bank dengan kategorisasi Syariah pun masih dianggap riba, karena ketentuan yang berlaku dapat merugikan satu pihak seiring lama kerja sama yang dilakukan antara nasabah dengan pihak Bank.

Menurut Yanuarti (Yanuarti, 2018:24) , Istilah religiusitas (*religiosity*) berasal dari bahasa Inggris “*religion*” yang berarti agama, kemudian menjadi kata sifat “*religios*” yang berarti agamis atau saleh. “*Religi*” berarti kepercayaan kepada Tuhan, kepercayaan adanya kekuatan diatas manusia. Religiusitas merupakan bagian dari karakteristik pribadi seseorang yang dengan sendiri menggambarkan personalitas sebagai internalisasi nilai-nilai religiusitas secara utuh yang diperoleh dari sosialisasi nilai religius disepanjang kehidupannya. Dengan demikian, kalau seseorang religius semestinya personalitas dan kepribadiannya menggambarkan bangunan integral dari dirinya, yang akan nampak pada wawasan, motivasi, cara berfikir, sikap, perilaku dan tingkat kepuasan pada dirinya yang merupakan hasil dari organisasi sistem psikofisiknya.

Selanjutnya Pra-survey yang kedua dibagikan juga kepada 30 responden Nasabah Bank Syariah. Pra-Survey kedua akan membahas mengenai kondisi kelompok referensi atas kebijakan dari Bank BSI yang dikaitkan dengan norma-norma keagamaan yang sudah ditetapkan secara Islam, sebagai berikut.

Table 1.2
Hasil Pra-Survey Mengenai Kelompok Referensi
(N=30)

| No | Pernyataan | Ya (%) | Tidak (%) |
|----|--|----------|-----------|
| 1 | Kesesuaian persepsi sosial secara positif mengenai kebijakan pada transaksi Bank | 12 (40%) | 18 (60%) |
| 2 | Kesesuaian nilai-nilai agama yang diberlakukan oleh Bank Syariah berada pada jalur fungsinya | 10 (33%) | 20 (67%) |
| 3 | Informasi yang diberikan sesuai dengan norma agama | 8 (17%) | 22 (73%) |

Sumber: Pra Suvery Nasabah Bank BSI, 2022.

Pada pra-survey yang dilakukan, peneliti memperoleh hasil bahwa pada pernyataan “Informasi yang diberikan sesuai dengan norma agama”. Setiap unsur yang sudah diimplikasikan dalam teori kelompok referensi yang buat pernyataan telah menemui hasil yang cenderung masih menimbulkan pandangan yang negatif, secara teori kelompok referensi pada point yang cenderung menimbulkan masalah ada pada dimensi “Pengaruh Informasi” Hal tersebut dikarenakan pengetahuan masyarakat akan ketentuan dari Bank Syariah yang masih pro dan kontra bagi pandangan masyarakat yang dikaitkan dengan ketentuan keagamaan..

Menurut Hafidz et al, (2019:1) *Reference group is any person or group that is considered as a comparison and reference that forms general or specific values in behavior.* Dapat diartikan “Kelompok Referensi adalah setiap orang atau kelompok

yang dianggap sebagai pembanding dan acuan yang membentuk nilai-nilai umum atau khusus dalam perilaku”.

Pra-survey terakhir dibagikan juga kepada 30 responden Nasabah Bank Syariah. Pra Survey ketiga akan membahas mengenai klasifikasi keputusan menabung mereka pada penggunaan kerja sama dengan Bank Syariah yang juga dikaitkan pada norma-norma keagamaan yang sudah ditetapkan secara Islam, sebagai berikut.

Table 1.3
Hasil Pra-Survey Mengenai Keputusan Menabung
(N=30)

| No | Pernyataan | Ya (%) | Tidak (%) |
|----|--|----------|-----------|
| 1 | Kesesuaian bentuk pelayanan Bank yang sesuai dengan norma Agama | 13 (43%) | 17 (57%) |
| 2 | Kesesuaian program yang ditetapkan menjadi pilihan utama bagi masyarakat | 8 (27%) | 22 (73%) |
| 3 | Kesesuaian bentuk peminjaman yang ditawarkan sesuai dengan nilai keagamaan | 14 (47%) | 16 (53%) |

Sumber: Pra Suvery Nasabah Bank BSI, 2022.

Pada pra-survey yang dilakukan, peneliti memperoleh hasil bahwa pada pernyataan “Kesesuaian program yang ditetapkan menjadi pilihan utama bagi masyarakat” setiap unsur pernyataan yang sudah diimplikasikan pada survey sementara dalam teori keputusan Menabung telah menemui hasil yang cenderung keputusan Nasabah pada saat akan menabung di Bank Syariah ada dalam dimensi “Alternatif” Hal tersebut dikarenakan beberapa masyarakat khususnya merasa

yakin dengan kebijakan tanpa bunga yang diberlakukan sesuai dengan Norma-Norma keagamaan.

Menurut (Kotler dan Armstrong, 2008) “*Decision is a process approach to problem solving which consists of identifying the problem, seeking information, researching alternatives, making buying decisions and consumer behavior after buying*”. Keputusan adalah sebuah proses pendekatan terhadap penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penelitian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen.

Berdasarkan kondisi lapangan yang ditemukan maka permasalahan ada pada keputusan Menabung yang didasari oleh kebutuhan ekonomi dan memaksa beberapa masyarakat menyampingkan beberapa aspek norma keagamaan, sehingga menimbulkan respon dari beberapa kalangan masyarakat yang cenderung negatif.

Penyebab timbulnya permasalahan tersebut dikarenakan situasi budaya religiulitas pada Negara Indonesia mayoritas masyarakatnya adalah beragama Islam. Dalam Islam kita diajarkan untuk tidak melakukan transaksi yang bersifat riba seperti cicilan yang menggunakan bunga, hal tersebut karena menguntukan pihak lain yang menawarkan jasa mereka untuk merapu keuntungan berlipat, kebijakan tersebut menjadi pro dan kontra karena tak jarang masyarakat yang rela menggadaikan sertifikat tanah dan sejenisnya guna memperbaiki kondisi ekonomi yang menjadi tokoh utama.

Bank Syariah mencoba memberikan edukasi kepada masyarakat agar menilai sistem transaksi yang ditawarkan sudah tidak melanggar norma-norma keagamaan, namun hal itu sulit untuk disebar luaskan, karena kelompok dunia maya memiliki pengaruh dalam dunia yang sudah serba jejaring *online*, keyakinan masyarakat dan tanggapan masyarakat ada dari penglihatan dan pengetahuan mereka akan suatu pembahasan yang dianggap viral dalam media sosial dan belum menemukan titik temu antara kebijakan Bank Syariah dengan norma-norma keagamaan.

Dari uraian latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Religiusitas dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi pada Bank Syariah Indonesia KCP Sumedang Tanjungsari).**

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut :

1. Dalam variabel religiusitas ritual keagamaan yang dikaitkan dengan Bank Syariah tidak sesuai dengan budaya Indonesia yang masyarakatnya cenderung beragama islam sehingga menimbulkan pro dan kontra dalam lingkup masyarakat mengenai sisi religiusitas dengan kebijakan Bank.
2. Dalam variabel kelompok referensi pengaruh informasi yang diketahui oleh setiap Nasabah mengenai kebijakan yang diberlakukan oleh Bank Syariah

masih bersifat pro dan kontra dan melanggar norma-norma keagamaan terutama Agama Islam.

3. Dalam variabel keputusan menabung, masyarakat menjadi tidak yakin akan kesesuaian kebijakan Bank dengan Nasabah dalam aspek kerja sama keuangan yang cenderung masih membelok dengan norma-norma keagamaan.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut maka permasalahan yang akan diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai Reliugisitas pada Bank Syariah Indonesia
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai Kelompok Referensi pada Bank Syariah Indonesia
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai keputusan menabung pada Bank Syariah Indonesia.
4. Bagaimana pengaruh Religiusitas dan kelompok referensi, terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia baik secara persial maupun simultan.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini adalah dimaksudkan untuk memperoleh data dan informasi serta mengetahui seberapa besar pengaruh Religiusitas dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia yang akan digunakan dalam rangka penyusunan penelitian.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Religiusitas pada Bank Syariah Indonesia.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Kelompok Referensi di Bank Syariah Indonesia
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh Religiusitas dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan menabung baik secara persial maupun simultan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan teori dan memperkuat materi tentang strategi pemasaran, selain itu juga untuk menambah wawasan bagi ilmu pengetahuan.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan wawasan, sekaligus dapat menerapkan teori-teori dan konsep yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang diperoleh dari perkuliahan, khususnya mengenai Religiusitas dan Kelompok Referensi, terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia.

1. Bagi Penulis atau Peneliti

Penelitian ini merupakan salah satu bukti bahwa peneliti telah dapat menerapkan ilmu-ilmu berupa teori-teori yang didapatkan selama penulis menempuh kuliah ke dalam praktek sekaligus sebagai ajang menggali tambahan pengetahuan di lapangan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan manajemen terutama dalam manajemen pemasaran.

2. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi peneliti lain sebagai bahan masukan dan penelitian berikutnya dan dapat menambah wawasan pengetahuan tentang Religiusitas dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Menabung .

3. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi khasanah perpustakaan Universitas Komputer Indonesia serta memberikan referensi bagi seluruh mahasiswa dan kalangan akademisi yang ingin mempelajari masalah yang berhubungan dengan manajemen khususnya manajemen pemasaran. Serta sebagai suatu hasil karya yang dapat dijadikan sebagai bahan wacana dan Pustaka bagi mahasiswa atau kalangan akademisi yang memiliki ketertarikan meneliti di bidang yang sama.

