

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

UMKM telah menjadi tulang punggung bagi perekonomian Indonesia dan memiliki proporsi sebesar 99,9% dari total 56,74 juta unit pelaku usaha di Indonesia (Marta, 2016). Di balik perkembangan UMKM, “adapun permasalahan atau kendala yang harus dihadapi oleh pelaku usaha seperti, kekurangan akses modal, jaringan usaha yang lemah serta terbatasnya sarana dan prasarana” (Hafsah, 2004). Permasalahan tersebut, dapat diatasi dengan dukungan perbankan dalam menyalurkan dana terhadap pelaku UMKM. Namun sekitar 60-70% pelaku UMKM belum mempunyai akses pembiayaan melalui perbankan (ekonomi.kompas.com).

Perbankan seperti bank konvensional ataupun bank syariah merupakan penyalur dana bagi pelaku usaha khususnya pelaku UMKM. Namun bank konvensional menyediakan biaya tambahan atau bunga pada tiap transaksinya hal ini merupakan salah satu yang diharamkan oleh agama Islam. Mengingat bahwa 85% penduduk Indonesia adalah mayoritas beragama Islam (Republika.co.id, 2017). Bank syariah sebagai salah satu solusi untuk menghadapi permasalahan tersebut. Sebagaimana “Menurut Muhammad Ayyub (2007) tujuan dari bank syariah yaitu dapat menciptakan kesejahteraan pelaku usaha mikro, dapat mengurangi adanya kesenjangan kepemilikan harta dan menyatukan antara kegiatan ekonomi dengan agama”. Salah satu produk bank syariah yaitu produk pembiayaan mikro yang dijadikan sebagai wadah untuk menyalurkan dana bagi pelaku usaha.

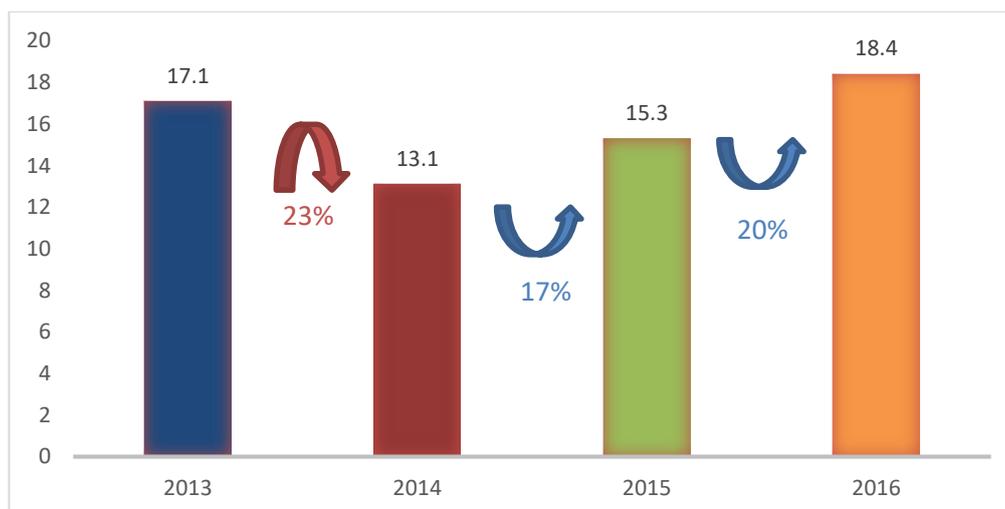
Penyaluran dana untuk pembiayaan baik usaha mikro ataupun pembiayaan lainnya dapat dibuktikan dengan adanya masyarakat yang mulai menggunakan pembiayaan di bank syariah. Minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah dapat dilihat dari jumlah nasabah yang telah menggunakan pembiayaan ataupun menghimpun dana. Berikut data nasabah pembiayaan dan Dana Pihak Ketiga:

Tabel 1. 1 Data Nasabah pembiayaan dan Dana Pihak Ketiga

Tahun	Jumlah Nasabah Bank Syariah (dalam jutaan jiwa)
2013	17,1 juta
2014	13,1 juta
2015	15,3 juta
2016	18,4 juta

Sumber: Ipot News, 2016

Berdasarkan Tabel 1.1 bahwa data nasabah pembiayaan dan DPK dari Tahun 2013-2017 sudah memperlihatkan bahwa adanya minat dari masyarakat untuk menggunakan bank syariah. Berikut adapun presentase yang dapat dilihat dari grafik di bawah ini:

**Gambar 1. 1**

Data Jumlah Nasabah Pembiayaan Dan DPK Perbankan Syariah (dalam jutaan)

Sumber: Ipot News, 2016

Berdasarkan Gambar 1.1 bahwa jumlah nasabah bank syariah hingga Tahun 2016 masih sangat sedikit, serta adanya penurunan jumlah nasabah dari Tahun 2013 ke Tahun 2014 sebesar 23%, mengingat bahwa mayoritas 85% penduduk Indonesia adalah beragama islam, maka hal itu sangat disayangkan. Adapun penyebab masih sedikitnya minat masyarakat terhadap bank syariah seperti, sosialisasi bank syariah

Yulita Puspitasari, 2017

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH DALAM MEMILIH PEMBIAYAAN MIKRO

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

yang minim sehingga kurangnya minat masyarakat, banyaknya anggapan bank syariah sama seperti bank konvensional dan umur bank syariah yang masih cukup muda sehingga belum sepenuhnya menumbuhkan kepercayaan masyarakat untuk menggunakan bank syariah (Yoga, 2016).

Banyaknya penduduk di Indonesia, memunculkan adanya kompetisi antara bank syariah dan bank konvensional. Kompetisi ini berkaitan dengan jumlah nasabah yang melakukan transaksi pada bank tertentu, berikut salah satu tanggapan adanya kompetisi:

Menurut Abhimantra, Maulina dan Agustianingsih (2013) kompetisi dilakukan untuk menarik minat masyarakat dalam melakukan pembiayaan ataupun menghimpun dananya untuk memilih melakukan pembiayaan yang sesuai dengan kriteria atau syarat yang diinginkan.

Kompetisi ini sudah terlihat dari beralihnya nasabah bank konvensional kepada bank syariah. Penelitian Alkatiry (2015) mengemukakan bahwa adanya nasabah yang beralih ke bank syariah dari bank konvensional dengan adanya pola pembiayaan, nisbah serta bertambahnya jumlah kantor bank syariah. Menurut Mukhamad Najib (2009), Pursetyaningsih (2008) dan Gerrad & Cunningham (2004) bahwa nasabah beralih ke bank lain karena kesesuaian nilai yang dianut, lokasi yang strategis, kualitas layanan, pengalaman masa lalu dan kebiasaan nasabah menggunakan produk baru.

Allah SWT juga menjelaskan dalam surat dibawah ini, di mana sebagai umat muslim hendaknya menggunakan segala bentuk muamalah dengan mengikuti prinsip-prinsip syariah dan meninggalkan segala bentuk muamalah yang mengandung riba, karena riba merupakan suatu hal yang diharamkan.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ۚ ۲۷۸
فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِن تُبْتِغُوا فَلَئِمَّ رُءُوسُ ءَأْمُولِكُمْ
لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ۚ ۲۷۹

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.” (QS. Al-Baqarah:278-279)

Isi dari kandungan tersebut jika dikaitkan dengan penelitian ini, bahwa jika orang yang beriman kepada Allah akan meninggalkan sesuatu yang berhubungan dengan riba (bank konvensional) dan jika tidak beralih maka Allah akan memusuhi orang tersebut. Apabila ia sudah meninggalkan riba maka Allah SWT akan memberikan harta bagi orang tersebut.

Sehubungan dengan permasalahan atau pendapat dari penelitian sebelumnya, bahwa manusia dilatarbelakangi oleh minat yang mendorong terjadinya kegiatan muamalah, seperti yang dikemukakan oleh “Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula (2006) bahwa terdapat pembagian segmen pasar syariah untuk mempengaruhi nasabah diantaranya seperti pasar rasional, pasar emosional dan pasar spiritual”. Pasar tersebut membentuk faktor-faktor yang dapat dijadikan sebagai alasan adanya kumpulan nasabah yang datang ke bank syariah. Berikut adalah faktor-faktor yang ada pada tiga segmen pasar pada perbankan:

1. Pasar rasional sendiri dilihat dari faktor perbedaan harga dan kualitas pelayanan.
2. Pasar emosional menggunakan pertimbangan faktor kehalalan dan keharaman dalam penggunaan suatu produknya.
3. Pasar spiritual menggunakan faktor panggilan hati nurani untuk menggunakan sesuatu sesuai dengan keyakinan yang dianut (Kartajaya & Sula, 2006).

Setelah memaparkan beberapa pembahasan diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian di bank BRI Syariah sebagaimana merupakan salah satu bank syariah di Indonesia. Adapun alasan peneliti memilih bank BRI Syariah dibandingkan dengan bank syariah lainnya. Keunggulan BRI Syariah jika dibandingkan dengan bank syariah lain seperti BNI Syariah dan Bank Mandiri Syariah dapat dilihat dari harga pembiayaan yang kompetitif dan proses pencairan yang cepat. Dilihat dari beberapa keunggulan tersebut dapat menarik minat masyarakat untuk melakukan pembiayaan di BRI Syariah.

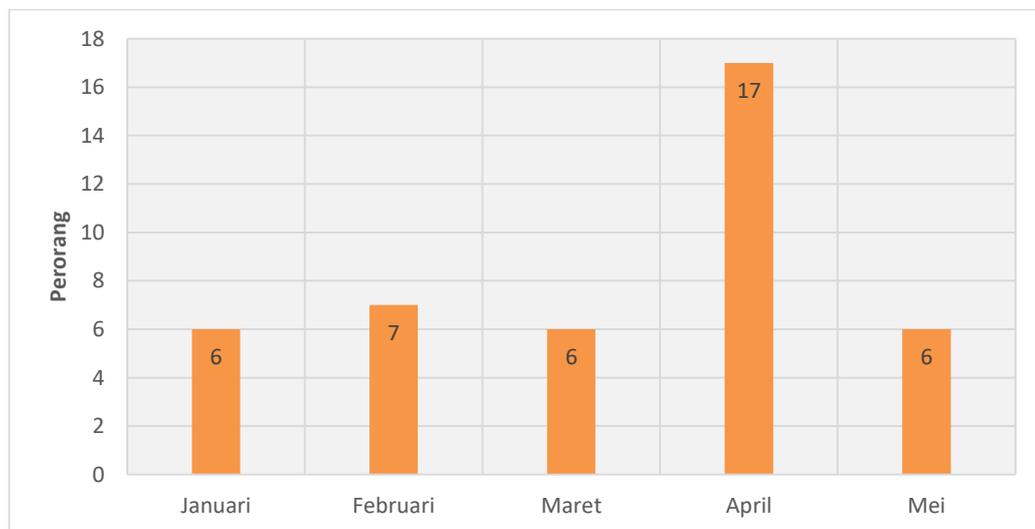
Peneliti mengambil salah satu cabang pembantu dari BRI Syariah yaitu BRI Syariah KCP Cimahi, menunjukkan adanya minat nasabah mikro. Berikut data nasabah mikro BRI Syariah KCP Cimahi:

Tabel 1. 2 Data Nasabah Mikro BRI Syariah KCP Cimahi

Total Nasabah	Nasabah Lama	Nasabah Baru
207 nasabah	165 nasabah	42 nasabah

Sumber: BRI Syariah KCP Cimahi (2017)

Berdasarkan Tabel 1.2 bahwa terdapat 165 nasabah lama kemudian bertambah 42 nasabah baru sehingga total nasabah bank BRI Syariah KCP Cimahi adalah 207 nasabah. Adapun data jumlah nasabah baru dari bulan Januari hingga Mei Tahun 2017 di BRI Syariah KCP Cimahi:

**Gambar 1. 2****Data Nasabah Baru**

Sumber: BRI Syariah KCP Cimahi (2017)

Berdasarkan Gambar 1.2 di atas dapat menjelaskan bahwa minat nasabah pada BRI Syariah masih sedikit dan terbilang fluktuatif, maka dari itu peneliti ingin mencari informasi mengenai alasan minatnya nasabah memilih menggunakan pembiayaan di bank BRI Syariah KCP Cimahi. Sebagaimana menurut Hermawan Kartajaya Syakir Sula bahwa adanya pembagian segmen pasar seperti rasional, emosional dan spritual dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih bank.

Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan diteliti. Penelitian memperkuat bahwa faktor rasional yang dijadikan sebagai salah satu alasan nasabah memilih bank tertentu yaitu dari Ghozali Maski (2010)

Yulita Puspitasari, 2017

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH DALAM MEMILIH PEMBIAYAAN MIKRO

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

menyatakan bahwa karakteristik bank, kualitas pelayanan serta kepercayaan pada bank, adanya pengetahuan informasi pada bank syariah dapat membuat nasabah memilih atau tidaknya bank syariah tertentu. Penelitian tersebut sama seperti penelitian Diah Wahyuningsih (2014) bahwa faktor kepercayaan, faktor keuntungan serta adanya kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank dapat membuat nasabah tertarik untuk memilih bank tertentu. R. Ery Wibowo (2015) meneliti bahwa alasan nasabah seperti pengusaha mengambil pembiayaan atau bertransaksi di bank syariah yaitu karena motif keuntungan usaha atau berpikir secara rasional.

Selain penelitian mengenai faktor rasional, peneliti juga menemukan beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan faktor emosional. Pertama M.R. Hirmawan (2015) menyebutkan bahwa hasil penelitiannya menunjukkan faktor keyakinan atau religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih suatu bank, dengan ini maka nasabah juga memperhatikan faktor keislamiannya (emosional) bukan hanya berpikir rasional. Selanjutnya Lilis Yulianti (2011) adanya atribut produk islami juga dapat membuat nasabah tertarik menggunakan transaksi di bank syariah, buktinya karena bank syariah mampu memakmurkan nasabah serta adanya jaminan kehalalan suatu produk yang disediakan oleh bank syariah. Iqbal (2016) menyatakan motif emosional lebih dominan dibanding motif rasional.

Penelitian faktor spiritual juga telah ditemukan oleh penulis, yaitu penelitian dari Khafiatul Hasanah (2016) menggunakan *spiritual marketing* dalam memasarkan dapat membantu menarik minat nasabah, seperti membawa masalah dan ketenangan hati ketika melakukan kegiatan yang sesuai dengan ajaran Allah, serta selain dengan keuntungan yang diraih namun juga bersifat mengangkat derajat hidup manusia. Kemudian Endang Sulistya Rini (2015) mengemukakan bahwa kepuasan suatu nasabah dalam dipengaruhi oleh faktor spiritual seperti beretika atau berakhlak baik serta menjunjung tinggi kejujuran dan transparansi perhitungan pembiayaan. Sama halnya dengan penelitian Setiyarini Triana (2009) bahwa dengan adanya nilai spiritual akan mengikat lebih kuat hubungan kekeluargaan antara nasabah dan pihak bank dan mendorong adanya ikatan batin sehingga akan

mendorong hubungan jangka panjang sehingga nasabah tetap menggunakan transaksi di bank syariah tertentu.

Berdasarkan permasalahan dan penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik untuk meneliti atau menganalisis faktor apa saja yang dijadikan sebagai alasan nasabah berminat mengambil pembiayaan dan faktor apa yang paling dominan yang di BRI Syariah KCP Cimahi. Maka penelitian ini mengambil judul ***Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Mikro (Studi Kasus: BRI Syariah KCP Cimahi).***

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti akan mengidentifikasi permasalahan yang terjadi di BRI Syariah KCP Cimahi, permasalahan ditemukan pada saat pra penelitian yaitu tingkat minat nasabah yang masih sedikit dan terbilang fluktuatif dalam mengambil produk pembiayaan mikro di BRI Syariah KCP Cimahi.

Adapun permasalahan yang muncul di luar pra penelitian yaitu:

1. Kendala dari usaha mikro terutama akses modal (Hafsah, 2004).
2. Sekitar 60-70% pelaku usaha belum memiliki akses pembiayaan dari perbankan (ekonomi.kompas.com).
3. Jumlah nasabah pembiayaan dan DPK mengalami penurunan Tahun 2014 (statistik perbankan syariah, 2017).
4. Masalah pandangan masyarakat mengenai bank syariah (Yoga,2016).
5. Kompetisi bank konvensional dan bank syariah dapat mempengaruhi minat masyarakat terutama pelaku usaha (Abhimantra, Maulina, & Agustianingsih, 2013).
6. Adanya nasabah yang beralih ke bank syariah dari bank konvensional dengan adanya pola pembiayaan, nisbah serta bertambahnya jumlah kantor bank syariah (Alkatiry, 2013)
7. Adanya nasabah beralih ke bank lain karena kesesuaian nilai yang dianut, lokasi yang strategis, kualitas layanan, pengalaman masa lalu dan kebiasaan nasabah menggunakan produk baru. Mukhamad Najib (2009), Pursetyaningsih (2008) dan Gerrad & Cunningham (2004)

8. Masih dominannya pengusaha memilih pembiayaan di bank syariah karena motif rasional sedangkan nilai religiusitas tidak mempengaruhi sikap dari pengusaha (Wibowo & Hardiwinoro, 2015).
9. Pasar spiritual lebih kecil dibanding pasar rasional dan emosional (Karim & Zakaria Afif, *Islamic Banking Customer Behaviour in Indonesia: A Quantitative Approach*, 2006).

Dari identifikasi yang peneliti tulis, maka peneliti akan memberikan batasan permasalahan yaitu menganalisis faktor pada segmen pasar mana yang dijadikan alasan minatnya nasabah mengambil pembiayaan mikro di BRI Syariah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah maka peneliti mengemukakan beberapa rumusan masalah yang akan dibahas di penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana kondisi pasar rasional, pasar emosional, pasar spiritual dan minat nasabah dalam memilih pembiayaan mikro di BRI Syariah KCP Cimahi?
2. Apakah pasar rasional berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan mikro di BRI Syariah KCP Cimahi?
3. Apakah pasar emosional berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan mikro di BRI Syariah KCP Cimahi?
4. Apakah pasar spiritual berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan mikro di BRI Syariah KCP Cimahi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dipaparkan oleh peneliti untuk mengatasi masalah di atas adalah untuk mengetahui faktor yang dijadikan alasan minatnya nasabah mengambil pembiayaan mikro di BRI Syariah KCP Cimahi dan mengetahui faktor pada segmen pasar yang paling dominan yang dijadikan sebagai alasan minatnya nasabah mikro.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik bersifat teoritis dan praktis. Manfaat teoritis yang didapatkan yaitu untuk menambah atau memperluas khasanah keilmuan, khususnya pada kajian manajemen pemasaran

perbankan Islam. Ilmu syariah tersebut dapat digunakan dalam kegiatan ekonomi, sehingga dapat dijadikan sebagai rujukan atau referensi para peneliti selanjutnya.

Kemudian adapun manfaat praktis yang bermanfaat untuk menambah informasi terkait dengan faktor yang menjadi alasan minatnya nasabah mengambil pembiayaan mikro di BRI Syariah

