

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Masyarakat di negara maju dan berkembang sangat membutuhkan bank sebagai tempat untuk melakukan transaksi keuangan. Mereka menganggap bank merupakan lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan. Aktivitas keuangan yang sering dilakukan yaitu aktivitas menyimpan dan menyalurkan dana (Ismail, Perbankan Syariah 2007).

Dunia perbankan sangat penting bagi perekonomian di Indonesia, sehingga ada anggapan bahwa bank merupakan nyawa untuk menggerakkan roda perekonomian suatu negara, tetapi “roda” perbankan tidak dapat berjalan dengan baik apabila tidak didukung dengan adanya nasabah. Bank sebagai suatu lembaga keuangan yang memiliki salah satu fungsi yaitu meningkatkan produktivitas dana yang ada dan meningkatkan daya guna barang. Berdasarkan prinsip operasinya umumnya bentuk bank terbagi menjadi dua yaitu bank konvensional dan bank syariah, di mana keduanya memiliki kesamaan dalam menjalankan fungsi bank (menghimpun dana, mengelola dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat umum dalam bentuk pinjaman atau kredit) (Antoni 2011).

Dalam bank konvensional penentuan harga selalu didasarkan dengan bunga sedangkan bank syariah didasarkan pada konsep Islam yang kerjasamanya dalam skema bagi hasil baik untung maupun rugi. Tujuan utama bank syariah adalah sebagai upaya kaum muslimin untuk mendasari segenap aspek kehidupan ekonomi berdasarkan landasan Al-Qur'an dan as-sunnah dan keduanya memiliki perbedaan dalam hal sistem balas jasa yang diberikan kepada para nasabah. Dengan berpegangan pada prinsip-prinsip balas jasanya masing-masing kedua sistem perbankan ini bersaing bebas dalam pasar uang di mana jutaan nasabah diperebutkan dengan

berbagai strategi bisnis perbankan syariah tidak hanya dilakukan oleh bank-bank yang murni berbasis syariah tetapi hampir seluruh bank konvensional juga membuka bisnis perbankan syariah ini, bank syariah menggunakan prinsip keadilan, keseimbangan dan kemaslahatan (Al-Jambi 2006).

Istilah bank dalam Al-Qur'an tidak di sebutkan secara eksplisit, tetapi jika yang di maksud adalah sesuatu yang terdapat unsur-unsur seperti struktur, manajemen, fungsi, hak, dan kewajiban maka semua itu di sebutkan secara jelas, seperti *zakat*, *shadaqah*, *ghadimah* (rampasan perang), *bai* (jual beli), *dan* (utang dagang), *maal* (harta) dan sebagainya yang memiliki fungsi dalam kegiatan ekonomi (Nasir and Hafied 2013).

Dalam ekonomi Islam segala bentuk kegiatan yang tidak didasarkan pada prinsip ekonomi Islam hanya akan mendatangkan keuntungan sesaat dan menimbulkan banyak kerugian. Sebagai seorang muslim sudah semestinya memiliki pengetahuan yang baik terutama dalam hal keuangan Islam, apa saja yang dilarang dalam kegiatan ekonomi dan apa saja yang harus dilakukan. Pengetahuan masyarakat mengenai bank syariah dapat mempengaruhi sikap masyarakat tersebut terhadap produk-produk yang ditawarkan sehingga semakin baik pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah maka akan mempengaruhi masyarakat menjadi nasabah. Sebaliknya, jika pengetahuan masyarakat terbatas terhadap perbankan syariah mengakibatkan persepsi yang kurang baik terhadap perbankan tersebut (Sutedi 2011).

Secara umum pengertian produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan (Sudaryono, 2016). Menurut Philip Kotler produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan (Kotler, 2002). Dalam Praktiknya produk terdiri dari dua jenis yaitu yang berkaitan dengan fisik atau benda berwujud dan tidak

berwujud. Benda berwujud merupakan produk yang dapat dilihat, diraba, atau dirasakan. Contohnya, buku, meja, kursi, rumah, mobil dan sebagainya. Sedangkan produk yang tidak berwujud biasanya disebut jasa. Jasa dapat disediakan dalam berbagai wahana seperti pribadi, tempat, kegiatan, organisasi, dan ide-ide (Kasmir,2008).

Perbankan syariah memiliki 3 produk yaitu : produk penghimpunan dana, produk penyaluran dana dan produk jasa perbankan.

Dalam penghimpunan dana bank syariah memiliki produk berupa giro, tabungan dan deposito berdasarkan prinsip syariah. Bank syariah tidak menggunakan konsep bunga karena mengandung riba (Karim, 2008).

Dalam penyaluran dana atau pembiayaan merupakan kegiatan utama dari bank syariah untuk mendapatkan keuntungan dengan tetap berpedoman pada prinsip syariah, dalam menyalurkan dananya kepada nasaabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi kedalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu : pembiayaan dengan prinsip jual-beli, pembiayaan dengan prinsip sewa, pembiayaan dengan prinsip bagi hasil, pembiayaan dengan prinsip akad pelengkap ( Ali Sakti, 2017).

Dalam produk jasa perbankan dengan pola lainnya pada umumnya menggunakan akad-akad *tijarah* yang di maksud mencari keuntungan. Oleh karena itu bank sebagai penyedia jasa hanya membebani biaya administrasi. Bank syariah dapat pula melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dengan mendapat imbalan berupa sewa atau keuntungan. Jasa perbankan tersebut yaitu antara lain : *Sharf* (jual beli valuta asing) dan *Ijarah* (sewa) (Karim,2008).

Dalam transaksi di bank khususnya di bank syariah terdapat pembiayaan syariah salah satunya yaitu pembiayaan *Bai' al-Murabahah*. Dalam pembiayaan *bai' al-Murabahah* adalah di mana pembiayaan ini melibatkan dua pihak yang melakukan transaksi jual beli yaitu dengan menjual suatu barang yang seharga dengan barang yang ditambah oleh margin yang disepakati para pihak, dimana penjual terlebih dahulu kepada

pembeli. *Murabahah* secara sederhana berarti suatu penjualan barang seharga barang tersebut ditambah keuntungan yang disepakati jadi singkatnya *murabahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli melalui akad (Nurul and Indarti 2015).

Beberapa alasan dibelikan popularitas *murabahah* dalam pelaksanaan investasi di perbankan syariah (Saeed 2008) :

1. *Murabahah* adalah mekanisme penanaman modal jangka pendek dan dibandingkan dengan pembagian bagi hasil,
2. *Mark up* (margin) dalam *murabahah* dapat ditetapkan dengan cara menjamin bahwa bank mampu mengembalikan dibandingkan dengan bank-bank yang berbasis bukan di mana bank-bank Islam sangat kompetitif,
3. *Murabahah* menghindar dari ketidakpastian yang diletakkan dengan perolehan usaha dengan sistem bagi hasil,
4. *Murabahah* tidak mengizinkan bank Islam tidak turut campur dalam manajemen bisnis karena bank bukanlah partner dengan klien tetapi hubungan mereka sebagai gantinya. Berdasarkan pernyataan di atas *murabahah* adalah hubungan seorang kreditur dengan seorang debitur.

Dari berbagai produk yang ditawarkan oleh bank syariah, pembiayaan pembelian kendaraan bermotor menjadi salah satu produk unggulan dan banyak masyarakat yang berminat. Bagi beberapa kalangan menengah ke atas membeli kendaraan bermotor secara tunai mungkin bisa saja, namun bagi sebagian orang lainnya, lebih memilih membeli kendaraan bermotor dengan sistem angsuran, meskipun jatuh harganya lebih mahal. Pembelian kendaraan bermotor dengan cara mengangsur tidak membutuhkan dana besar dalam satu waktu, sehingga dengan sistem angsuran dirasa lebih ringan, sehingga dana dapat dimanfaatkan untuk hal lain seperti modal usaha, tabungan atau investasi.

Dulunya kendaraan bermotor merupakan kebutuhan sekunder, namun saat ini kendaraan bermotor dapat dikatakan sebuah kebutuhan

primer. Kebutuhan ini sangat membantu masyarakat untuk mempermudah mobilitas dalam kegiatan sehari-hari maupun saat bekerja, bahkan bagi sebagian orang kendaraan bermotor merupakan sumber utama penghasilan mereka. Dapat kita ketahui sendiri seperti ojek online (Grab, Gojek dll) merupakan contoh bahwa kendaraan bermotor penting baginya sebagai sumber penghasilan.

Namun pada kenyataannya pemahaman sebagaimana masyarakat tentang kepemilikan kendaraan bermotor pada bank syariah ini masih sangat minim, tidak sebanding dengan banyaknya peminat kendaraan bermotor, mungkin hanya pada masyarakat perkotaan saja. Masyarakat pedesaan masih menganggap keberadaan bank hanya untuk kalangan tertentu. Keterbatasan akan pemahaman masyarakat terhadap bank tersebut akan berdampak pada terhambatnya pertumbuhan bank di pedesaan (Ismail,2010). Karena kurangnya sosialisasi yang di lakukan oleh bank syariah sendiri terhadap prinsip dan sistem ekonomi syariah. Ketika konsumen memiliki pemahaman dan pengetahuan mengenai kepemilikan kendaraan bermotor pada bank syariah yang lebih banyak, maka konsumen akan lebih baik dalam mengambil keputusan. Konsumen akan lebih efektif dan tepat dalam mengelola dan menyaring informasi dengan lebih baik. Pengetahuan sendiri adalah informasi yang telah diinterpretasikan oleh seseorang dengan menggunakan sejarah, pengalaman dan skema interpretasi yang dimilikinya (Nurul and Indarti 2015).

Selanjutnya bank syariah memiliki tugas untuk melakukan pemasaran serta memberikan informasi terkait keunggulan produk dan jasa yang dimilikinya kepada masyarakat melalui promosi. Di dalam dunia perbankan syariah promosi produk perlu untuk di lakukan sebab masyarakat dengan latar belakang yang beragam memerlukan promosi agar dapat mengenal produk dari bank syariah. Menurut Kasmir (Kasmir,2008) tujuan dari promosi bank adalah untuk menginformasikan segala jenis produk yang di tawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, mempengaruhi

nasabah untuk membeli, dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra perusahaan di mata nasabah. Oleh karena itu kegiatan promosi dalam suatu perusahaan sebagai senjata yang sangat berpengaruh terhadap perkembangan bank syariah itu sendiri. Pada umumnya manajer pemasaran bank akan bereaksi terhadap sasaran dan tujuan bank dengan merumuskan berbagai bauran promosi, yaitu *personal selling* atau *merchandising service* (layanan promosi niaga atau wiraniaga), *advertising* (iklan), *sales promotion* *public relation* (promosi penjualan), dan publisitas (Kasmir,2008).

Kegiatan promosi tersebut dilakukan guna menciptakan minat nasabah. Minat dapat dikatakan suatu ketertarikan terhadap sesuatu dan kecenderungan memilih apa yang diinginkan. Salah satu dengan ketertarikan dan kecenderungan terhadap minat masyarakat melakukan pembiayaan kendaraan bermotor. Menurut Damayanti “seorang calon nasabah akan berminat pada bank syariah ketika ada produk atau sistem yang di rasakan menguntungkan dirinya”. Menurut Crow dalam Maghfiroh (2018) ada 3 faktor utama pembentukan minat yaitu faktor dari dalam diri, faktor motif sosial dan faktor emosional. faktor dari dalam diri merupakan faktor utama yang berkaitan dengan kebutuhan dan dorongan dari dalam seseorang. Apabila kebutuhan dan dorongan dari dalam diri seseorang tersebut besar untuk menggunakan produk-produk bank syariah, tentunya seseorang tersebut akan melakukan apa yang menjadi kebutuhan hidupnya dan kemudian mempengaruhi seseorang tersebut menggunakan bank syariah (Damayanti 2017).

Mengingat mayoritas masyarakat Kota Cirebon adalah muslim dan merupakan nasabah potensial bagi perbankan syariah dalam bekerja sama untuk melakukan pendanaan, pembiayaan, maupun penyaluran dana. Pada kenyataannya masyarakat masih minim dalam penggunaan produk-produk perbankan syariah, hal tersebut menjadi bukti bahwa meskipun mayoritas berpenduduk muslim namun masih lebih berminat menggunakan produk-produk perusahaan pembiayaan konvensional. Padahal sebagian orang

muslim tentu tahu jika menggunakan jasa perusahaan pembiayaan konvensional akan terdapat unsur yang bertentangan dengan prinsip syariah yaitu salah satunya adalah riba.

Dari hasil wawancara kepada beberapa masyarakat Kota Cirebon, mengungkapkan bahwa perbankan syariah belum melakukan promosi secara langsung kepada masyarakat, melainkan beberapa masyarakat mengetahui produk-produk perbankan syariah dari media elektronik dan media cetak, bahkan pada umumnya masyarakat Kota Cirebon tidak mengetahui sama sekali apa itu bank syariah, produk apa saja yang ditawarkan, mekanisme, sistem dan seluk beluk bank syariah. Kelemahan-kelemahan tersebut dapat mempengaruhi minat masyarakat sehingga minat masyarakat belum terbentuk dalam menggunakan produk-produk perbankan syariah.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Kendaraan Bermotor di Kota Cirebon**

Jenis Kendaraan	Kendaraan (Unit)			Jumlah
	Pribadi	Dinas	Umum	
Sedan, Jeep, Minibus	27.761 unit	420 unit	904 unit	29.085 unit
Bus, Microbus	225 unit	28 unit	162 unit	418 unit
Truck, Pickup	8.518 unit	147 unit	3.991 unit	12.656 unit
Alat Berat	0	0	4 unit	4
Sepeda Motor	128.933 unit	1.685 unit	0	130.618 unit
<b>Total</b>	<b>165.437 unit</b>	<b>2.280 unit</b>	<b>5.061 unit</b>	

(sumber: data.cirebonkota.go.id)

Berdasarkan data di atas, dapat kita lihat bahwa banyak sekali total kendaraan bermotor yang dimiliki oleh perorangan (orang pribadi) yaitu sejumlah 165.437 unit. Hal ini menandakan bahwa masyarakat Kota Cirebon memiliki tingkat ketertarikan yang tinggi terhadap kepemilikan kendaraan bermotor. Ini dapat menjadi peluang yang besar bagi bank

syariah untuk mempromosikan produk *murabahah* sebagai salah satu solusi bagi masyarakat Kota Cirebon yang ingin membeli kendaraan bermotor.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk mendalami atau mengkaji lebih dalam terkait masalah di atas dengan judul ***“Analisis Pengaruh Literasi dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Dalam Mengajukan Pembiayaan Murabahah Untuk Kendaraan Bermotor di Bank Syariah (Survei Pada Masyarakat Kota Cirebon)”***.

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang masalah tersebut di atas, maka permasalahan-permasalahan tersebut dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Rendahnya literasi masyarakat tentang bank syariah.
2. Kurangnya pemahaman mengenai produk pembiayaan kendaraan bermotor di bank syariah.
3. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh bank syariah kurang meluas.

## **C. Batasan dan Rumusan Masalah**

### **1. Batasan masalah**

Dari identifikasi masalah di atas, maka permasalahan pokok dapat dibatasi sebagai berikut: seberapa besar pengaruh faktor literasi, dan faktor promosi terhadap keputusan masyarakat melakukan pembiayaan murabahah kendaraan bermotor di bank syariah.

### **2. Rumusan masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah literasi berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan *murabahah* untuk kendaraan bermotor di bank syariah?

- b. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan *murabahah* untuk kendaraan bermotor di bank syariah?
- c. Apakah literasi dan promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan *murabahah* untuk kendaraan bermotor di bank syariah?

## **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

- a. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh literasi terhadap minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan *murabahah* untuk kendaraan bermotor di bank syariah.
- b. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh promosi terhadap minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan *murabahah* untuk kendaraan bermotor di bank syariah.
- c. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh literasi dan promosi terhadap minat masyarakat dalam mengajukan pembiayaan *murabahah* untuk kendaraan bermotor di bank syariah.

### **2. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

#### **a. Secara Teoritis**

- 1) Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan referensi guna menunjang ilmu ekonomi syariah.
- 2) Sebagai pengembangan penelitian lanjutan dan bahan perbandingan dengan penelitian sejenis.

#### **b. Secara Praktis**

- 1) Bagi pembaca, hasil penelitian dapat memberikan tambahan pengetahuan berkaitan dengan kajian ekonomi makro.
- 2) Bagi bank syariah dapat melihat bagaimana solusi dalam meningkatkan minat masyarakat untuk melakukan pembiayaan *murabahah* untuk kendaraan bermotor di bank syariah.

## **E. Sistematika Penulisan**

Penelitian ini dibagi menjadi dalam susunan yang berdasarkan sistematika yang telah ditentukan yaitu sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, diuraikan permasalahan penelitian meliputi: latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penyusunan penelitian.

Bab II Landasan Teori, bab ini berisikan teori mengenai minat masyarakat, literasi dan promosi.

Bab III Metodologi Penelitian, bab ini menjelaskan tentang pendekatan apa yang dilakukan peneliti, dimana dan kapan tempat penelitian, siapa yang menjadi subjek penelitian, bagaimana data itu diperoleh dan bagaimana mengolah hasil data yang sudah diperoleh.

Bab IV Hasil Penelitian, bab ini berisikan gambaran umum tentang masyarakat Kota Cirebon, menjelaskan tentang hasil penelitian pengaruh literasi dan promosi terhadap minat masyarakat.

Bab V Penutup, bab ini berisikan kesimpulan dan saran, uraian dan jawaban atas pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah. Dan penulis berusaha memberikan saran-saran yang diperoleh dari hasil penelitian