

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah dapat digambarkan sebagai sebuah lembaga keuangan yang mendorong dan mengundang masyarakat untuk terlibat dalam transaksi menggunakan produk-produknya. Di sisi lain, pada bagian asetnya, bank syariah aktif berinvestasi dalam masyarakat. Secara umum, bank syariah merupakan jenis bank yang mengadopsi sistem mudharabah atau bagi hasil sebagai prinsip utama dalam semua jenis transaksi, baik dalam produk pembiayaan, tabungan, maupun produk lainnya (Fauzi & Murniawaty, 2020). Perbankan syariah bertujuan untuk mengumpulkan dana dari masyarakat dan kemudian mengalirkan kembali dana tersebut kepada masyarakat. Tindakan ini meningkatkan tata kelola perbankan syariah dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadapnya. Selain itu, hal ini memiliki potensi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat Muslim tentang nilai-nilai syariah, dengan tujuan untuk memperluas pangsa pasar perbankan syariah.

Sektor perbankan memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara, dan semakin berkembang industri perbankan, semakin cepat pertumbuhan ekonomi negara tersebut. Meskipun telah ada banyak bank yang menerapkan prinsip-prinsip syariah di Indonesia, yang merupakan Negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam, harapannya adalah bahwa ini akan berdampak positif pada pertumbuhan industri perbankan syariah. Namun, kenyataannya adalah bahwa partisipasi umat Islam dalam menggunakan layanan Perbankan Syariah masih sangat terbatas atau terbilang masih rendah. Pada tahun 2017 market share Bank Syariah kembali turun menjadi 4,6% dari yang sebelumnya 4,8%. Hingga Februari 2022, menurut laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *market share* Bank Syariah baru berada di angka 7,38 %. Maknanya, *market share* Bank Syariah dan transaksi di dunia perbankan sangat kecil dan didominasi oleh Bank Konvensional

(OJK, Maret 2024). Di samping itu, jumlah dana pihak ketiga yang berasal dari tabungan nasabah di Bank Syariah juga teramat kecil, dari jumlah penduduk Indonesia yang mencapai sebanyak 278,69 juta jiwa dan jumlah umat muslim di Indonesia kurang lebih sekitar 229 juta muslim. Oleh karena itu, keterlibatan masyarakat Muslim Indonesia dalam perkembangan sektor Perbankan Syariah belum mencapai tingkat yang optimal.

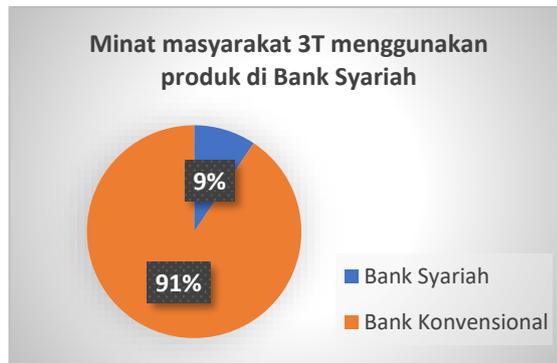
Market share yang rendah pada perbankan syariah disebabkan karena kurangnya minat masyarakat menggunakan produk pada bank syariah. Berdasarkan banyak literatur, minat masyarakat disebabkan oleh beberapa faktor, Faktor pertama yaitu *Brand Trust*. Kepercayaan masyarakat terhadap merek bank syariah sangat penting karena ini mencerminkan keyakinan mereka terhadap kredibilitas barang dan jasa yang ditawarkannya. Pada Mei 2023, nasabah Bank Syariah mengalami kepanikan karena gangguan layanan yang awalnya diklaim sebagai maintenance tanpa penjelasan pasti, kendala ini berlanjut hingga 10 Mei ketika Direktur Utama BSI, Hery Gunardi, meminta maaf dan menjanjikan normalisasi sistem. Gangguan tersebut mempengaruhi semua layanan BSI, termasuk layanan offline dan online seperti ATM, internet banking, dan mobile banking. Kejadian ini mengecewakan nasabah yang mengandalkan bank syariah sebagai pilihan utama untuk transaksi keuangan syariah. Selain itu, Pengamat komunikasi politik Universitas Esa Unggul, M. Jamiluddin Ritonga mencontohkan kasus terbaru, penarikan dana besar-besaran oleh Muhammadiyah menjadi indikasi kuat menurunnya kepercayaan terhadap Bank Syariah. Padahal kepercayaan menjadi kunci keberhasilan lembaga jasa keuangan. Faktor kedua, aksesibilitas, adalah faktor penting yang memengaruhi minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Aksesibilitas mencakup ketersediaan cabang bank syariah, ATM, dan layanan perbankan elektronik lainnya di wilayah desa Wangkelang. Semakin mudah bagi masyarakat untuk mengakses perbankan syariah, semakin besar peluang mereka untuk menabung di bank tersebut. Selain itu, faktor internal dan eksternal memengaruhi tinggi rendahnya perilaku menabung di bank syariah

<https://fraksi.pks.id/2024> .

Saat ini, bisnis syariah mengalami beragam perkembangan, terutama dalam sektor keuangan syariah. Dalam konteks ini, Islam memberikan pedoman yang jelas dan menghindari pelanggaran seperti transaksi yang melibatkan praktik-praktik terlarang dalam hukum Syariah, seperti maisir, gharar, dan riba. Kemudahan akses menjadi faktor kunci dalam keputusan anggota untuk menggunakan layanan ini. Aksesibilitas merujuk pada kemudahan dalam mendekati layanan tersebut, yang dapat digunakan untuk berbagai tujuan, termasuk pemahaman yang lebih baik tentang subjek yang sedang diakses atau untuk mendapatkan informasi sesuai kebutuhan individu (Hamid et al 2023)

Salah satu masalah utama yang dihadapi oleh sektor perbankan syariah adalah bagaimana meningkatkan strategi perbankan syariah untuk menarik pelanggan agar menggunakan layanan perbankan syariah. Masyarakat di Desa Wangkelang belum sepenuhnya memanfaatkan layanan perbankan syariah, yang seharusnya dapat menjadi solusi keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Rendahnya minat menggunakan produk bank syariah diduga berkaitan dengan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap merek Bank Syariah dan keterbatasan aksesibilitas layanan perbankan syariah di Desa Wangkelang.

Berdasarkan Google Maps lokasi Bank Syariah terdekat yaitu berlokasi di Ciledug, kabupaten Cirebon dengan jarak 23,1 kilometer dan Bank Syariah lainnya terdekat terletak di Kuningan, kabupaten Kuningan dengan jarak 28,2 kilometer. Jarak yang jauh ini membuat mereka sulit untuk memanfaatkan layanan Perbankan Syariah, sehingga menghambat minat mereka terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank syariah. Di sisi lain, banyak juga yang meragukan keamanan dan transparansi operasi bank syariah, yang mengakibatkan kekhawatiran terkait kualitas layanan yang diberikan. Oleh karena itu, diperlukan upaya lebih lanjut untuk membangun kepercayaan masyarakat dan memperbaiki akses ke layanan Perbankan Syariah, dengan tujuan untuk meningkatkan minat mereka terhadap Bank Syariah.



Gambar 1.1
Diagram Minat Masyarakat Desa Wangkelang
Menggunakan Produk Bank Syariah dan Bank Konvensional
 (Sumber : Observasi awal penelitian dengan 32 Responden)

Berdasarkan data yang tersaji di atas, dapat disimpulkan bahwa tingkat minat Menggunakan Produk Bank Syariah masih rendah. Hal ini dapat dibuktikan dengan polling nasabah bank syariah dan bank konvensional yang menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah masih lebih memilih bank konvensional.

Persaingan yang tinggi antar perusahaan di era globalisasi untuk memperebutkan perhatian konsumen untuk membeli produknya serta banyaknya merek baru menjadikan konsumen lebih cerdas serta selektif Ketika menyeleksi produk. Faktor pertimbangannya adalah tingkat kepercayaan terhadap merek. Menurut Gunawan et al (2022:40), kepercayaan terhadap merek yaitu konsumen menaruh kepercayaan pada suatu merek dengan menghiraukan berbagai risiko karena menduga merek tersebut mampu memberikan hasil yang memuaskan (Utami, 2024).

Membangun kepercayaan nasabah dalam menggunakan merek adalah hal yang sangat penting bagi bank. Oleh karena itu, bank harus memahami secara menyeluruh bagaimana nasabah bertindak. Calon nasabah saat ini sangat berhati-hati dalam memilih produk perbankan dan mempertimbangkan banyak hal sebelum memutuskan menggunakan layanan yang ditawarkan oleh bank. Hal ini sangat memengaruhi pilihan bank dalam

menentukan strategi, teknik, dan taktik pemasaran yang efektif. Ketidakpercayaan dapat timbul ketika ada kekurangan informasi dalam perencanaan dan penilaian kinerja. Tingkat kepercayaan atau ketidakpercayaan seseorang dalam perilakunya dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kualitas informasi yang diterima, pengaruh dari pihak lain, dan kendali yang dimiliki. Kepercayaan akan meningkat jika informasi yang diterima dianggap akurat, relevan, dan komprehensif (Faizah & Sa'diyah, 2022)

Selain itu, salah satu kebijakan yang sangat penting adalah menentukan lokasi cabang bank karena perbankan sangat membutuhkan lokasi yang strategis untuk memulai operasinya. Jika bank terletak dalam lokasi yang strategis, nasabah akan lebih mudah berurusan dengan bank, tetapi jika lokasi bank tidak strategis, nasabah akan kurang tertarik untuk menabung di bank tersebut.

Menurut Rossadi dan Widayati (2018) dalam (Silaban et al 2020) Aksesibilitas dapat didefinisikan sebagai fasilitas yang dapat ditemukan dan dicapai oleh masyarakat. Dengan demikian, aksesibilitas adalah alat sarana prasarana yang dapat memberikan kemudahan bagi seseorang yang akan melakukan perjalanan. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Setyawan, Yohana Nesya, et al. (2014) yang menyatakan bahwa ada hubungan positif antara aksesibilitas dan minat menabung, yang berarti bahwa peningkatan aksesibilitas akan menyebabkan peningkatan minat menabung.

Masyarakat Desa Wangkelang memiliki tingkat pendidikan yang relatif tinggi, dengan beberapa penduduknya belajar hingga perguruan tinggi. Menariknya, masyarakat Desa Wangkelang lebih memilih untuk menyimpan dana di bank daripada di koperasi. Selain itu, masyarakat lebih familiar dengan bank daripada koperasi, yang dianggap tidak memberikan keuntungan atau keamanan yang diharapkan. Di antara beberapa daerah di Kabupaten Cirebon, Desa Wangkelang memiliki keunikan tersendiri. Desa ini terletak di area yang masih mempertahankan nilai-nilai tradisional, namun mulai terbuka terhadap perubahan modern. Masyarakatnya masih bergantung pada sektor

pertanian dan UMKM, tetapi minat terhadap layanan keuangan seperti perbankan syariah mulai tumbuh.

Berdasarkan fenomena di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai penerapan *Brand Trust* dan aksesibilitas dalam peningkatan minat Masyarakat Desa Wangkelang menggunakan produk Bank Syariah, sehingga penulis mengambil judul penelitian mengenai **“Pengaruh *Brand Trust* dan Aksesibilitas Terhadap Minat Masyarakat Desa Wangkelang Menggunakan Produk Bank Syariah”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasi masalah terkait dengan minat menabung di Bank Syariah diantaranya :

1. Kurangnya *Brand Trust* masyarakat terhadap Bank syariah. Salah satu contohnya ada kasus mengenai Bank Syariah mengalami kepanikan karena gangguan layanan yang awalnya diklaim sebagai *maintenance* tanpa penjelasan pasti.
2. Hasil observasi awal di Desa Wangkelang menunjukkan 91% lebih berminat menggunakan produk di Bank Konvensional.
3. Kesulitan mendapatkan bank syariah karena Jarak terdekat dari Desa Wangkelang ke bank syariah adalah 23,1 km yaitu berlokasi di Ciledug, kabupaten Cirebon.

C. Batasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan untuk menjaga fokus penelitian agar tetap terarah dan menghindari pembahasan yang meluas atau menyimpang dari pokok permasalahan. Dalam penelitian ini, batasan masalah mencakup lokasi penelitian yang terbatas yaitu pada masyarakat Desa Wangkelang, Kecamatan Lemahabang, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat. Selain itu, penelitian difokuskan pada variabel *Brand Trust*, aksesibilitas, dan minat. Waktu pelaksanaan penelitian ditetapkan selama periode tertentu, yaitu mulai bulan September hingga Desember 2024.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka untuk lebih lanjut peneliti akan menguraikan tentang “Pengaruh *Brand Trust* dan Aksesibilitas Terhadap Minat Masyarakat Desa Wangkelang Menggunakan Produk Bank Syariah”. Sehingga dalam penelitian ini dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah *Brand Trust* berpengaruh terhadap minat Masyarakat Desa Wangkelang Menggunakan Produk Bank Syariah ?
2. Apakah aksesibilitas berpengaruh terhadap minat Masyarakat Desa Wangkelang Menggunakan Produk Bank Syariah ?
3. Apakah *Brand Trust* dan aksesibilitas berpengaruh terhadap minat Masyarakat Desa Wangkelang Menggunakan Produk Bank Syariah ?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Apakah *Brand Trust* berpengaruh terhadap minat Masyarakat Desa Wangkelang Menggunakan Produk Bank Syariah.
2. Untuk mengetahui Apakah aksesibilitas berpengaruh terhadap minat Masyarakat Desa Wangkelang Menggunakan Produk Bank Syariah.
3. Untuk mengetahui Apakah *Brand Trust* dan aksesibilitas berpengaruh terhadap minat Masyarakat Desa Wangkelang Menggunakan Produk Bank Syariah.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Teoritis
Diharapkan dapat bermanfaat sebagai sarana pembelajaran agar ilmu yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan dapat diimplementasikan dan diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam bidang ilmu Perbankan Syariah.
2. Secara Praktis
Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan panduan evaluasi

terhadap kebijakan-kebijakan di Perbankan Syariah untuk menghasilkan produk-produk Perbankan Syariah.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan gambaran umum kepada pembaca tentang penelitian yang telah diuraikan oleh peneliti:

BAB I PENDAHULUAN, menjelaskan secara umum terkait permasalahan penelitian yang meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, identifikasi masalah, tujuan, dan manfaat penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA, berisi uraian dari teori-teori yang digunakan peneliti untuk membahas masalah yang meliputi teori *Brand Trust*, Aksesibilitas. Pembahasan mengenai *Literature review*, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN, membahas mengenai rencana yang akan dilakukan peneliti dalam penelitiannya yang bertujuan untuk menjawab hipotesis penelitian, diantaranya populasi dan sampel, definisi operasional, instrumen penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, dalam bab ini akan berisi mengenai hasil yang diperoleh dari pengelolaan data melalui metode yang digunakan akan dianalisis dan dideskripsikan.

BAB V PENUTUP, dalam bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran.