

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perbankan adalah bidang finansial yang mempunyai dampak pesat pada aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh masyarakat.<sup>1</sup> Penerapan sistem ekonomi islam pada lembaga keuangan perbankan syariah diharapkan dapat menjadi sistem yang digunakan untuk menjunjung nilai keadilan dan kejujuran dan mengupayakan untuk menanggung harta seluruh masyarakat.<sup>2</sup> Terdapat sejumlah tahapan dalam pengambilan keputusan yang perlu untuk dikerjakan diantaranya pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.<sup>3</sup>

Ada sejumlah faktor yang mempengaruhi karakter calon nasabah diantaranya: adat-istiadat, status sosial, lingkungan keluarga, masyarakat, umur, jenis mata pencaharian, kultur kebudayaan dan lainnya. Adanya beberapa faktor di atas dapat memberikan arahan untuk pihak perbankan menyerahkan jasa untuk calon nasabah dengan cara efisien. Diantara hal yang memberikan pengaruh pembentukan kepribadian individu menjadi calon nasabah seperti telah dijelaskan di atas, kerentanan religiusitas juga menjadi faktor dalam pembentukan perilaku seseorang sebagai calon nasabah.<sup>4</sup>

Religiusitas adalah pengetahuan pada setiap individu yang berkaitan dengan keyakinan serta kewajiban seorang atas agama yang dianut. Sedangkan pembentukan karakter religius yang terdapat dalam diri seseorang akan terlihat dari baik atau buruk perilaku dalam melaksanakan kegiatan kesehariannya (akhlak) yang berhubungan dengan komitmen yang tertanam

---

<sup>1</sup> Nurul Ichsan Hasan, *Perbankan Syariah: Sebuah Pengantar*, (Ciputat: Gp. Press Group, 2014), 100.

<sup>2</sup> A. Wangsawidjaja z, *Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012), 33.

<sup>3</sup> Philip Kotler dan Gary Amstronng, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, ed. 12, (Jakarta: Erlangga, 2006), 179.

<sup>4</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), 34.

dalam hati (iman) dan kegiatan keagamaan yang dilaksanakan (ibadah) sebagai bentuk dari penghambaan kepada Tuhannya.<sup>5</sup>

Ketika seseorang yang memiliki sikap religius dan memiliki keinginan dalam memanfaatkan produk dan jasa perbankan syariah yang merupakan komponen bentuk dari pengabdian kemasyarakatan, bahwa seseorang pastinya lebih memutuskan lembaga perbankan yang tidak mengandung faktor riba, sebagai seseorang yang memiliki sikap religius pastinya mengetahui jika riba dan hal itu tidak diperbolehkan oleh agama Islam. Sebelum mengambil produk dan jasa perbankan syariah tidak hanya menggunakan faktor religiusitas maka dibutuhkan pula beragam informasi atau pengetahuan mengenai perbankan, supaya kedepannya tidak terdapat pihak yang merasa merugikan ataupun dirugikan.<sup>6</sup>

Sebelum pengambilan keputusan, calon nasabah akan terlebih dahulu memahami kebutuhan yang nantinya akan dijadikan tolak ukur kemampuan dalam mencukupi kebutuhan serta mencari pilihan lain yang disediakan sampai akhirnya didapatkan suatu keputusan atas pemilihan produk dan jasa yang diinginkan. Tahapan dalam pengambilan keputusan atas produk dan jasa terdapat faktor yang mencolok yang bersumber dari motivasi. Motivasi diartikan suatu hal yang dapat meningkatkan seseorang dalam menjalankan perilaku dan memberikan petunjuk dan maksud dalam melakukan suatu tindakan.<sup>7</sup>

Secara spekulatif motivasi bisa dikelompokkan dalam 2 jenis yakni motif rasional serta motif emosional. Motif rasional merupakan kecenderungan yang memiliki sifat efisien dan faktual dimana karakter yang dipilih memberikan dampak pada pengambilan keputusan. Sedangkan motif emosional yaitu kecenderungan yang bersifat subjektif dan simbolik yang berhubungan dengan perasaan setiap individu pada saat

---

<sup>5</sup> Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Edisi.4, Cet. 8, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 90.

<sup>6</sup> Heni Purnama Sari, *Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Ekuitas Merek dan Motif Rasional Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank BNI Syariah Kota Tangerang Selatan*, Skripsi (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2018), 7 - 8.

<sup>7</sup> J. Supranto & Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan Bisnis Edisi Kedua*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), 93.

mengambil suatu keputusan. Motif emosional meliputi pelayanan, kenyamanan dan kepuasan. Jika layanan yang diberikan dari pihak bank kepada nasabah baik pastinya meningkatkan minat seseorang untuk melakukan pengambilan keputusan memakai produk dan jasa pada perbankan tersebut. Kualitas pelayanan dapat dibentuk melalui layanan yang diberikan dari pihak bank terhadap nasabahnya. Jika layanan yang diberikan mengalami peningkatan yang baik maka skala bank tersebut juga akan mengalami peningkatan.<sup>8</sup>

Pengambilan keputusan dalam motif emosional menjadi bahan pertimbangan yang memiliki pengaruh besar, hal itu disebabkan karena adanya pertimbangan pendapatan status sosial, rasa nyaman serta rasa tenang nasabah atas jenis langkah yang dipilih. Adapun untuk kondisi emosional yang dijelaskan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni berhubungan pada tahapan dalam pengambilan keputusan dalam mengambil produk dan jasa yang dipilih.

Penelitian yang digunakan oleh peneliti memerlukan religiusitas, motif rasional serta motif emosional guna menguraikan dalam proses pengambilan keputusan nasabah BSI KC. Kudus dalam mengambil produk dan jasa perbankan syariah. Pembahasan yang terdapat dalam penelitian kali ini menjelaskan secara mendalam tentang religiusitas, motif rasional dan motif emosional yang dijadikan sebagai bahan untuk mempertimbangkan nasabah dapat memberikan pengaruh dalam pengambilan keputusan memilih produk dan jasa bank syariah.

Meningkatnya lembaga keuangan yang ada di Indonesia untuk masa ini telah berkembang sangat pesat terutama pada lembaga perbankan. Peningkatan ekonomi tersebut dapat dipastikan dengan banyaknya lembaga keuangan perbankan yang sudah tersebar disetiap kota. Misalnya Bank Syariah Indonesia (BSI), Bank Jateng Syariah, Bank BCA, Bank BTN, Bank Sinarmas dan yang lainnya. Banyaknya jenis-jenis bank pada saat ini menimbulkan persaingan beberapa bank dalam mencukupi kebutuhan para nasabah. Usaha untuk meraih kesuksesan untuk mempertahankan nasabah, faktor utama yang mempengaruhi keberhasilan tersebut yaitu ketika seseorang mengambil

---

<sup>8</sup> Hermawan Kertajaya, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006),1.

keputusan dalam menggunakan produk dan jasa perbankan.<sup>9</sup> Pengambilan keputusan yang diambil dari nasabah dijadikan sebagai bahan pertimbangan yang bersumber dari pelayanan yang diberikan, lokasi dan marketing dalam bank syariah tersebut, ataupun dari pandangan religiusitas, motif rasional dan motif emosional seorang nasabah tersebut.

Lembaga keuangan Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan gabungan antara sebagian perbankan dimiliki oleh negara Indonesia. Bank Syariah Indonesia (BSI) sah dibentuk bertepatan dengan tanggal 01 Februari 2021 yang didasari oleh gabungan antara Bank Rakyat Indonesia (BRI) syariah, Bank Syariah Mandiri (BSM) dan Bank Negara Indonesia (BNI) syariah. Hadirnya perseroan yang kompeten seperti Bank Jateng Syariah dan Bank BCA menjadikan Bank Syariah Indonesia harus mempertimbangkan beragam tahap yang perlu diambil supaya dapat mengungguli para pesaing antar bank di tengah masyarakat.<sup>10</sup> Berdasarkan dari penjelasan tersebut, oleh karena itu peneliti berminat dalam memilih persoalan yang berkaitan atas pengambilan keputusan memilih produk dan jasa yang nantinya digunakan oleh nasabah.

Terdapat pengaruh signifikan yang terdapat pada penelitian terdahulu antara religiusitas, motif rasional dan motif emosional terhadap pengambilan keputusan dalam mengambil produk dan jasa perbankan. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang bersumber dari Viola De Yusa mengemukakan bahwa diantara variabel bebas yang diuji yakni motif rasional serta motif emosional mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan.<sup>11</sup>

Berlandaskan dari penjelasan tersebut, peneliti berminat mengkaji lebih lanjut mengenai motif-motif yang mempengaruhi nasabah BSI KC. Kudus untuk melakukan pengambilan keputusan dilihat dari segi religiusitas, motif rasional dan motif

---

<sup>9</sup> Syaakir Sofyan, "Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia", *Jurnal IAIN Palu*, Vol. 10, No. 2, (2021), 91.

<sup>10</sup> Achmad Sani Alhusain, "Bank Syariah Indonesia: Tantangan dan Strategi Dalam Mendorong Perekonomian Nasional", *Jurnal Ekonomi*, Vol. XIII, No. 3, (2021), 19.

<sup>11</sup> Viola De Yusa, "Pengaruh Motif Rasional dan Motif Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Blackberry di Bandar Lampung", *Jurnal Derivatif* Vol. 9 No. 2, November (2015), 109.

emosional dalam memilih produk dan jasa perbankan syariah. Untuk itu penulis mengambil penelitian dengan judul **Pengaruh Religiusitas, Motif Rasional dan Motif Emosional Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Produk dan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah BSI KC. Kudus).**

## **B. Rumusan Masalah**

Latar belakang yang telah diuraikan memberikan gambaran bagi peneliti berdasarkan hasil sebelumnya, maka munculah rumusan masalah sebagai berikut ini:

1. Apakah terdapat pengaruh religiusitas terhadap pengambilan keputusan dalam memilih produk dan jasa perbankan syariah pada nasabah BSI KC. Kudus?
2. Apakah terdapat pengaruh motif rasional terhadap pengambilan keputusan dalam memilih produk dan jasa perbankan syariah pada nasabah BSI KC. Kudus?
3. Apakah terdapat pengaruh motif emosional terhadap pengambilan keputusan dalam memilih produk dan jasa perbankan syariah pada nasabah BSI KC. Kudus?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adanya penyusunan penelitian ini sebagai tahapan awal dari penyusunan laporan tugas akhir skripsi. Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui terdapat tidaknya pengaruh religiusitas terhadap pengambilan keputusan memilih produk dan jasa perbankan syariah pada nasabah BSI KC. Kudus.
2. Mengetahui terdapat tidaknya pengaruh motif rasional terhadap pengambilan keputusan memilih produk dan jasa perbankan syariah pada nasabah BSI KC. Kudus.
3. Mengetahui terdapat tidaknya pengaruh motif emosional terhadap pengambilan keputusan memilih produk dan jasa perbankan syariah pada nasabah BSI KC. Kudus.

## **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dengan adanya penelitian ini sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini nantinya diharapkan bisa memperoleh manfaat secara teoritis untuk bahan pembelajaran dan memberikan ilmu pemahaman untuk pembaca serta diharapkan dijadikan sumber acuan dalam penelitian yang nantinya dapat ditingkatkan dengan penelitian yang hampir sama, yaitu sebagai data dasar tentang pengaruh religiusitas, motif rasional serta motif emosional terhadap pengambilan keputusan memilih produk dan jasa perbankan syariah. Adapun untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas mengenai pengaruh religiusitas, motif rasional serta motif emosional terhadap pengambilan keputusan dalam memilih produk dan jasa perbankan syariah dan bisa dimanfaatkan untuk waktu mendatang.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi Perbankan

Adanya penelitian ini nantinya diharapkan dapat memperoleh manfaat pihak perbankan sebagai saran untuk bank syariah dalam mengetahui pengaruh religiusitas, motif rasional dan motif emosional terhadap pengambilan keputusan memilih produk dan jasa perbankan syariah sebagai dasar meningkatkan operasional bank syariah.

#### b. Bagi Masyarakat

Adapun manfaat bagi masyarakat nantinya diinginkan dapat memperoleh pandangan dan pengetahuan bagi pembaca, serta diharapkan masyarakat mempunyai gambaran tentang pengaruh religiusitas, motif rasional dan motif emosional terhadap pengambilan keputusan memilih produk dan jasa perbankan syariah.

## E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penyusunan proposal skripsi penelitian ini yaitu:

### 1. Bagian awal

Bagian awal proposal skripsi dalam penelitian ini terdiri halaman judul, pengesahan, pernyataan, abstrak, motto, persembahan, transliterasi, kata pengantar dan daftar isi.

### 2. Bagian isi

Bagian isi memuat beberapa bab diantaranya:

**BAB I: PENDAHULUAN**

Bab I pendahuluan terdiri dari beberapa sub bab diantaranya latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II: LANDASAN TEORI**

Bab II ini menerangkan deskripsi teori yang meliputi religiusitas, motif rasional dan motif emosional, pengambilan keputusan, serta produk dan jasa perbankan syariah, penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab III ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, populasi dan sampel, identifikasi variabel, desain dan definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik dan teknik analisis data.

**BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab IV ini akan menguraikan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, yaitu mengenai hasil penelitian dan pembahasan yang berisi gambaran umum objek penelitian, dan hasil analisis dan uji penelitian serta pembahasannya.

**BAB V : PENUTUP**

Bab V ini berisi mengenai simpulan dan saran.

## 3. Bagian akhir

Bagian akhir berisi tentang daftar pustaka, daftar riwayat hidup, dan lampiran-lampiran.