

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara dengan masyarakat muslim terbesar tetapi kepercayaan masyarakat masih bergantung pada bank konvensional. Selama ini perbankan di Indonesia menggunakan sistem bunga (*interest system*) untuk mengelola keuangannya. Bank kini menjadi salah satu lembaga keuangan yang berdampak besar terhadap proses pertumbuhan dan stabilitas ekonomi. Dominasi tersebut dapat dilihat dari dikuasainya 79% pangsa aset sektor keuangan oleh sektor perbankan (Kajian Stabilitas Keuangan, 2018).

Bank syariah swasta didirikan pada tahun 1991 untuk pertama kalinya, dan tidak beroperasi dengan baik sampai tahun 1992. Selanjutnya tahun 1992, pemerintah mengesahkan UU No. 7 Tahun 1992 tentang Industri Perbankan yang menghadirkan sistem bagi hasil. Peraturan tersebut adalah awal mula sistem perbankan ganda di Indonesia, yakni bunga di bank konvensional dan bagi hasil di bank syariah. Meski pertumbuhannya lebih lambat di antara negara muslim lainnya, namun bisnis bank syariah di Indonesia akan tetap bertumbuh (Karim, 2017)

Undang-undang tahun 1992 diubah, yaitu UU No.10 tahun 1998 menghasilkan inovasi pada bank syariah di Indonesia, karena UU tersebut mengatur tentang pembukaan UUS (Unit Usaha Syariah). Bank umum bisa mengoperasikan kegiatannya berlandaskan sistem konvensional menggunakan bunga maupun berlandaskan sistem syariah menggunakan bagi hasil, atau melakukan kegiatan perbankannya dengan kedua sistem tersebut. Saat tahun 2008, terbitlah UU No. 21 Tahun 2008 mengenai penyempurnaan dari UU No. 10 tahun 1998 yang berisikan pembaharuan regulasi bank syariah, yaitu otoritas fatwa dan komite perbankan syariah, pembinaan, pengawasan perbankan syariah, dan pemilihan Dewan Pengawas Syariah (DPS).

Market share bank syariah mengalami kenaikan walau kurang besar, yaitu 5,78% saat 2017 menjadi 6,18% pada Juni 2020. Porsi *market share* bank syariah tersebut terdiri dari BUS menyumbang 65,33% , UUS 32,17%, dan BPRS 2,5% (Bareksa.com, 2020). Meski demikian, perbankan syariah mendapati realitas kurangnya literasi serta inklusi bank syariah. Berdasarkan indeks literasi bank syariah sejumlah 8,11%, sementara indeks inklusi sejumlah 11,06%. Kemudian indeks literasi bank nasional sebanyak 29,66%, dn indeks inklusi 67,82% (Alfi, 2020).

Secara keseluruhan prinsip bank syariah menyediakan skema ekonomi yang sejalan pada prinsip Islam. Perbedaan prinsip pada bank konvensional yang dinilai berlawanan dengan syariat menyediakan macam-macam layanan perbankan yang tidak menggunakan bunga yaitu pembiayaan bagi hasil (Andrianto & Anang, 2019).

Life style masyarakat kelas menengah ke atas cenderung konsumtif dan banyak orang menggunakan uang tunai untuk pembayaran kegiatannya di era modern ini. permintaan yang terus meningkat, semakin cepat pertumbuhan industri, semakin tinggi pula permintaan akan uang dalam jumlah besar (Karim, 2017). Hal ini mengakibatkan jika jumlah transaksinya besar, banyak nasabah yang kurang nyaman dengan transaksi tunai.

Berdasarkan data Bank Indonesia pada Desember 2019 jumlah APMK (Alat Pembayaran dengan Menggunakan Kartu) sebanyak 200.912.407 kartu yang digunakan di Indonesia. Jumlah kartu yang tersebar di Indonesia mengalami peningkatan, begitu juga dengan kartu kredit yang terus bertambah tiap tahun meskipun tidak lebih dari 1% sejak 2016. Menurut data AKKI (Asosiasi Kartu Kredit Indonesia) dan Bank Indonesia pada November 2019 terdapat 17.383.244 kartu kredit yang diterbitkan dan beredar (Bank Indonesia, 2019).

Berdasarkan data yang diperoleh dari Divisi Bisnis Kartu PT Bank Negara Indonesia Tbk (tahun 2017-2020), berikut jumlah nasabah kartu kredit aktif:

Tabel 1. Jumlah Nasabah Kartu Kredit BNI Konvensional

Periode	Nasabah Kartu Kredit BNI
2017	1.710.000
2018	1.800.000
2019	1.860.000
2020	1.800.000

Sumber: Divisi Bisnis Kartu PT Bank Negara Indonesia Tbk

Jumlah nasabah kartu kredit Bank BNI konvensional yang diperoleh dari Divisi Bisnis Kartu PT Bank Negara Indonesia Tbk (tahun 2017-2020), tahun 2017 berjumlah 1.710.000 nasabah, selanjutnya tahun 2018 sejumlah 1.800.000 nasabah, kemudian tahun 2019 sebanyak 1.860.000, dan tahun 2020 mengalami penurunan karena efek pandemi COVID - 19 sehingga menjadi 1.800.000 nasabah

Kartu kredit tidak hanya faktor dari *life style*, tetapi juga cara dari sekumpulan orang-orang agar dapat dikategorikan modern yang menjurus ke metropolis. Melihat keadaan tersebut, Bank BNI Syariah memberikan inovasi baru dengan menciptakan produk kredit tanpa jaminan berbunga atau nisbah yang rendah serta aman dan mudah digunakan, yaitu kartu kredit syariah yang disebut *iB Hasanah Card*. *Hasanah card* di Indonesia yaitu kartu kredit syariah yang sangat diperlukan untuk orang-orang yang tertarik memakai kartu kredit berdasarkan sistem syariah untuk kegiatan transaksi. Kartu kredit merupakan metode transaksi yang dapat mengganti uang tunai, yang dapat ditukar kapanpun dan dimanapun yang bisa menggunakan kartu kredit dari penerbit manapun (Wardani, 2016). Berdasarkan fatwa DSN MUI Nomor 54/DSN-MUI/X/2006 tentang *shariah card*, landasan penggunaan kartu kredit syariah, yaitu :

a. Q.S. Al-Maidah ayat 1:

مَا كَانَتْ تَحْتَهُ
 حَمَلٌ مِّنْ دُونِهَا
 وَمَا يَأْكُلُونَ
 الْحَبْلَ الَّذِي أَلْصَقَ
 بِنُحُورِهِمْ سَفَرًا
 لَّا يَقْتُلُوا
 النَّفْسَ الَّتِي حَفِطَ
 اللَّهُ لَهَا وَالْآيَاتِ
 الَّتِي كُنَّا نُبَيِّنُ
 لِقَوْمِكَ وَإِنَّا
 مُبْتَلُونَ

"Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya".

b. Q.S. Al-Isra ayat 34:

وَإِن يَدْعُكَ
 بِنَفْسِهِ فَاسْتَجِبْ
 لَهُ حَتَّىٰ إِذَا
 جَلَسَ عَلَى الْكُرْسِيِّ
 أَلَمْ يَقُولِ
 اللَّهُمَّ إِنِّي أَسْأَلُكَ
 بِرَحْمَتِكَ وَأَعُوذُ
 بِكَ مِنَ الْيَأْسِ وَالْخُذْبِ
 وَالْمُتَعَبِ وَالْحَاسِرِ

"Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik (bermanfaat) sampai ia dewasa dan penuhilah janji; sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggung jawabnya"

- c. Hadis Nabi riwayat Imam Ibnu Majah al Daraquthni dan yang lain dari Abu Said AL Khudri, Nabi saw bersabda yang artinya: “*Tidak boleh membahayakan/ merugikan (orang lain) dan tidak boleh membalas bahaya dengan bahaya*”.

Sharia card juga berlandaskan surat persetujuan Bank Indonesia No. 10/337DPbs/2008. Bank BNI Syariah bekerja sama dengan *MasterCard* menerbitkan *Hasanah Card*, kartu kredit yang berdasarkan syariat Islam. *Hasanah Card* memiliki 3 tipe yaitu *Classic*, *Gold*, dan *Platinum*. Fungsi dari *Hasanah Card* mirip dengan kartu kredit dan memiliki hukum yang berdasarkan syariah (bnisyariah.co.id).

Produk perbankan yang berbasis syariah tentunya mampu bersaing dengan produk perbankan konvensional. Perbankan umumnya menyediakan produk penunjang alternatif uang tunai yang bisa dipakai kapanpun yaitu kartu kredit (Russetyowati, 2018). Ada potensi besar untuk pengembangan *Hasanah Card* di Indonesia melihat kebanyakan penduduk Indonesia memeluk agama Islam, maka potensi ini harusnya memberikan peluang bagi lembaga perbankan syariah. Namun ternyata pemasaran *Hasanah Card* tidaklah mudah karena banyak bank pesaing lain juga menyediakan kartu-kartu pembiayaan yang sejenis dari bank syariah dan bank konvensional.

Berdasarkan data yang diperoleh dari bagian *Consumer Funding Division* (CFD) BNI Syariah Pusat (tahun 2017-2020), selama 4 tahun terakhir Bank BNI Syariah mengalami peningkatan yang signifikan terhadap nasabah *Hasanah Card* yaitu bertambahnya nasabah aktif dengan data berikut:

Tabel 2. Jumlah Nasabah *Hasanah Card* BNI Syariah

Periode	Nasabah <i>Hasanah Card</i>
2017	200.000
2018	266.000
2019	304.494
2020	350.000

Sumber: Bagian CFD BNI Syariah Pusat 2017-2020.

Tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah nasabah *Hasanah Card* BNI Syariah saat tahun 2017 sebanyak 200.000 nasabah, selanjutnya tahun 2018 sebanyak 266.000 nasabah, kemudian tahun 2019 sebanyak 304.494 nasabah, dan tahun 2020 sebanyak 350.000 nasabah. Berdasarkan data tersebut bisa diartikan terjadi peningkatan nasabah tiap tahunnya.

Generasi milenial sebesar 25,87% dari total penduduk Indonesia, melihat kondisi ini maka dari itu bank syariah harus menarik minat mereka dengan cara yang kreatif dan inovatif dalam memahami kebutuhan, keinginan, selera dan perilaku nasabah tersebut agar nasabah dapat percaya dan menjadi pengguna layanan perbankan syariah (Dian, 2021). Hingga Juni 2020, BNI Syariah memiliki 3.837 nasabah milenial dengan total dana pihak ketiga (DPK) sebesar Rp2,12 triliun. Nasabah milenial ini berkontribusi terhadap proporsi dana murah syariah BNI yang mencapai 67,5% dari total jumlah nasabah (Kunthi, 2020).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Raka et al., 2017) mengungkapkan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan. Citra perusahaan adalah indikator yang paling berpengaruh. Hal tersebut dilihat dari penilaian nasabah terhadap Bank BNI Syariah karena telah memiliki pelayanan yang memuaskan. Nasabah setuju bahwa Bank BNI Syariah memiliki citra perusahaan dan pelayanan yang baik. Penelitian yang memiliki hasil berbeda dilakukan oleh (Kharsima, 2018), yakni citra perusahaan tidak mempengaruhi minat nasabah menggunakan produk pembiayaan mudharabah pada BMT Nurul Jannah petrokimia Gresik, namun citra perusahaan mempengaruhi minat nasabah.

Selanjutnya variabel harga dengan merujuk pada penelitian dari (Ivany, 2017), hasilnya yakni harga tidak mempengaruhi keputusan menabung karena perbedaan kebijakan setiap bank dalam memberikan nisbah. Hasil penelitian ini menyatakan nasabah percaya bahwa Bank BRI Syariah menetapkan nisbah adil. Sedangkan penelitian dari (Muara, 2019) menunjukkan hasil yang berlawanan yakni variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada BSM. Penentuan harga merupakan sesuatu yang penting

dikarenakan nilai pendapatan yang diterima tergantung oleh harga agar tidak mengalami kerugian.

Kemudian variabel promosi dengan mengamati penelitian dari (Fatah et al., 2021) menghasilkan promosi memiliki dampak positif dan penting pada keputusantabungan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa BSM harus tetap fokus pada strategi pemasarannya, yaitu melakukan promosi penjualan dengan berinovasi saat promosi, sehingga jumlah nasabah menabung akan bertambah pada Bank BSM Malang. Sedangkan hasil penelitian dari (Rohmaniah, 2019) menunjukkan promosi tidak mempengaruhi keputusan nasabah menabung di bank syariah karena promosi yang dilaksanakan tidak sesuai target.

Selanjutnya penelitian dari (Muara, 2019) menjelaskan hasil pengujian simultan variabel harga, lokasi dan promosi mempengaruhi keputusan masyarakat menabung pada BSM KCP Simalungun Perdagangan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Menurut penelitian (Ivany, 2017) menyebutkan bahwa hasil pengujian simultan dari variabel harga, lokasi, dan promosi menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat menabung pada Bank BSM. Artinya yaitu faktor nasabah memutuskan menabung dipengaruhi oleh promosi yang dikeluarkan bank, penawaran harga, pengetahuan produk, dan pengetahuan agama yang nasabah ketahui.

Berdasarkan berbagai penelitian tersebut, masih terdapat beberapa perbedaan hasil penelitian maka diperlukan penelitian lanjutan mengenai pengaruh variabel citra perusahaan, harga, dan promosi terhadap minat nasabah. Oleh karena itu penting meneliti faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan kartu kredit *Hasanah Card* dalam kegiatan transaksinya baik dari segi citra perusahaan, harga, dan promosi. Berdasarkan permasalahan di atas maka peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Citra Perusahaan, Harga, dan Promosi terhadap Minat Menggunakan Hasanah Card Bank BNI Syariah Depok”**.

I.2 Rumusan Masalah

- a. Apakah faktor citra perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah Bank BNI Syariah untuk menggunakan *Hasanah Card*?
- b. Apakah faktor harga berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah Bank BNI Syariah untuk menggunakan *Hasanah Card*?
- c. Apakah faktor promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah Bank BNI Syariah untuk menggunakan *Hasanah Card*?
- d. Apakah faktor citra perusahaan, harga, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah Bank BNI Syariah untuk menggunakan *Hasanah Card*?

I.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis citra perusahaan secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah Bank BNI Syariah untuk menjadi *Card Holder Hasanah Card*.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis harga secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah Bank BNI Syariah untuk menjadi *Card Holder Hasanah Card*.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis promosi secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah Bank BNI Syariah untuk menjadi *Card Holder Hasanah Card*.
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis citra perusahaan, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah Bank BNI Syariah untuk menjadi *Card Holder Hasanah Card*.

I.4 Manfaat Penelitian

a. Aspek teoritis

1. Memberikan analisis data mengenai ada atau tidaknya pengaruh citra perusahaan, harga, dan promosi pada *Hasanah Card* terhadap minat nasabah di Bank BNI Syariah.
2. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi peneliti berikutnya dan dapat menjadi referensi atau kajian ilmiah kepada para pembaca.

b. Aspek praktis

1. Bagi Regulator

Penelitian ini dapat di gunakan bagi regulator dalam hal ini adalah Bank Indonesia untuk membantu memberikan masukan dalam mengambil keputusan untuk Bank BNI Syariah.

2. Bagi Perusahaan

Memberikan informasi tambahan mengenai berbagai faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap *hasanah card* yang dapat digunakan bagi pihak Bank BNI Syariah dalam mengambil keputusan.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini menjadi sumber pengetahuan dan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai kartu kredit syariah *hasanah card*.