

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.

Berdasarkan data statistik, Indonesia memiliki hampir 90% penduduk muslim. Namun begitu, perbankan syariah ternyata hanya berkontribusi sebanyak 5% di dalam persaingan industri perbankan. Sisanya perbankan konvensional masih lebih jauh mendominasi. Jika dibandingkan dengan negara seperti Malaysia, maka pangsa pasar perbankan syariah di negara Malaysia jauh lebih tinggi yakni mencapai 27% *market share*. Padahal, di Malaysia hanya terdapat 64% penduduk muslim dari jumlah total penduduknya. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai apa penyebab pangsa pasar Bank syariah di Indonesia masih belum unggul. Berikut ini adalah data pangsa pasar Bank syariah di negara-negara dengan penduduk mayoritas muslim.

Tabel 1.1
Market Share Bank Syariah di 5 Negara

Negara	Indonesia	Malaysia	Bangladesh	Pakistan	Turki
Penduduk (Juta Orang)	22	19	147	86	77
Market Share	5,3%	27%	14,8%	11,4%	5,6%

Sumber: *Consumer News Bussines Channel*, dikutip tahun 2019.

Survey yang dilakukan oleh *Marketing Research Indonesia* yang dikutip dalam laman *infobanknews.com* tentang *top of mind* atau nama Bank apa yang pertama kali timbul dalam pikiran nasabah, menunjukkan data bahwa terdapat pola perilaku nasabah yang berbeda sesuai dengan kelas-kelas sosialnya. Kekuatan merek Bank dibedakan berdasarkan kelas sosial ekonomi nasabah. Sebagai contoh,

BRI (Bank Rakyat Indonesia unggul dalam kelas sosial menengah sebanyak 39%, sedangkan BCA (*Bank Central Asia*) lebih unggul dalam kelas sosial menengah ke atas sebanyak 36%. Ukuran tersebut berkorelasi dengan penguasaan pasar dan keberhasilan strategi perusahaan. Survey juga menunjukkan Bank konvensional jauh lebih diingat oleh sebagian besar nasabah daripada Bank syariah.

Ketua Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Wimboh Santoso mengatakan industri keuangan syariah belum dinilai menarik dan tidak menjadi pilihan masyarakat saat ini. Hal tersebut dilihat dari sedikitnya total asset Bank syariah. Bahkan fenomena sebagian golongan di masyarakat masih memperlihatkan sikap skeptis terhadap Bank syariah itu sendiri. Oleh karena itu, memperkenalkan dan menjadikan Bank syariah lebih menarik bagi masyarakat adalah hal yang penting untuk saat ini.

Selain dari faktor kelas sosial yang menunjukkan perbedaan pola perilaku nasabah, terhadap pula faktor kepribadian yang mempengaruhi. Nasabah Bank memiliki karakteristik tertentu. Seperti yang terdapat dalam survey *Satisfaction, Loyalty and Engagement (SLE)* tahun 2019 oleh *Marketing Research Indonesia (MRI)*. Survey SLE berfokus pada pengalaman dan ketertarikan emosi dari nasabah terhadap Bank dengan meminta pendapat dan pengalaman dari nasabah, terkait seberapa puas, loyal, dan bangga nasabah terhadap Bank. Dalam hal ini, Bank Muamalat menduduki peringkat pertama sebagai Bank yang memiliki nasabah paling loyal. Salah satu penyebab Bank Muamalat menempati posisi pertama dari survey tersebut adalah karena Bank selalu berupaya menjalin

komunikasi dan memberikan layanan yang disesuaikan dengan karakteristik nasabah. Oleh karena itu, mengenali pribadi dan karakteristik nasabah juga merupakan salah satu aspek yang penting untuk menciptakan produk atau layanan yang tepat sasaran. Bagaimana pun Bank syariah perlu untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat di tengah-tengah ketatnya persaingan Bank dalam menarik minat calon nasabah. Sebuah perusahaan perlu untuk mengenali siapa target pasar sebelum memasarkan suatu produk. Mengenali target pasar penting untuk mempelajari keinginan, persepsi, preferensi, serta perilaku belanja dan pembelian konsumen (Dwita dan Bambang, 2007).

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti merangkum dua poin sehingga penelitian ini menjadi penting, yaitu; 1) Bank syariah dengan pangsa pasar yang masih sempit perlu untuk mengenali target pasar dengan cara meneliti tentang perilaku nasabah, 2) Dalam menganalisis perilaku nasabah, dua di antaranya adalah meneliti tentang perilaku nasabah berdasarkan kelas sosial dan kepribadian nasabah masa kini. Dengan demikian, maka peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kelas Sosial dan Kepribadian terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di PT. Bank Muamalat Tbk. Cabang Kendari.”

1.2 Identifikasi Masalah.

- 1 Kurangnya kekuatan merek Bank Syariah karena Bank Syariah dinilai belum menarik berdasarkan keinginan, persepsi serta preferensi nasabah, serta adanya sikap skeptis dalam masyarakat terhadap Bank Syariah.
- 2 Terdapat pola perilaku yang unik dalam masyarakat sesuai dengan kelas-kelas sosial dalam keputusan menjadi nasabah di Bank syariah.

1.3 Batasan Masalah.

Penelitian ini memfokuskan tentang pengaruh kelas sosial dan kepribadian terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari.

1.4 Rumusan Masalah.

- 1 Apakah faktor kelas sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Tbk. Cabang Kendari?
- 2 Apakah faktor kepribadian berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari?
- 3 Apakah kelas sosial dan kepribadian berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari.

1.5 Tujuan Penelitian.

- 1 Untuk mengetahui adanya pengaruh signifikan kelas sosial terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari.
- 2 Untuk mengetahui adanya pengaruh signifikan kepribadian terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari.
- 3 Untuk adanya mengetahui pengaruh simultan kelas sosial dan kepribadian terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari.

1.6 Manfaat Penelitian.

Penelitian diharapkan dapat menjadi salah satu bahan acuan untuk digunakan sebagai berikut:

1 Secara Teoritis.

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menunjang perkembangan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan masukan yang dapat mendukung bagi peneliti yang tertarik dalam bidang penelitian yang sama.

2 Secara Praktis.

Bagi penulis untuk menerapkan teori yang telah diperoleh di bangku kuliah, serta memperluas pengetahuan tentang perbankan syariah khususnya mengenai kelas sosial dan kepribadian nasabah. Bagi jurusan; penelitian ini dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Khususnya Program Studi Perbankan Syariah. Bagi pihak perbankan syariah; sebagai masukan tentang faktor kelas sosial dan kepribadian diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam menyusun langkah-langkah kebijakan dan merancang strategi pemasaran Bank syariah.

1.7 Definisi Operasional.

1. Kelas Sosial

Kelas sosial dapat didefinisikan sebagai sekelompok manusia yang menempati lapisan sosial berdasarkan kriteria ekonomi, pekerjaan, dan pendidikan. Menurut Maliki (2010), ada tiga pembagian kelas sosial, yaitu:

- a. Kelas atas; kelas ini ditandai oleh besarnya kekayaan, pengaruh baik dalam sektor-sektor perseorangan ataupun umum, tingkat pendidikan yang tinggi, dan kestabilan kehidupan keluarga.
- b. Kelas menengah; kelas ini ditandai dengan tingkat pendidikan yang tinggi, penghasilan cukup, dan mempunyai penghargaan yang tinggi

terhadap kerja keras, pendidikan, kebutuhan menabung, dan perencanaan masa depan, serta dilibatkan dalam kegiatan komunitas.

- c. Kelas bawah; kelas ini biasanya terdiri dari kaum buruh kasar, penghasilannya pun relatif lebih rendah sehingga mereka tidak mampu menabung, lebih berusaha memenuhi kebutuhan langsung daripada memenuhi kebutuhan masa depan, berpendidikan rendah, dan penerima dana kesejahteraan bagi pemerintah.

2. Kepribadian.

Kepribadian didefinisikan sebagai sifat hakiki yang tercermin pada sikap seseorang atau suatu bangsa yang membedakannya dari orang atau bangsa lain. Kepribadian dalam hal ini bersifat permanen dan sulit untuk diubah dalam waktu singkat.

3. Nasabah.

Di dalam Undang-undang RI Nomor 21 Tahun 2008, tentang perbankan syariah, nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah atau unit usaha syariah. Nasabah yang menjadi subjek penelitian adalah nasabah yang menggunakan produk atau jasa di PT. Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari

4 Keputusan.

Keputusan dalam penelitian ini adalah pilihan yang diambil oleh responden untuk menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Tbk. Cabang Kendari.