

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

1.1 Bank syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai hukum Islam dengan tujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan keadilan rakyat. Bank syariah dalam menjalankan kegiatannya, tidak terbatas untuk orang yang beragama Islam atau muslim saja, tapi juga untuk non muslim, oleh karena itu, perbankan syariah tidak hanya berorientasi pada profit secara komersial, tetapi juga dituntut untuk menampilkan realisasi nilai-nilai syariah sebagaimana yang disebutkan dalam Al-Qur'an Surah Hud ayat 61 sebagai berikut:

وَالِي تَمْوَدَ أَخَاهُمْ صَالِحًا قَالَ يَاقَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ هُوَ أَنْشَأَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا فَاسْتَغْفِرُوهُ ثُمَّ تَوْبُوا إِلَيْهِ إِنَّ رَبِّي قَرِيبٌ مُجِيبٌ

Artinya: “Dan kepada kaum samud (Kami utus) saudara mereka, Saleh. Dia berkata, “Wahai kaumku! Sembahlah Allah, tidak ada tuhan bagimu selain Dia. Dia telah menciptakanmu dari bumi (tanah) dan menjadikanmu pemakmurnya, karena itu mohonlah ampunan kepada-Nya, kemudian bertobatlah kepada-Nya. Sesungguhnya Tuhanku sangat dekat (rahmat-Nya) dan memperkenankan (doa hamba-Nya).”

Religiusitas pada dasarnya merupakan perbuatan seseorang yang berhubungan dengan masyarakat luas dalam rangka mengembangkan kreativitas pengabdian

(ibadah) kepada Allah semata. Dimensi religiusitas menggambarkan adanya konsistensi antara kepercayaan terhadap agama sebagai unsur kognitif, perasaan agama sebagai unsur efektif dan perilaku terhadap agama sebagai unsur psikomotorik¹. Sikap keberagaman pada orang dewasa memiliki perspektif yang luas didasarkan atas nilai-nilai yang dipilihnya, pendalaman pengertian dan perluasan pemahaman tentang ajaran agama yang dianutnya, merupakan sikap dan bukan sekedar ikut-ikutan².

Karakteristik sistem perbankan syariah menerapkan prinsip bagi hasil dan ini akan saling menguntungkan baik bank itu sendiri maupun masyarakat. Aspek yang menonjol pada perbankan syariah ini adalah aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan sebagai masyarakat yang cinta ekonomi Islam sehingga ini dapat menjadi media pembelajaran bagi masyarakat, menjadi sentral ekonomi ummat.

Regulasi tentang bank syariah diatur dalam Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah. Bank Umum Syariah tidak dapat dikonversi menjadi Bank Umum Konvensional. Bank Konvensional hanya dapat mengubah kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dengan izin Bank Indonesia. Seperti halnya lembaga perbankan konvensional memberikan balas jasa kepada nasabah yaitu berupa bunga bank. Penetapan tingkat bunga dianggap riba oleh masyarakat dan

¹ Rahmat, Jalaludin, *Islam Aletnatif*, (Bandung: Mizan, 1996).

² Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda, (2018), Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah, *Al-Amwal*, dalam Volume 10, No. 1, 48-62

bertentangan dengan agama Islam. Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat An-Nisa' ayat 29 yaitu sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta diantara kamu dengan jalan yang bathil. Tetapi (hendaklah) dengan perniagaan yang berdasar kerelaan di antara kamu (QS. An-Nisa', 29)³.

Keberadaan bank syariah merupakan upaya untuk mengantisipasi sistem ribawi (bunga) yang diterapkan oleh perbankan konvensional karena dalam ajaran Islam sudah jelas bahwa riba diharamkan Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba sebagaimana firman Allah dalam Surah Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi⁴:

الرِّبَا مِثْلُ النِّبْيَعِ إِنَّمَا قَالُوا بِأَنَّهُمْ لَكُمْ ذُلٌّ لَمَسَ مِنَ الشَّيْطَانِ خَبِطُهُ يَدَ الَّذِي يَفُومُ كَمَا إِلَّا يُفُومُونَ لَا الرِّبَا يَأْكُلُونَ الَّذِينَ فَأُولَئِكَ عَادَ وَمَنْ اللَّهُ إِلَى وَأَمْرُهُ سَلَفٌ مَا فَلَهُ فَاَنْتَهَى رَبِّهِ مِنْ مَوْعِظَةٍ ءَمَّجَا فَمَنْ ُ الرِّبَا وَحَرَّمَ الِْبَيْعِ اللَّهُ وَأَحَلَّ ُ خَلِدُونَ فِيهَا هُمْ ءَالنَّارِ أَصْحَابُ

Artinya: “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya”

³ Departemen Agama Republik Indonesia, *AL-Quran Terjemah Indonesia*, (Bandung: Syaamil Al-Qur'an, 2002).

⁴

Banyak perbankan konvensional beralih ke industri perbankan syariah, dengan cara membentuk unit syariah ataupun melakukan konversi bahkan merger menjadi Bank Syariah. Selain Bank Muamalat yang merupakan bank pertama berbasis syariah, bank BUMN juga telah membentuk unit syariah; Mandiri Syariah, BNI Syariah, BRI Syariah, BTN Syariah dan banyak bank lainnya. Berkembangnya perbankan syariah menunjukkan bahwa industri tersebut memberi kontribusi positif bagi pertumbuhan ekonomi suatu daerah, sehingga layak untuk terus ditingkatkan dengan rangkaian inovasi dan menciptakan daya tarik nasabah untuk memilihnya, di samping pelaksanaannya yang sudah pasti harus berbasis syariah.

Aceh merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang dikenal religius dan memiliki persentase muslim terbanyak di Indonesia yaitu 98,5% dari total penduduknya sebesar 5,19 juta⁵. Besarnya persentase penduduk muslim tersebut menjadikan pangsa pasar terbesar yang dapat dimanfaatkan oleh lembaga perbankan Syariah dan sebagai sumber daya dan potensi utama bagi pertumbuhan ekonomi di Aceh, khususnya potensi ekonomi syariah dan industri halal serta sarana untuk bermu'amalah.

Qanun Aceh No. 8 Tahun 2014, Paragraf 2 pasal 21 ayat 2 menyatakan bahwa lembaga keuangan di Aceh harus berdasarkan prinsip syariah. Adanya Qanun tersebut maka semua bank konvensional berubah menjadi syariah yang ada di Provinsi Aceh, sehingga ada kemungkinan bank konvensional harus menutup kegiatan

⁵ Antonius Purwanto. Provinsi Aceh. <https://kompaspedia.kompas.id/baca/profil/daerah/provinsi-Aceh>. Diakses tanggal 20 Juni 2021

operasionalnya di Provinsi Aceh. Bahkan lembaga keuangan konvensional yang sudah beroperasi harus membuka Unit Usaha Syariah, transaksi keuangan pemerintahan Aceh dan pemerintahan Kabupaten/Kota wajib melalui lembaga keuangan syariah. Diberlakukannya Qanun tersebut tentang Pokok-pokok Syariat Islam yang mengatur Lembaga Keuangan Syariah, maka pengembangan industri perbankan syariah di Aceh semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi.

Kemudian terkait Qanun Aceh No 8 tahun 2014 tentang Pokok-pokok Syariat Islam⁶ dan Qanun Aceh No. 11 tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah⁷, memungkinkan pertumbuhan pangsa pasar bank syariah secara jangka panjang akan lebih menjanjikan apabila qanun terkait Lembaga Keuangan Syariah (LKS) di Aceh dapat direalisasikan dan efektif membuat masyarakat Aceh beralih dari bank konvensional. Seperti yang dilakukan Bank Aceh melakukan konversi dari bank konvensional ke bank syariah. Secara keseluruhan, aset perbankan syariah (BUS) mencatatkan pertumbuhan aset pada setahun terakhir. Aset perbankan syariah yang terhitung pada Desember 2017 sebesar Rp 424 triliun dan 2018 tercatat sebesar Rp.477,42 triliun. Hal yang sama juga terjadi pada perkembangan aset bank syariah 2019. Pada 2019, aset bank syariah tumbuh menjadi Rp 499,98 triliun dibandingkan 2018.⁸

⁶ Qanun Aceh No 8 tahun 2014 tentang Pokok-pokok Syariat Islam

⁷ Qanun Aceh No. 11 tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah

⁸ www.ojk.go.id

Kenyataannya, meskipun Bank Aceh telah konversi ke bank Aceh Syariah namun hingga kini sekitar 60 persen rekening tabungan masyarakat Aceh masih terjebak riba atau masih berada di bank konvensional. 60 persen tersebut merupakan angka yang masih tinggi selama dua tahun (2016-2018) berjalannya konversi Bank Aceh ke Syariah (Taufik, 2019)⁹. Artinya masyarakat Aceh masih tetap menggunakan bank konvensional meskipun sudah dikonversikan ke bank syariah, dampak dari konversi Bank Aceh ke syariah tidak serta merta membebaskan masyarakat Aceh dari riba. Namun demikian, jika dilihat dari segi potensi masyarakat Aceh yang dominan muslim, dan berdasarkan pernyataan Taufik tersebut masih ada peluang 60 persen menjadikan pangsa pasar bank Syariah.

Kota Lhokseumawe merupakan salah satu daerah di provinsi Aceh yang terletak diantara dua kota besar Medan dan Banda Aceh, sehingga membuat Kota Lhokseumawe menjadi kota yang unik dan menarik dengan beragam budaya. Memiliki posisi yang strategis juga menjadikan Kota Lhokseumawe sebagai jalur vital perdagangan di Aceh dan persinggahan. Hal ini, bisa di manfaat industri perbankan khususnya perbankan syariah yang dapat memanfaatkan jasa lalulintas moneter dalam perdagangan dan perhotelan. Ditambah lagi dengan tingkat religiusitas yang tinggi di Kota Lhokseumawe, terbukti banyaknya majelis-majelis ilmu dan jamaah masjid. Ini memberikan sinyal bahwa perbankan syariah di Kota Lhokseumawe bisa cepat berkembang.

⁹ Ibid 7

Selain itu, keuangan Islam menjadi suatu fenomena yang menarik untuk dikaji lebih dalam bagaimana revolusi lembaga keuangan syariah khususnya perbankan. Di samping itu juga mayoritas masyarakat Aceh Khususnya Lhokseumawe beragama Islam dan kondisi ini didukung oleh kebijakan pemerintah Daerah dengan mengeluarkan qanun. Qanun Aceh No. 11 Tahun 2018 tentang lembaga Keuangan Syariah adalah Peraturan Perundang-undangan yang mengatur tentang kegiatan lembaga Keuangan dalam rangka mewujudkan ekonomio masyarakat Aceh yang adil dan sejahtera dalam naungan Syari'at Islam. Di sisi lain, dilihat dari ikon bahwa Bank Indonesia (BI) merupakan BI pertama yang ada di provinsi Aceh berada di Kota Lhokseumawe. BI berdiri di Kota Lhokseumawe pada tahun 1976 yang berlokasi di jalan Sukaramai dan kemudian tahun 1982 menempati gedung baru di jalan Merdeka No 1 Kota Lhokseumawe sampai saat ini. Hal ini memberikan keistimewaan bagi Kota Lhokseumawe.

Kota Lhokseumawe dulunya terkenal dengan petro dolar dan sekarang telah menjadi Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Arun. Kota kecil yang banyak pendatang dari berbagai daerah namun memiliki prospek yang luas dimasa mendatang. Pemilihan kota Lhokseumawe sebagai lokasi penelitian disebabkan, kota Lhokseumawe lebih maju dibandingkan kabupaten/kota lain di provinsi aceh kecuali Banda Aceh yang merupakan Ibu kota Provinsi. Disamping itu, Kota Lhokseumawe juga sebagai daerah basis industri yang ramai penduduknya yang memanfaatkan industri jasa perbankan dalam menjalankan aktivitasnya. Hal ini terbukti dari banyaknya proyek-proyek vital berada di Kota Lhokseumawe seperti Kawasan

Ekonomi Khusus (KEK) Arun, PIM, PHE (Pertamina Hulu Energi), PAG (Peta Gas Arun), dan Pase Energi.

Pada dasarnya perkembangan perbankan syariah di Kota Lhokseumawe, memiliki prospek yang luas di masa mendatang, hal ini didukung oleh faktor penduduknya yang muslim juga didukung oleh regulasi daerah yang menerapkan aturan syariat Islam yang juga menyentuh aspek keuangan. Selain itu, indikator pertumbuhan pangsa pasar (*market share*) perbankan syariah yang tinggi di Lhokseumawe, juga semakin memberikan indikator tentang pertumbuhan sistem keuangan syariah yang semakin prospektif di masa mendatang. Saat ini, market share bank syariah secara nasional adalah 5,74 persen. Sedangkan di Aceh, market share bank syariah telah melebihi bank dengan sistem konvensional, yakni 58,36 persen¹⁰.

Tabel 1.1 menunjukkan data awal jumlah nasabah bank Syariah dari beberapa bank Syariah yang ada di Kota Lhokseumawe:

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Bank Syariah

No	Nama Bank	Jumlah Nasabah
1.	Bank Muamalat	10.319
2.	BNI Syariah	42.257
3.	Bank Syariah Mandiri (BSM)	8.702
4.	BRI Syariah (BRIS)	12.336
5.	CIMB Syariah	8.106
6.	Bank Aceh Syariah	7.914
Jumlah		89.634

Sumber : Data Primer pada Setiap Bank Syariah di Lhokseumawe (2019)

¹⁰ www.ojk.go.id.

Kemudian juga di sajikan dalam Tabel 1.2 jumlah penduduk di Kota Lhokseumawe sehingga bisa di bandingkan berapa persentase penduduk Kota Lhokseumawe yang menabung di bank syariah.

Tabel 1.2 Jumlah Penduduk Kota Lhokseumawe

No	Penduduk/Kecamatan	Jumlah penduduk
1.	Blang Mangat	29.674
2.	Muara Dua	58.839
3.	Muara Satu	33.984
4.	Banda Sakti	84.705
Jumlah		207.202

Sumber : BPS Kota Lhokseumawe (2019)

Tabel 1.1 menunjukkan data jumlah nasabah pada 7 bank Syariah, yaitu Bank Muamalat, BNI Syariah, Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah, CIMB Syariah dan Bank Aceh Syariah. Mayoritas nasabah bank didominasi oleh bank pemerintah seperti BNI Syariah, BRI Syariah dan Bank Aceh Syariah, sehingga total nasabah 89.834. Kemudian Tabel 1.2 menunjukkan bahwa jumlah penduduk Kota Lhokseumawe 207.202. Jika dibandingkan data nasabah bank syariah di Kota Lhokseumawe dengan data penduduk di Kota Lhokseumawe pada tahun 2019, maka menunjukkan bahwa $((89.834/207.2020) \times 100)$ 43,16% masyarakat Kota Lhokseumawe menabung pada bank syariah. Hal ini, sesuai atau mendekati dengan pernyataan Taufik sebelumnya bahwa masyarakat Aceh sekitar 60 persen berada di bank konvensional. Artinya Kota Lhokseumawe memiliki potensi dalam mengembangkan bank syariah.

Sementara dari segi asset, penghimpunan dan penyaluran dana kota Lhokseumawe berada di posisi ke dua setelah Kota Banda Aceh. Ini membuktikan bahwa pasar bank syariah di kota Lhokseumawe sangat potensial untuk dikembangkan. Untuk lebih jelasnya mengenai jumlah asset, pembiayaan dan penghimpunan dana dari pihak ketiga dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.3. Total Asset Gross, Pembiayaan dan Dana Pihak Ketiga Bank Syariah di Kab/Kota Provinsi Aceh

Nama Kab/Kota	Total Asset Gross (Assets Gross)	Pembiayaan (Financing)	Dana Pihak Ketiga (Depositor Funds)
Kab. Pidie	1.988	1.576	1.567
Kab. Aceh Timur	916	830	531
Kab. Aceh Selatan	1.974	1.823	978
Kab. Aceh Barat	2.300	1.875	1.610
Kab. Aceh Tengah	1.713	1.611	1.069
Kab. Aceh Tenggara	1.940	1.849	1.125
Kab. Aceh Singkil	464	433	330
Kab. Aceh Jeumpa	1.766	1.448	1.571
Kab. Aceh Tamiang	1.400	1.311	783
Kab. Gayo Luwes	405	370	273
Kab. Aceh Barat Daya	1.265	1.189	764
Kab. Aceh Jaya	377	327	364
Kab. Nagan Raya	584	536	420
Kab. Simeulu	737	636	481
Kab. Bener Meriah	557	529	367
Kab. Pidie Jaya	367	291	362
Kab. Subussalam	308	298	128
Kota Banda Aceh	22.559	6.792	17.848
Kota Sabang	263	213	261
Kota Lhokseumawe	4.889	3.441	4.020
Kota Langsa	2.380	1.883	1.839

Sumber: Statistik Perbankan Syariah, 2021

Berasarkan tabel 1.3, terlihat bahwa Kota Lhokseumawe merupakan kota yang memiliki pangsa pasar (*market share*) yang besar setelah Kota Banda Aceh dibandingkan dengan kab/kota lain di Provinsi Aceh. Ini menunjukkan bahwa Kota Lhokseumawe kota yang memiliki pasar potensial bagi bank syariah untuk mengembangkan pasarnya. Pertumbuhan pangsa pasar (*market share*) perbankan syariah yang tinggi di Aceh, khususnya Lhokseumawe memberikan indikator tentang pertumbuhan sistem keuangan syariah yang semakin prospektif di masa mendatang.

Untuk mengembangkan pasar secara prospektif, perbankan syariah di Lhokseumawe diharapkan dapat mengelola sektor-sektor potensial, misalnya sektor perdagangan, pertanian atau perkebunan, kelautan dan juga sektor usaha kecil dan industri kecil, melalui produk-produk perbankan yang inovatif dan tetap bersendikan sistem keuangan syariah dan juga dengan pelayanan yang modern. Dengan mengelola sektor potensial di Lhokseumawe dan menjadi solusi terhadap pengembangan usaha masyarakat sehingga dapat berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi masyarakat Kota Lhokseumawe khususnya dan Aceh pada umumnya.

Perkembangan perbankan syariah di Kota Lhokseumawe terus mengalami peningkatan. Peningkatan ini disebabkan selanjutnya banyaknya kelebihan yang dimiliki bank syariah, disamping mayoritas masyarakat kota Lhokseumawe juga beragama Islam dan memiliki keyakinan bahwa bank syariah menerapkan prinsip-prinsip sesuai dengan syariah. Bank syariah dalam semua transaksi, memakai akad-akad syariah, agar dapat agar dapat menghilangkan unsur riba atau bunganya, karena dalam ajaran Islam transaksi yang mengandung riba adalah haram.

Di sisi lain juga dalam sistem bank konvensional tidak ada transaksi gadai karena ini merupakan domain jasa pegadaian, akan tetapi pada bank syariah ada yang namanya rahn yakni akad yang digunakan dalam proses gadai barang. Akad sewa juga menjadi keunggulan bank syariah yaitu ijarah, sementara pada bank konvensional tidak memiliki produk tersebut. Ini banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan karena tidak dicatat sebagai utang, sehingga positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Industri perbankan memiliki peranan penting dalam mempengaruhi konsumennya (nasabah) yang tentunya membawa dampak pada meningkatnya kekayaan pemegang saham yang dikelola oleh manajemen, seperti yang disebut dalam teori keagenan (Jensen dan Meckling dalam Uzaimi, 2017)¹¹. Teori ini secara ringkas menyimpulkan bahwa manajemen berperan dalam memaksimalkan kekayaan perusahaan dengan tidak menyampingkan nilai perusahaan itu sendiri. Jika ini enggan dilakukan oleh perusahaan, maka disini muncul masalah keagenan. Artinya secara internal perusahaan ini perlu dibenahi untuk mencapai tujuan perusahaan. Tujuan perusahaan baik itu dijalankan secara konvensional maupun Syariah tidak bisa dipungkiri tetap mencari keuntungan.

Oleh karena itu, perusahaan harus mampu mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan memilih bank, dalam penelitian ini adalah bank Syariah. Pengambilan keputusan secara psikologi merupakan proses kognitif yang

¹¹ Uzaimi, Achmad (2017). Teori Keagenan dalam Perspektif Islam. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia. Vol.1, Oktober 2017.

mengakibatkan pemilihan kepercayaan atau tindakan dari berbagai alternatif. Ketika dihubungkan konsumen/nasabah harus memilih, maka tidak terlepas teori keputusan dari pengidentifikasi masalah, pencarian informasi, dan penilaian alternatif berdasarkan nilai-nilai, preferensi, dan keyakinan pembuat keputusan.

Mempengaruhi konsumen dalam memilih, baik secara Syariah maupun konvensional pada dasarnya memiliki konsep yang sama dari sudut keputusan pembeli. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan atas pembelian barang atau jasa meliputi penentuan apa yang dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan tersebut diperoleh dari kejadian-kejadian sebelumnya¹². Teori Assauri ini sama seperti yang diutarakan Kotler yaitu suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian¹³.

Berangkat dari teori tersebut, tidak mengherankan jika nasabah juga mempertimbangkan hal-hal apa saja yang dipertimbangkan ketika memilih bank Syariah. Pada dasarnya masih banyak nasabah yang mempertahankan menjadi nasabah bank konvensional seperti BNI dan Bank Mandiri, khususnya para pengusaha atau pedagang. Mengingat transaksi yang dilakukan dengan luar Kota Lhokseumawe khususnya dan Aceh pada umumnya. Hal ini memudahkan mereka dalam bertransaksi, disamping sudah adanya unsur kepercayaan dari pihak bank

¹² Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Rajawali Press, 2004). h. 114

¹³ Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: PT. Erlangga, 2000). h. 15

kepada pengusaha atau pedagang tersebut. Diawal-awal beralihnya bank konvensional ke bank Syariah, banyak masyarakat bingung untuk memilih bank apa yang tepat, disamping tidak adanya edukasi secara rutin, isu yang menyatakan bank syariah sama saja dengan bank konvensional pun berkembang.

Sebahagian masyarakat Kota Lhokseumawe berfikir bahwa praktek yang dijalankan dengan teori bersebrangan sehingga enggan untuk beralih kepada bank Syariah dan tetap setia dengan bank konvensional. Jikapun dijalankan, belum mencerminkan atau belum sepenuhnya berdasarkan Syariah. Ini yang perlu dikaji, kenapa masyarakat enggan beralih ke bank Syariah padahal mayoritas masyarakat Kota Lhokseumawe adalah muslim. Minimal yang berstatus muslim pastinya diduga akan beralih ke bank Syariah, namun faktanya tidak semua beralih. Ada apa ini, ada masalahkah dengan masyarakatnya atau industri perbankan itu sendiri yang belum amanah sehingga ada masalah dengan keagenannya (manajemen), sehingga pihak manajemen bank syariah harus mampu meyakinkan nasabah bahwa bank Syariah layak diberi kepercayaan.

Salah satu poin penting yang harus diperhatikan oleh bank syariah khususnya di Kota Lhokseumawe berdasarkan data awal adalah faktor-faktor apa yang menjadi alasan masyarakat tidak memilih bank syariah. Utomo dan Burhan mengatakan bahwa faktor pengetahuan tentang bank syariah adalah faktor yang dominan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah. Artinya nasabah yang sudah memiliki pengetahuan tentang agama, akan memilih bank syariah untuk menghindari sanksi di akhirat kelak disebabkan adanya unsur riba pada bank konvensional. Ini menjadi

perluang bagi bank syariah dalam meningkatkan nasabah harus fokus pada sosialisasi tentang bank syariah kepada masyarakat, agar masyarakat lebih memahami bagaimana seluk-beluk tentang bank syariah¹⁴. Penelitian tersebut menggunakan teknik analisis faktor, yaitu dengan menggunakan metode *principle component analysis*, karena dengan teknik analisis ini akan dapat menghasilkan jumlah faktor yang paling minimum dengan jumlah varian maksimum. Hasilnya menunjukkan, ada sembilan faktor yang menjadi alasan masyarakat tidak memilih bank syariah dengan tinjauan pada aspek bauran pemasaran, yaitu Bank syariah tidak bisa memberikan manfaat personal dan sifat produk bank syariah dinilai biasa-biasa saja, keterbatasan jaringan/akses bank, karakteristik produk tidak menarik, Keterbatasan pengetahuan tentang bank syariah, Terlalu jauhnya jarak bank dengan nasabah, tingginya setoran awal dan kurangnya pemahaman tentang sistem bagi hasil, tingginya biaya administrasi dan rendahnya kepercayaan masyarakat pada bank syariah, kurangnya kegiatan promosi dan lemahnya hubungan bank syariah dengan masyarakat dan karakteristik sistem bagi hasil tidak menarik.

Pada umumnya, masyarakat yang memiliki agama yang kuat pasti akan mengikuti ajarannya. Khraim dalam Mokhlis dan Spartks mengatakan bahwa komitmen keagamaan (religiusitas) memiliki variasi pada setiap individu. Orang yang

1.1.1 ¹⁴Utomo, Toni Prasetyo dan Burhan, M. Umar. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri, Kantor Cabang Malang)”. Dalam Jurnal Ilmu Manajemen. No. 2, Vol. 2. 2013

memiliki religiusitas yang tinggi, akan selalu mengikuti prinsip-prinsip agama seperti melakukan ibadah, akidah, ilmu keislaman, berkomitmen kuat pada ajaran agama dan asosiasi kelompok. Sebaliknya individu yang memiliki religiusitas yang rendah merasa bebas untuk berperilaku dengan cara lain¹⁵. Kepercayaan individu untuk berkomitmen pada agama (religiusitas) memberikan dampak langsung terhadap perilaku pilihan di pasar¹⁶. Mu'in juga mengatakan bahwa religiusitas nasabah memberikan dampak yang signifikan terhadap pemilihan produk bank syariah.

Banyak faktor yang menentukan masyarakat Kota Lhokseumawe memutuskan untuk beralih dari bank konvensional ke bank Syariah, antara lain religiusitas, sikap dan kepercayaan nasabah. Beralihnya masyarakat menjadi nasabah Bank Syariah disebabkan pemahaman dan pengetahuan perbankan syariah melalui agama (religiusitas) lebih mendalam. Tidak semua orang yang agamanya kuat memilih bank syariah sebagai sarana bermu'amalah, sehingga harus dimediasi oleh faktor-faktor lainnya untuk meyakinkan nasabah tersebut memilih bank syariah seperti religiusitas, sikap dan kepercayaan.

Religiusitas dalam pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang agama dengan sendirinya memberikan dampak perubahan pada kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah. Yang menjadi permasalahan disini apakah konsumen dengan berbeda agama mempengaruhi keputusannya memilih bank syariah, atau bisa

¹⁵Mokhlis, S. "Consumer Religiosity and Shopping Behavior in Kuala Lumpur.Malaysian" dalam Management Journal, Vol. 11. No. 1, h. 87- 101

¹⁶Khraim, H. "Measuring Religiosity in Consumer Research from Islamic Perspective". dalam International Journal of Marketing Studies, Vo. 2 No. 2, h. 166-179

jadi yang awalnya diduga muslim yang akan menjadi nasabah terbesar bank Syariah malahan berkebalikan yang non muslim yang mendominasi bank Syariah. Dikhawatirkan agama/religiusitas hanya digunakan sebagai kedok agama saja namun pelaksanaannya tidak sesuai agama atau bahkan masih menggunakan sistem riba layaknya perbankan konvensional. Tentunya ini mempengaruhi masyarakat menggunakan jasa bank Syariah atau dengan kata lain memilih bank Syariah sebagai jasa lalu lintas keuangan.

Namun sebahagian masyarakat yakin bank syariah itu akan berjalan dengan semestinya/kafah sehingga tetap mendukung operasional bank Syariah apapun isu menerpa. Masyarakat berfikir, kinerja bank konvensional sudah berpuluh-puluh tahun lamanya menjalankan dengan sistem kapitalis yang tidak sebanding dengan bank Syariah yang baru beberapa puluh tahun menjalankan operasionalnya secara Syariah. Artinya tidak mudah membalikkan telapak tangan untuk mengubah sistem kapitalis yang dijalankan selama ini. Meskipun belum seratus persen dijalan secara Syariah, setidaknya sebagian masyarakat sudah mendukung proses dari kinerja bank syariah itu sendiri. Sehingga ini menjadi pilihan bagi nasabah memilih bank Syariah karena memenuhi kewajibanya sebagai muslim dan memperjuangkan haknya sebagai muslim.

Jika gambaran tadi diterapkan secara kafah dan konsisten, tentu hal ini secara tidak langsung membuat kepercayaan masyarakat terhadap perbankan konvensional menjadi tidak menarik lagi untuk digunakan jasanya karena menganggap bahwa bank konvensional mengandung riba yang membawa

kemudaran bagi masyarakat itu sendiri. Allah berfirman dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 278 yang melarang orang mukmin agar tidak memakan riba yaitu sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkanlah sisa riba (yang belum dipungut), jika kamu orang yang beriman (QS. Al-Baqarah, 278)*¹⁷.

Jika melanggar ketentuan yang sudah Allah perintahkan, maka akan mendapatkan siksa atau Azab bagi orang-orang yang memakan riba, seperti firman Allah dalam Surat An-Nisa' ayat 161 yaitu:

وَأَخَذَهُمُ الرِّبَا وَقَدْ نُهُوا عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا عَظِيمًا

Artinya: *Dan disebabkan karena mereka memakan riba, padahal sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya, dan karena mereka memakan harta orang dengan jalan yang batil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang kafir di antara mereka itu siksa yang pedih (QS. An-Nisa: 161)*¹⁸

Firman Allah di atas, menjelaskan bahwa Allah akan memberikan sanksi (siksa) yang sangat pedih kepada siapa saja yang memakan riba. Ini sangat berbahaya jika dilakukan oleh orang-orang mukmin dan tidak mau menghentikan riba atau bentuk-bentuk kegiatan usaha yang berbau riba. Hal ini yang dipercayai atau diimani oleh masyarakat muslim (mukmin) bahwa perbankan konvensional mengandung

¹⁷Departemen Agama Republik Indonesia, *AL-Quran Terjemah Indonesia*, (Bandung: Syaamil Al-Qur'an, 2002)

¹⁸Ibid., hlm. 3221

unsur riba. Azab riba itu sangat berat dan membahayakan kehidupan muslim dunia akhirat.

Sikap merupakan suatu tindak lanjut dari seseorang merespon kejadian terhadap objek tertentu. Sikap ini diikuti oleh rasa suka, tidak suka, biasa saja, atau perasaan lainnya sehingga bisa memutuskan untuk bertindak. Jadi berkaitan dengan keputusan dalam memilih. Sikap itu sendiri bisa dari bawaan lahir, kebiasaan, dipelajari, sehingga bisa disimpulkan sikap itu bisa berubah-ubah tergantung situasi dan kondisi yang nantinya mempengaruhi seseorang mengambil keputusan. Sikap dan religiusitas berkaitan erat jika dihubungkan sebagai mediasi dalam keputusan memilih bank Syariah.

Secara teoritikal pandangan tentang pengaruh religiusitas terhadap sikap telah disampaikan oleh para ahli, diantaranya Arnould, Price, dan Zikhan¹⁹ berpendapat bahwa faktor religiusitas adalah faktor penting dalam membentuk sikap dan perilaku individu dalam aktivitas hidupnya termasuk urusan ekonomi mereka. Pendapat serupa juga disampaikan oleh Essoo dan Dibb²⁰, Hirschman²¹ Johnson, Jang, Larson, dan Li²², secara umum menganggap bahwa orang yang sangat religius akan mengevaluasi dunia melalui pandangan keagamaan dan dengan demikian akan mengintegrasikan

¹⁹ Arnould, E., Price, L., & Zikhan, G. *Consumers*. 2 ed.. (New York: McGraw-Hill, 2004). h.75

²⁰Essoo, N., & Dibb, S. "Religious influences on shopping behaviour: An exploratory study". dalam *Journal of Marketing Management*, Vol. 7, No. 8, h. 683.

²¹Hirschman, E. *Religious Affiliation and Consumption Process: An Initial Paradigm*. (Greenwich: JAI Press, 1983), h.261

²²Johnson, B., Jang, S., Larson, D., & Li, S. Does adolescent religious commitment matter? A reexamination of the effects of religiosity on delinquency. *Journal of Research in Crime and Delinquency*, Vol. 38, No. 1, h. 22-43.

agamanya ke dalam sebagian besar aspek hidupnya termasuk sikap dalam bertransaksi secara ekonomi.

Sikap memiliki dampak yang kuat terhadap persepsi masyarakat terhadap objek dan karenanya berdampak pada perilaku seperti yang dikatakan oleh Fazio, 1986²³. Sikap dapat menyebabkan atau sebagai hasil dari perilaku, namun istilah ini tidak dapat ditukar atau sama artinya. Perilaku mencerminkan baik evaluasi positif maupun negatif dan tindakan terhadap objek. Sikap memiliki faktor motivasional, karena hal itu mendorong konsumen menuju tindakan tertentu atau mungkin menghalangi perilaku tertentu, pendapat ini disampaikan oleh Schiffman & Kanuk²⁴. Sikap dianggap sebagai faktor paling berpengaruh yang menjelaskan niat seseorang untuk menggunakan produk perbankan syariah, seperti kartu kredit Syariah dan pembiayaan pribadi Syariah (Amin, Abdul Rahman, & Abdul Razak²⁵). Uraian ini menjelaskan bahwa bahwa religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah dengan melibatkan sikap sebagai variabel intervening yang mana variable tersebut tidak dapat diukur dan diamati secara langsung.

Kepercayaan merupakan keyakinan satu pihak atas dasar pengalaman yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan akan kinerja suatu objek. Kepercayaan ini sendiri

²³Fazio, R. H. How do Attitudes Guide Behavior? In R. M. Sorrentino, & E. T. Higgins, *Handbook of Motivation and Cognition: Foundations of Social Behavior*. (New York: The Guilford Press, 1986), h. 25

²⁴Schiffman, L., & Kanuk, L. *Consumer Behavior* (7 ed.). (New York: Prentice Hall, 2000), hl.172

²⁵Amin, H., Rahman, A. R., Sondoh Jr, S. L., & Ang, M. C. (2011). Determinants of customers' intention to use Islamic personal financing: The case of Malaysian Islamic banks, dalam *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, Vol. 2, No. 1, h. 22 - 42. doi:10.1108/17590811111129490

bisa menjadi variabel intervening dalam kaitannya dengan religiusitas mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank Syariah. Pernyataan ini diperkuat oleh pendapat ahli seperti Cateora dan Graham²⁶; dan Terpstra dan Sarathy²⁷ menyatakan bahwa agama adalah salah satu faktor terpenting yang mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam membuat keputusan bertransaksi dalam bisnis dan jual beli. Konsumen dengan tingkat Religiusitas yang tinggi akan mempengaruhi dirinya secara kognitif dan akan membentuk perilaku dan kepercayaan mereka terhadap pilihan bertransaksi dalam urusan jual beli. Artinya terdapat variabel intervening (sikap dan kepercayaan) dalam variabel religiusitas dalam keputusan memilih bank syariah.

Kepercayaan nasabah (*consumer beliefs* atau *trust*) adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah dan semua kesimpulan yang dibuat nasabah tentang objek, atribut, dan manfaatnya²⁸. Hal ini perlu dibangun oleh bank Syariah dalam memberikannya bahwa bank Syariah layak dipilih oleh masyarakat apakah itu melalui produk-produk yang ditawarkan, sistem yang dijalankan, sikap ataupun tindakan dalam menghadapi konsumen, tingkat keyakinan dan kepercayaan telah sesuai seperti yang diatur dalam Al-Quran dan Haidts.

²⁶Cateora, P., & Graham, J. *International Marketing* (10 ed.). (Boston: Irwin/McGraw-Hill, 1999), h. 36.

²⁷Terpstra, V., & Sarathy, R. *Pemasaran Internasional* (8 ed.). Fort Worth, (FL: The Dryden Press, 2000), h. 161.

²⁸Mowen. J. C., dan Minor, M., *Perilaku Konsumen*, Jilid 1, (Jakarta: Penerbit PT. Erlangga, 2002), hal. 312

Beberapa studi seperti yang dilakukan Souiden dan Rani²⁹, mengatakan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Karena semakin takut seseorang akan hukuman Tuhan, semakin menunjukkan persepsi yang baik terhadap bank-bank Syariah. Selain itu, semakin percaya pada hukum Islam, semakin mendukung produk perbankan Syariah. Amin, Rahman, Sondoh Jr, dan Ang³⁰; Alam, Janor, Zanariah, Wel, dan Ahsan³¹; Soesilowati³², Al-Hyari, Alnsour, Al-Weshah, & Haffar³³; Bobokhonov dan Brito³⁴, mengatakan bahwa memiliki sikap dan religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan pemilihan produk perbankan Syariah.

Metwally³⁵; Dahari³⁶; dan Ltifi.³⁷, mengatakan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap sikap konsumen atau nasabah dalam memilih bank syariah. sementara

²⁹Souiden, N., & Rani, M. Consumer attitudes and purchase intentions toward Islamic banks: the influence of religiosity dalam *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 33, No. 2, h.143-161.

³⁰Amin, H., Rahman, A. R., Sondoh Jr, S. L., & Ang, M. C. (2011). Determinants of customers' intention to use Islamic personal financing: The case of Malaysian Islamic banks dalam *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, Vol. 2, No. 1, h. 22 - 42. doi:10.1108/17590811111129490

³¹Alam, S. S., Janor, H., Zanariah, Wel, C. A., & Ahsan, M. N. (2012). Is Religiosity an Important Factor in Influencing the Intention to Undertake Islamic Home Financing in Klang Valley? Dalam *World Applied Sciences Journal*, Vol. 19, No. 7, h. 1030-1041

³²Soesilowati, E. Behavior of Muslims in Consuming Halal foods: Case of Bantenese Muslim, dalam *Paper presented at the Sharia Economics Research Day, Widya Graha Lipi*.

³³Al-Hyari, K., Alnsour, M., Al-Weshah, G., & Haffar, M. (2012). Religious beliefs and consumer behaviour: From loyalty to boycotts. Dalam *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 3, No. 1, h. 155-174.

³⁴Bobokhonov, S., & Brito, P. In travel, discover, marketing. In K. Fam, & P. Brito (Ed.), *5th Proceedings of MAGScholar Global Business, Marketing and Tourism Conference*. (Asia Business Research Corporation, 2015, h. 17

³⁵Metwally, M. (1996). Attitudes of muslims towards Islamic banks in a dual-banking system, dalam *American Journal of Islamic Finance*, Vol. 6, h. 11-17.

³⁶Dahari, Z., Abduh, M., & Fam, K. S.. Measuring service quality in Islamic banking: Importance-performance analysis approach, dalam *Asian Journal of Business Research*, Vol. 5, No. 1, h. 15-28.

³⁷Ltifi, M., Hikkerova, L., Aliouat, B., & Gharbi, J. The determinants of the choice of Islamic banks in Tunisia, dalam *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 34, No. 5, h. 710-730.

Lada³⁸, Amin³⁹, dan Md-Taib⁴⁰ secara konsisten menunjukkan sikap berpengaruh signifikan terhadap penggunaan produk perbankan Syariah. Religiusitas juga memainkan peran penting dalam mengukur sikap konsumen terhadap berbagai praktik konsumen yang meragukan (Vitell & Paolillo⁴¹). Dengan demikian, agama merupakan salah satu faktor terpenting dalam membentuk sikap nasabah perbankan Syariah (Metwally⁴²), dan memainkan peran kunci dalam mempengaruhi sikap konsumen ritel terhadap keuangan Syariah (Gait & Worthington⁴³). Tanpa terkecuali, penelitian ini menyoroti bahwa konsumen Muslim memilih bank Syariah untuk menyesuaikan diri dengan keyakinan religius mereka melalui sikap.

Maski⁴⁴ menjelaskan bahwa pelayanan dan kepercayaan, pengetahuan dan objek fisik mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk bank syariah. Mukhlis⁴⁵, dinyatakan dalam studinya bahwa tingkat kepercayaan berpengaruh positif

³⁸Lada, S., Tanakinjal, G., & Amin, H. Predicting intention to choose Halal products using theory of reasoned action, dalam *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, Vol. 2, No.1, h. 66-76.

³⁹Amin, H., Abdul Rahman, A., & Ramayah, T. What makes undergraduate students enroll into an elective course? The case of Islamic accounting, dalam *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, Vol. 2, No. 4, h. 289-304.

⁴⁰Md-Taib, F., Ramayah, T., & Abdul-Razak, D. Factor influencing intention to use diminishing partnership home financing, dalam *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, Vol. 1, No. 3, h. 235-248.

⁴¹Vitell, S., & Paolillo, J. Consumer ethics: The role of religiosity, dalam *Journal of Business Ethics*, Vol. 46, No. 2, h. 151-162

⁴²Metwally, M. Attitudes of muslims towards islamic banks in a dual-banking system. *American Journal of Islamic Finance*, Vol.6, h. 11-17.

⁴³Gait, A., & Worthington, A. *A Primer on Islamic Finance: Definitions, Sources, Principles and Methods*. (Australia: Department of Accounting, Finance and Economics, Griffith University, 2009).

⁴⁴Maski, Ghazali. 2010. *Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah di Malang*. Dalam *Journal of Indonesian Applied Economics*. Vol. 4 No.1, h. 47

⁴⁵Mukhlis. *Perilaku Menabung Di Perbankan Syariah Jawa Tengah*. (Disertasi, Ilmu Ekonomi Universitas Diponegoro.2011)

terhadap keputusan menabung pada bank syariah. Sedangkan Yayak⁴⁶ menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh negatif terhadap preferensi menabung di bank syariah. Variabel kepercayaan ini menunjukkan hubungan positif dan negatif. Artinya pada saat kepercayaan nasabah naik maka keputusan memilih bank Syariah juga naik dan saat kepercayaan nasabah turun maka keputusan memilih bank Syariah juga ikut turun.

Baiq, et al⁴⁷ membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan variabel religiusitas terhadap perilaku nasabah dalam memutuskan memilih perbankan, serta kepercayaan terbukti memediasi pengaruh tersebut. Sementara Lestari⁴⁸ membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan variabel religiusitas terhadap perilaku nasabah dalam memutuskan memilih perbankan, serta kepercayaan berpengaruh secara tidak langsung (mediasi) terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah. Kim, David dan Zafer mengatakan bahwa agama dapat dipandang sebagai variabel yang bernilai dalam upaya memahami perilaku pelanggan, karena agama tidak dapat berubah dengan adanya tren suatu produk yang dilakukan oleh pemasar⁴⁹.

⁴⁶Yayak, KUSDARIYATI. Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah Mandiri Yogyakarta. (Skripsi. Yogyakarta, 2013)

⁴⁷Baiq Handayani Rinuastuti, Sri Darwini, Eka Agustiani, Imanuella Romaputri Andilolo, (2018). <http://distribusi.unram.ac.id/index.php/distribusi/issue/view/8>

⁴⁸Lestari, Alfi Mulikhah, "Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan terhadap Preferensi menabung pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya)", dalam *Jurnal Ilmiah FEB Universitas Brawijaya*

⁴⁹Kim, S., David, S., and Zafer, B. "The Influence of Religion on Attitudes Towards the Advertising of Controversial Products", dalam *European Journal of Marketing*, Vol. 38, No.5/6, h. 537-555

Fenomena yang menarik untuk diteliti/diuji, yang mana masyarakat Kota Lhokseumawe identik dengan religiusitasnya, namun masih memiliki keraguan untuk menjadi nasabah pada bank syariah. Pastinya banyak faktor yang menentukan seseorang untuk memilih bank syariah atau tetap bertahan pada bank konvensional. Religiusitas tidak selamanya menjamin nasabah memiliki rekening bank syariah, yang mungkin tidak didukung kepercayaannya dan sikap terhadap bank tersebut sebagai mediasi memutuskan untuk memilih perbankan syariah. Namun, faktor tersebut bisa saja menjadi pertimbangan masyarakat Kota Lhokseumawe memilih bank syariah, tentunya jika diikuti pengetahuan bank syariah itu sendiri dengan didukung oleh Sumber Daya Manusia (SDM) yang secara keilmuan paham tentang konsep bank syariah dan ekonomi syariah, dan secara psikologis memiliki semangat keislaman yang tinggi⁵⁰. Hal ini penting, untuk menghilangkan mindset nasabah yang menyatakan bank syariah dan bank konvensional sama saja. Mindset ini banyak kita temui dikalangan mahasiswa ketika mengajar, kalangan dosen ketika berdiskusi, dan kalangan masyarakat di sekitarnya yang pernah dipertanyakan. Ini harus mampu dibantah oleh SDM bank syariah untuk mewujudkan kepercayaan nasabah terhadap bank syariah sehingga menetapkan pilihannya pada bank syariah khususnya di Kota Lhokseumawe.

Berangkat dari realitas di atas, peneliti lebih terfokus pada bagaimana sikap dan kepercayaan seseorang akibat adanya religiusitas dalam dirinya, sehingga

⁵⁰Halimah, Cut Nur., Problematika SDM Perbankan Syariah, <https://Trinunnews.com>, diakses 18 Mei 2021

memutuskan untuk memilih bank syariah sebagai jasa lalulintas keuangan. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis hendak meneliti **“Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah dengan Sikap dan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening di Kota Lhokseumawe”**.

B. Perumusan Masalah

Perumusan masalah merupakan suatu pernyataan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini yang sudah disusun secara sistematis yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap sikap nasabah dalam memilih Bank Syariah di Kota Lhokseumawe?
2. Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap kepercayaan nasabah dalam memilih Bank Syariah di Kota Lhokseumawe ?
3. Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah di Kota Lhokseumawe?
4. Bagaimana pengaruh sikap terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah di Kota Lhokseumawe?
5. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah di Kota Lhokseumawe?
6. Bagaimana religiusitas mempengaruhi keputusan nasabah melalui sikap dalam memilih Bank Syariah di Kota Lhokseumawe?

7. Bagaimana religiusitas mempengaruhi keputusan nasabah melalui kepercayaan dalam memilih Bank Syariah di Kota Lhokseumawe?

C. Batasan Istilah

Untuk menghindari kesalahan dalam memahami terhadap pengertian variabel dalam penelitian ini, maka penulis merasa perlu untuk menjelaskan terlebih dahulu yang dimaksud dengan judul penelitian ini “Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah dengan Sikap dan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening di Kota Lhokseumawe”. Adapun penjelasan mengenai istilah untuk masing-masing variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Religiusitas

Religiusitas merupakan perilaku atau cara pandang seseorang mengenai ajaran agamanya (dalam menjalankan ajaran agama yang dianutnya) serta bagaimana menggunakan keyakinan (taat atau patuh) kepada agama dalam kehidupan sehari-hari. Jadi dalam hal ini variabel religiusitas adalah perilaku atau cara pandang nasabah terhadap bank syariah yang bahwa kegiatan operasional bank tersebut sudah sesuai dengan agama syariah (Islam).

2. Keputusan Nasabah

Keputusan nasabah merupakan keputusan yang dilakukan oleh masyarakat atau pembeli (calon nasabah) terhadap sebuah produk atau jasa perbankan syariah melalui proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif sehingga menentukan sikap yang akan diambil.

3. Sikap

Sikap merupakan cara seseorang merespon terhadap suatu kondisi atau kejadian untuk bertindak (bereaksi) yang berkenaan dengan suatu objek tertentu.

4. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan suatu keyakinan dalam diri pembeli/nasabah (atau calon nasabah) terhadap suatu objek (baik berupa produk, orang atau lembaga) yang memberikan nilai positif bagi pembeli/nasabah tersebut.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut untuk:

1. Menguji pengaruh religiusitas terhadap sikap nasabah dalam memilih Bank Syariah di Kota Lhokseumawe.
2. Menguji pengaruh religiusitas terhadap kepercayaan nasabah dalam memilih Bank Syariah di Kota Lhokseumawe.
3. Menguji pengaruh religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah di Kota Lhokseumawe.
4. Menguji pengaruh sikap terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah di Kota Lhokseumawe.
5. Menguji pengaruh kepercayaan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah di Kota Lhokseumawe.
6. Menguji pengaruh religiusitas terhadap keputusan nasabah melalui sikap dalam memilih Bank Syariah di Kota Lhokseumawe.

7. Menguji pengaruh religiusitas terhadap keputusan nasabah melalui kepercayaan dalam memilih Bank Syariah di Kota Lhokseumawe.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi peneliti dan bagi pihak lain yang bersangkutan.

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi ilmiah dalam bidang perbankan syariah dalam rangka menambah khazanah dan pengembangan ilmu pengetahuan serta menambah literatur atau bahan-bahan informasi ilmiah yang dapat digunakan untuk melaksanakan kajian dan penelitian selanjutnya,

2. Secara Praktis

Memberikan sumbangan pemikiran dan landasan teoritis bagi para praktisi khususnya bidang perbankan syariah, dan menjadi salah satu bahan rujukan atau bahan pertimbangan bagi para praktisi perbankan sebelum melakukan tindakan terkait dengan religiusitas, kepercayaan dan keputusan nasabah.

