

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank awalnya hanya berfungsi sebatas pertukaran dan peminjaman uang. Tak ada yang tahu persis bagaimana instansi perbankan dan sistem finansial muncul. Tapi ada pula yang mengemukakan pendapat bahwasanya pengaplikasian sistem perbankan adalah peninggalan kerajaan Romawi. Sistem pengurusan perbankan dan finansial di Barat dimulai dengan sistem perniagaan yang membawa orang-orang Timur melalui India ke Asia Barat (Muslehuddin, 1990).

Menurut Adiwarmam Karim (2014) “bank adalah sebuah lembaga keuangan yang melaksanakan tiga fungsi utama, yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan memberikan jasa pengiriman uang”. Menurut UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, “Bank Syariah adalah segala sesuatu yang berkaitan terhadap bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta sistem dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya dengan berdasarkan pada prinsip syariah.”

Bank Aceh mempunyai histori yang panjang yang awalnya beroperasi dengan sistem konvensional dan mempunyai cabang unit usaha syariah, lalu berdasarkan pelbagai pertimbangan dan sesuai dengan peraturan daerah Aceh diubah menjadi sistem yang menjalankan kegiatan sesuai syariah secara menyeluruh pada 19 September 2016 dan serempak di semua cabang kantor Bank Aceh dan sejak itulah Bank Aceh mampu memberikan pelayanan pada para nasabah serta

masyarakat dengan sistem syariah yang menyeluruh (PBI Nomor 11/15/PBI/2009).

Pada 19 September 2016, bank daerah milik Aceh yang semula memiliki nama Bank Aceh dengan sistem operasional sebagai bank konvensional telah dikonversi menjadi Bank Aceh Syariah, yang sesuai namanya mulai beroperasi sebagai bank syariah. Bank Aceh menjadi bank daerah perdana di Indonesia yang dikonversi menjadi bank syariah (selanjutnya disusul oleh Bank NTB). Konversi Bank Aceh berakar dari Qanun No. 8 Tahun 2014 Pasal 21 bahwa lembaga finansial yang hendak melakukan aktivitas di Aceh haruslah berprinsip syariah, atau setidaknya lembaga finansial konvensional yang telah berpraktik di Aceh mesti memiliki Unit Usaha Syariah (UUS).

Bank Aceh Syariah adalah bank yang dimiliki oleh pemerintah Aceh yang semula dijalankan tanpa didasari pada syariat Islam. Seperti yang diketahui, Aceh adalah satu di antara provinsi istimewa di Indonesia, yang dengan keistimewaannya itu provinsi Aceh dapat menjalankan kegiatan pemerintahannya dengan peraturan-peraturan pemerintah setempat yang dibuat berdasarkan hukum Islam. Regulasi-regulasi eksklusif milik pemerintah Aceh ini disebut dengan Qanun, yang kemudian dari Qanun itulah pengonversian Bank Aceh menjadi syariah dilatarbelakangi.

Perubahan operasional Bank Aceh menjadi syariah tak menjadikannya satu-satunya bank syariah di Aceh. Pada tahun 2021, seluruh kegiatan perbankan di Aceh diwajibkan menggunakan prinsip syariah. Hal ini membuat bank konvensional ramai-ramai meninggalkan Aceh karena tak dapat memenuhi

regulasi tersebut, dan tersisalah bank-bank konvensional yang kini berdiri tegak di Aceh.

Adanya regulasi mengenai wajib bank syariah itu membuat Bank Aceh Syariah memiliki banyak pesaing dalam menjalankan kegiatannya. Sebagai bank milik pemerintah daerah, akan sangat lazim jika masyarakat setempat menjadi nasabah di bank tersebut. Namun, apakah kemudian hal ini benar-benar terjadi? Konversinya menjadi bank syariah akankah menarik minat nasabah untuk terus menyimpan uang di Bank Aceh? Apakah hal itu mampu menarik minat nasabah baru, atau justru tidak?

Dalam menanggapi konversi Bank Aceh menjadi bank syariah, di antara masyarakat tentunya memiliki persepsi yang berbeda. Dari sekian banyak masyarakat yang mengetahui informasi konversi tersebut, tidaklah mungkin hanya terdapat satu persepsi, melainkan beragam persepsi. Persepsi itu sendiri diartikan sebagai proses di mana seorang memilih, mengatur dan menafsirkan informasi masukan untuk membuat gambaran yang memiliki arti di dunia ini” (Sunyoto 2014).

Sama seperti dalam hal lain, persepsi juga memiliki beberapa faktor. Yuniarti (2015) berpendapat bahwa “ada 7 (tujuh) faktor yang dapat memengaruhi persepsi seseorang, diantaranya adalah (1) sikap, (2) motivasi, (3) minat, (4) pengalaman masa lalu, (5) harapan, (6) sasaran dan (7) situasi atau keadaan sekitar kita atau sekitar sasaran yang turut mempengaruhi persepsi.”

Sikap diartikan sebagai sesuatu yang dapat mempengaruhi tanggapan yang akan diberikan oleh seseorang, sehingga tanggapan itu nantinya dapat berupa

tanggapan positif atau tanggapan negatif. Sedangkan motivasi didefinisikan sebagai sebuah dorongan yang dapat menjadi dasar dari sikap maupun tindakan yang akan dilakukan oleh seseorang. Faktor ketiga yang berupa minat dapat disangkut-pautkan dengan hal-hal seperti ketidaksukaan atau kesukaan seseorang, yang nantinya dapat mempengaruhi perbedaan penilaian orang tersebut terhadap suatu hal atau suatu objek.

Persepsi seseorang juga dapat dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu yang pernah dilewati atau dirasakan. Selanjutnya ada faktor harapan yang sering diartikan sebagai keinginan agar sesuatu menjadi kenyataan, yang biasanya juga akan menimbulkan rasa kecewa saat tak sesuai dengan yang diinginkan.

Lalu ada faktor yang disebut sasaran. Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan sasaran sebagai suatu hal yang menjadi tujuan, maka dalam hal ini tujuan seseorang terhadap suatu hal juga dapat mempengaruhi persepsi. Faktor terakhir yaitu situasi atau keadaan, baik di sekitar orang itu sendiri, maupun di sekitar sasarannya.

Pada penelitian ini, persepsi yang dimaksudkan adalah persepsi yang dimiliki atau dibuat sendiri oleh masyarakat tentang Bank Aceh setelah konversinya. Adanya beragam persepsi masyarakat terhadap hal ini, pada akhirnya mungkin saja dapat berpengaruh pada minat menabung masyarakat di Bank Aceh Syariah, atau mungkin juga tidak. Berangkat dari asumsi ini, peneliti merasa harus melakukan penelitian lebih jauh tentang pengaruh persepsi masyarakat atas konversi Bank Aceh terhadap minat menabung masyarakat di Bank Aceh Syariah.

Minat menabung pada penelitian ini dapat diartikan sebagai minat membeli. Dewasa ini, membeli tak hanya berbentuk barang namun juga jasa, atau apa saja yang dapat dikatakan produk oleh sebuah perusahaan atau individu. Dalam dunia perbankan, produk dapat berupa tabungan atau simpanan, giro, pembiayaan dan lainnya. Dalam penelitian ini, minat menabung pada dasarnya berarti minat membeli produk berupa tabungan, yang kemudian disederhanakan sebagai minat menabung.

Menurut Kotler (2003), ada 4 (empat) karakteristik yang dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa, yang dalam hal ini berkaitan dengan minat masyarakat untuk menabung, yaitu:

1. Faktor budaya; budaya setempat, sub budaya, dan kelas sosial.
2. Faktor sosial; kelompok keluarga, peran, dan status.
3. Faktor pribadi; umur, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian.
4. Faktor psikologis; pengetahuan, motivasi, keyakinan, dan sikap.”

Jika didasarkan pada faktor pertama, yaitu faktor budaya, masyarakat Aceh mungkin benar akan lebih memilih untuk menabung di Bank Aceh Syariah yang notabene adalah bank milik daerahnya sendiri.

Namun, perubahan Bank Aceh yang semula merupakan bank konvensional menjadi bank syariah mungkin akan mempengaruhi persepsi masyarakat, dan bagaimana masyarakat melihat perubahan itu, apakah dengan positif atau negatif? Apakah kemudian persepsi masyarakat terhadap perubahan itu akan

mempengaruhi minat masyarakat untuk memilih Bank Aceh Syariah sebagai tempat menabung, atau justru tidak?

Berdasarkan latar belakang yang telah tertulis di atas, peneliti tertarik untuk menganalisis “**Pengaruh Persepsi Masyarakat Atas Konversi Bank Aceh Menjadi Bank Aceh Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Aceh Syariah (Studi Pada Masyarakat Kabupaten Aceh Tengah)**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan yang terdapat dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Apa yang latar belakang perubahan Bank Aceh menjadi bank syariah?
2. Seberapa besar persepsi atas konversi Bank Aceh menjadi bank syariah berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung masyarakat kabupaten Aceh Tengah di Bank Aceh Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui latar belakang perubahan Bank Aceh menjadi bank syariah.
2. Untuk mengetahui seberapa besar persepsi masyarakat atas konversi Bank Aceh menjadi bank syariah mempengaruhi minat menabung masyarakat kabupaten Aceh Tengah di Bank Aceh Syariah.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharap mampu memberi manfaat sebagai sarana pengetahuan dan menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya, terutama untuk mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah di UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Selain itu, hasil dari penelitian ini diharap mampu memberikan sumbangan pemikiran yang nantinya dapat dijadikan sumber acuan bagi orang berikutnya yang melakukan penelitian serupa.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharap dapat digunakan sebagai informasi bagi bank untuk meningkatkan minat menabung masyarakat. Di samping itu, hasil penelitian ini diharap dapat menjadi sebuah advis yang secara khusus bagi penyusun, dan secara umum bagi pihak dan/golongan yang memiliki kepentingan untuk bergerak dalam sistem ekonomi Islam seperti para mahasiswa Ekonomi Syariah.

E. Lingkup dan Batasan Penelitian

Penelitian ini melingkupi masyarakat Aceh Tengah dengan usia minimal 17 tahun dan jenis kelamin pria atau wanita. Minimum usia dipertimbangkan sebagai salah satu syarat untuk membuka rekening pribadi di bank.

Penelitian ini dibatasi pada pengaruh persepsi atas konversi Bank Aceh terhadap minat menabung masyarakat. Hal ini berarti faktor lain di luar persepsi yang mempengaruhi minat menabung masyarakat tidak akan diteliti maupun dimasukkan dalam penelitian.

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian terkait dengan judul “Pengaruh Konversi Bank Aceh Menjadi Bank Aceh Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Aceh Syariah (Studi Pada Masyarakat Kabupaten Aceh Tengah)” yang diteliti oleh peneliti. Adapun penelitian-penelitian tersebut adalah:

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Tahun	Judul	Teknik analisis data	Hasil penelitian
1.	Asra Idriyanssyah Purba	2017	Pengaruh Perubahan Bank Umum Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Aceh Syariah Pada Masyarakat Kabupaten Aceh Tenggara	teknik regresi dengan pendekatan kuantitatif	<ol style="list-style-type: none"> 1) “Koefisien Korelasi (R) 0.617 yang artinya ada pengaruh yang erat antara variabel independen (Agama, Ekonomi dan Informasi) dengan variabel dependen (minat menabung) sebesar 61.7%. 2) Koefisien determinasi (R²) menunjukkan angka 0.383, dapat diartikan 38,3 % minat menabung masyarakat Aceh Tenggara di Bank Aceh Syariah dipengaruhi faktor Agama, Ekonomi Dan Informasi. 3) Faktor Ekonomi dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.274 yang artinya faktor ekonomi memiliki faktor terbesar

					mendorong minat masyarakat untuk menabung di bank syariah.”
2.	Suriri Hidayati	2018	Pengaruh Persepsi, Minat, dan Kepuasan Terhadap Keputusan Menabung Pasca Konversi PT Bank Aceh (Masyarakat Muslim Kota Banda Aceh)	Pendekatan kuantitatif menggunakan penelitian kausal asosiatif dengan metode survei	<p>1) “Persepsi (X1) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung masyarakat pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah. Dengan nilai thitung (1,125) < nilai ttabel (1,986).</p> <p>2) Minat (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung masyarakat pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah. Dengan nilai t hitung (3,144) > nilai t tabel (1,986).</p> <p>3) Kepuasan (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung masyarakatpasca konversi PT. Bank Aceh Syariah. Dengan nilai t hitung (4,369) > nilai t tabel (1,986).</p> <p>4) Persepsi (X1), Minat (X2) dan Kepuasan (X3) secara simultan</p>

					berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung masyarakat pasca konversi PT. Bank Aceh Syariah. Dengan nilai Fhitung (16,721) > F tabel (2,70).”
3.	Fitria Septa Riani	2019	Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Kemiling Bandar Lampung)	Teknik yang digunakan dalam menganalisis data penelitian ini adalah dengan metode analisis kuantitatif yang menggunakan program SPSS	<p>1) “Hasil uji F diperoleh nilai signifikansi hitung sebesar $0,000 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih produk Bank Syariah.</p> <p>2) Uji persial (t) pengetahuan tentang perbankan syariah berpengaruh secara positif dan signifikan sebesar $0,036 < 0,05$.</p> <p>3) Uji persil (t) kepercayaan terhadap perbankan syariah tidak berpengaruh positif dan signifikan sebesar $0,457 > 0,05$.</p> <p>4) Uji persial (t) produk dan layanan perbankan syariah berpengaruh</p>

					<p>positif dan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Uji Koefisien Determinasi (R) diperoleh nilai R Square sebesar 0,676.</p> <p>5) Dapat diartikan bahwa variabel (X1), (X2), (X3) berpengaruh terhadap variabel (Y) sebesar 67,7% sedangkan 32,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini.”</p>
4.	Imran, Bambang Hendrawan	2017	Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah	Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan model analisis linier berganda.	<p>“Koefisien determinasi (R Square) mempunyai nilai 0,319 artinya presentase pengaruh variabel persepsi tentang bunga bank, persepsi tentang bagi hasil dan persepsi tentang pengetahuan produk sebesar 31,9%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti”</p>
5.	Titik Herawati dan Miftakhul Khasanah, S.TP.,M.SI	2018	Pengaruh Persepsi Masyarakat NTB Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank NTB	Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode survey atau keusioner	<p>1) “Variabel independen (persepsi) mempengaruhi variabel dependen (minat) sebesar 5,2%.</p> <p>2) Sedangkan sisanya ($100\% - 5,2\% = 94,8\%$)</p>

			<p>Syariah (Studi Pada Masyarakat Kabupaten Lombok Timur)</p>	<p>dengan menggunakan skala likert (sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju).</p>	<p>dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.</p> <p>3) Selain itu dari analisis menggunakan uji t, diperoleh nilai thitung (2,309) > ttabel (1,984) maka H1 diterima, yang artinya bahwa ada pengaruh secara signifikan antara persepsi masyarakat NTB tentang perbankan syariaah terhadap minat menjadi nasabah di bank NTB Syariaah. Artinya semakin tinggi persepsi masyarakat NTB tentang perbankan syariaah maka semakin tinggi minat menjadi nasabah di bank NTB Syariaah, sebaliknya semakin rendah persepsi masyarakat NTB tentang perbankan syariaah maka semakin rendah minat menjadi nasabah di bank NTB Syariaah.”</p>
--	--	--	---	---	---

G. Kerangka Berpikir

Kerangka berpiki adalah sintesis kaitan di antara variabel yang dibentuk dari berbagai teori yang sudah diuraikan, lalu dilakukan analisis dengan kritis dan

sistematis, hingga menciptakan sintesis hubungan di antara variabel yang nantinya digunakan untuk membuat rumusan hipotesis (Sugiyono 2014). Mengikuti latar belakang yang telah diuraikan serta tujuan dari dilakukannya penelitian ini, akan diuraikan kerangka berpikir mengenai pengaruh persepsi terhadap minat menabung. Dalam hal ini terdapat variabel persepsi (X) dan variabel minat (Y), dengan kerangka berpikir sebagai berikut:

Gambar1. 1 Kerangka Berpikir



Kerangka berpikir di atas menggambarkan bagaimana persepsi dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung di Bank Aceh Syariah.

H. Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi sementara (belum teruji) yang perumusannya dapat berdasar pada pengamatan awal, teori, atau penelitian sebelumnya, yang mesti diuji dengan alat analisis yang akan dipakai (Hariwijaya; dan Djaelani 2004).

Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah:

Ho = Persepsi masyarakat atas konversi Bank Aceh tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung masyarakat di Bank Aceh Syariah pada masyarakat kabupaten Aceh Tengah.

Ha = Persepsi masyarakat atas konversi Bank Aceh berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung masyarakat di Bank Aceh Syariah pada masyarakat kabupaten Aceh Tengah.