

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Laporan Standard & Poor's pada September 2012, memperkirakan adanya pertumbuhan industri keuangan syariah sebesar 20% setiap tahunnya. Pertumbuhan industri keuangan syariah dunia sudah masuk pada level moderat. Hal ini dikarenakan adanya tingkat investasi yang cukup kuat pada sektor usaha halal, infrastruktur, sukuk, dan layanan berbasis fintech. Faktor-faktor ini menjadi pendorong potensi pertumbuhan pasar pada sektor-sektor usaha halal, terlebih pada industri keuangan syariah. Hingga saat ini setidaknya terdapat 505 industri perbankan syariah yang tersebar di 75 negara muslim maupun non-muslim di seluruh dunia (Global Islamic Finance Markets, 2019). Adanya ketertarikan terhadap keuangan Islam di dunia barat mengalami pertumbuhan baik di sektor perbankan maupun akademisi. Hal ini terlihat dengan banyaknya pengkajian tentang keuangan Islam yang ditawarkan di beberapa lembaga pendidikan (Stewart, 2013). Perbankan syariah menjadi sektor terbesar dalam industri keuangan Islam, sektor ini telah memberikan kontribusi sebesar 71% atau setara dengan 1,72 triliun dollar dari total asset industri keuangan Islam. Pembiayaan berbasis syariah saat ini dipertimbangkan di banyak negara-negara Islam. Di Indonesia sendiri pertumbuhan industri perbankan syariah menunjukkan angka yang positif dari tahun ke tahun. Pada interval waktu antara tahun 2014 sampai dengan 2018, perbankan syariah di Indonesia mampu mencatat *Compounded Annual Growth Rate* (CAGR) sebesar 15%, lebih tinggi dari industri perbankan nasional yang mencatat CAGR sebesar 10% (Wibowo, 2019). Lebih jauh berdasarkan *Global*

*Islamic Finance Report* (GIFR) pada tahun 2019, Indonesia ditetapkan sebagai negara dengan peringkat nomor satu dunia berdasarkan potensi perbankan dan keuangan syariah global dengan skor 81,93. Pertumbuhan ini didorong oleh banyak faktor diantaranya adanya banyak konversi yang dilakukan beberapa bank pembangunan daerah menjadi bank syariah. Selain itu, adanya komitmen dari pemerintah melalui pembentukan Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS), terlebih dengan diluncurkannya Masterplan Ekonomi Syariah 2019 sampai 2024.

Namun ditengah pertumbuhan ini, *market share* perbankan syariah di Indonesia masih sangat rendah. Sebagaimana terlihat dalam Tabel 1.1 yang memuat kontribusi dari tiga sektor perbankan syariah mulai bank Pembiayaan Rakyat Syariah sampai dengan Bank Umum Syariah. Dari tahun 2016, *market share* perbankan syariah di Indonesia jika dirata-ratakan masih sebesar 5%.

**Tabel 1.1**

**Data Market Share Bank Syariah di Indonesia Periode 2016-2019**

Tahun	Total Market Share	Jenis Industri Perbankan Syariah	Kontribusi
2019	5,94%	Bank Umum Syariah	64,62%
		Unit Usaha Syariah	32,86%
		BPRS	2,52%
2018	5,92%	Bank Umum Syariah	66,35%
		Unit Usaha Syariah	31,31%
		BPRS	2,34%
2017	5,78%	Bank Umum Syariah	66,21%
		Unit Usaha Syariah	31,30%
		BPRS	2,49%
2016	4,9%	Bank Umum Syariah	64,56%
		Unit Usaha Syariah	32,79%
		BPRS	2,65%

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, diolah

Kenyataan ini tentunya tidak sejalan dengan populasi penduduk muslim di Indonesia. Pada tahun 2010, Indonesia menempati populasi terbesar di dunia dengan total populasi sebesar 13,1% dari total populasi penduduk muslim dunia. Jika dibandingkan

dengan Malaysia yang juga merupakan negara di kawasan Asia dengan mayoritas penduduk muslim, Indonesia masih tertinggal jauh. Tercatat sampai dengan periode pertengahan 2019, *market share* industri Perbankan Syariah di Malaysia berkontribusi sebesar 23% (Kontan.co.id, 2017).

Padahal sejarah perkembangan perbankan syariah di Indonesia sendiri sudah terjadi cukup lama. Pada tahun 1983 pemerintah pernah memiliki wacana untuk menerapkan “sistem bagi hasil” dalam pengkreditan yang merupakan konsep dari perbankan syariah. Selanjutnya tahun 1988 pemerintah mengeluarkan pakto 88 yang membuka kesempatan seluas-luasnya kepada bisnis perbankan. Pakto tersebut berisi keharusan sektor perbankan dibuka seluas-luasnya untuk menunjang pembangunan (liberalisasi sistem perbankan), dengan adanya kebijakan ini, mulai bermunculan usaha-usah perbankan yang bersifat daerah yang berasaskan syariah walau masih didominasi oleh sistem konvensional. Selanjutnya pada tanggal 18 – 20 Agustus 1990, Majelis Ulama Indonesia (MUI) menyelenggarakan lokakarya bunga bank dan perbankan di Cisarua, Bogor, Jawa Barat. Hasil dari adanya lokakarya tersebut melahirkan gagasan untuk mendirikan bank syariah sehingga berdirilah bank syariah pertama di Indonesia yaitu PT Bank Muamalat Indonesia (BMI), yang sesuai akte pendiriannya, berdiri pada tanggal 1 Nopember 1991. Sejak tanggal 1 Mei 1992, BMI resmi beroperasi dengan modal awal sebesar Rp 106.126.382.000,-. Adanya pendirian bank syariah ini menjadi *trigger* bagi berdirinya beberapa lembaga keuangan syariah lainnya, mulai dari konversi bank umum menjadi Bank Umum Syariah (BUS) ataupun adanya bank umum yang membuat Unit Usaha Syariah (UUS). Hingga maret 2019, tercatat sudah terdapat 14 Bank Umum Syariah (BUS), 20 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 165 Bank Pengkreditan Rakyat Syariah (BPRS).

Kesadaran akan aktivitas ekonomi yang berasaskan nilai-nilai spiritual Islam mulai terjadi di awal mula tahun 1970-an. Ditandai dengan munculnya pakar-pakar ekonomi kontemporer yaitu Umar Capra, Kursyid Ahmad, An-Naqvi dan lainnya. kemudian tahun 1974 dengan berdirinya Islamic Development Bank (IDB) (Kompasiana:2015), kajian tentang ekonomi Islam mulai masuk ke ranah inklusi keuangan internasional, yang akhirnya diikuti oleh pendirian bank-bank syariah di beberapa belahan dunia termasuk di Indonesia. Terlebih dengan terjadinya krisis finansial global yang sudah terjadi dua kali, di tahun 1997 muncul dari dari kawasan, asia dan di tahun 2008 akibat dari *subprime mortgage*, banyak perusahaan-perusahaan multinasional yang mengalami kebangkrutan akibat dari perilaku *moral hazard* dari para eksekutor usaha. Sebagai mana terjadi pada perusahaan Lehman brother, yang merupakan perusahaan investasi besar di dunia akhirnya runtuh di tahun 2008 (Koran Sindo, 2016). Dua kejadian ini membawa kesadaran global akan rapuhnya sistem ekonomi kapitalis, yang akhirnya menuai banyak kritik dari banyak pakar. Ditengah kritikan tersebut, sistem ekonomi syariah menjadi harapan baru bagi masyarakat dunia untuk menjadi solusi alternatif agar bisa *sustain* menghadapi dinamika ekonomi.

Di Indonesia sendiri, fenomena kesadaran akan nilai-nilai syariah dalam inklusi keuangan mulai menjadi arus utama, dengan munculnya bank Muamalat sebagai bank pertama di Indonesia yang murni syariah, apalagi di tengah fenomena krisis tahun 98 justru bank Muamalat menjadi *leading* di saat banyak bank-bank konvensional harus menanggung beratnya arus keuangan perusahaan, akibat adanya NPL yang meningkat dengan tajam ditambah dengan menurunnya kepercayaan publik, bahkan banyak diantara bank-bank tersebut harus tutup operasional. Runtuhnya

bank konvensional dan banyaknya simpanan masyarakat yang akhirnya tidak bisa kembali, menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap industri perbankan, ditambah adanya kasus mega korupsi Bantuan Likuiditas Bank Indonesia (BLBI) pada saat itu. Terlebih di tahun 2004, MUI mengeluarkan fatwa haram tentang bunga bank yang akhirnya fatwa ini merespon oleh banyak organisasi Islam seperti Persis, Muhammadiyah, Nahdatul Ulama, dan lainnya dengan mengeluarkan pandangan keorganisasian masing-masing yang mana mayoritas menyatakan pandangan sejalan dengan fatwa MUI.

Dari kenyataan yang telah diterangkan pada paragraf sebelumnya, melatar belakangi hadirnya kajian-kajian tematik yang diadakan oleh beberapa organisasi Islam untuk mengingatkan kembali umat tentang riba dan kedudukannya di dalam agama, karena riba merupakan larangan paten dalam muamalah Islam, dimana pelaku riba mendapatkan ancaman yang serius, hal ini sebagaimana termaktub dalam firman **الله** dalam Q.S. Al-Baqarah (2) ayat 278 dan 279

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ۚ ۲۷۸ فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ  
وَرَسُولِهِٖ وَإِن تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ۚ ۲۷۹

*yā ayyuhallazīna āmanuttaqullāha wa żaru mā baqiya minar-ribā ing kuntum mu`minīn (278)*

*fa il lam taf`alū fa`żanū biḥarbi minallāhi wa rasūlih, wa in tubtum fa lakum ru`usu amwālikum, lā tazlimūna wa lā tuzlamūn (279)*

*Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang beriman (278). Jika kamu tidak melaksanakannya, maka umumkanlah perang dari Allah dan Rasul-Nya. Tetapi jika kamu bertobat, maka kamu berhak atas pokok hartamu. Kamu tidak berbuat zalim (merugikan) dan tidak dizalimi (dirugikan) (279) (Kemenag, 2009:45).*

Fenomena kesadaran ini mulai meluas dibanyak kalangan masyarakat di Indonesia. Hal ini dikuatkan dengan banyaknya slogan “hijrah dari lembaga ribawi”

yang akhirnya berkembang menjadi gerakan kesadaran massal dengan berbagai nama misalnya, gerakan Masyarakat Ekonomi Syariah, Masyarakat Tanpa Riba, eks Bankir dan lain sebagainya. Inti dari banyaknya pergerakan ini adalah untuk meningkatkan kesadaran umat akan urgensi penerapan syariat dan nilai-nilai Islam dalam sistem ekonomi, khususnya sistem keuangan saat ini dengan harapan terjauh dari riba, karena sistem keuangan saat ini dihegemoni oleh sistem kapitalis yang menyuburkan penerapan bunga yang dinilai sebagai alat eksploitatif dari para pemilik modal terhadap kaum lemah yang membutuhkan modal. Namun, tidak sedikit dari gerakan ini yang pada akhirnya membuka jarak sosial diantara masyarakat, karena adanya perbedaan pandangan yang terjadi.

Sebagian besar umat Islam di Indonesia memiliki konsensi yang sama akan keharaman riba, namun pandangan tentang sistem transaksi dan lembaga keuangan yang berkembang saat ini mana yang diyakini mengandung unsur riba dan yang tidak di sebagian besar masyarakat masih terdapat banyak perbedaan. Seperti misalnya, adanya sistem transaksi non-tunai yang dibuat oleh perusahaan-perusahaan baik swasta maupun milik negara yang saat ini marak seperti OVO, Go-pay, dan Link Aja. Diantara pandangan masyarakat ada yang mengharamkannya dan ada yang menghalalkannya. Lebih jauh tentang pandangan mereka akan keberadaan bank syariah ada dari pandangan masyarakat yang masih memiliki pandangan pesimis terhadap bank syariah, dimana mereka meyakini bank syariah masih sama dengan bank konvensional, artinya bank syariah tidak syariah.

Pandangan pesimis pada bank syariah muncul dari golongan yang terlalu keras dalam bersikap terhadap perbedaan pandangan di dalam agama. Di kalangan masyarakat Indonesia dikenal dengan Salafi-wahabi. Salafi-wahabi merupakan

pemahaman yang muncul dari Arab Saudi. Saat terjadi revolusi Arab membentuk negara berdaulat dan melepaskan diri dari wilayah kekuasaan khilafah Turki Ustmani. Golongan Salafi-wahabi merupakan golongan yang berusaha untuk mengembalikan ajaran Islam kembali kepada aslinya yaitu sesuai teks Al-qur'an dan Hadits serta pemahaman para kaum *salaf* (tiga generasi sepeninggalan Nabi Muhammad ﷺ), mereka meyakini banyak dikalangan umat Islam saat ini melakukan praktek-praktek agama yang tidak diajarkan pada masa Nabi Muhammad ﷺ dan kaum *salaf* yang hal ini akan tertolak berdasarkan hadits.

مَنْ عَمِلَ عَمَلًا لَيْسَ عَلَيْهِ أَمْرُنَا فَهُوَ رَدٌّ

“Barangsiapa melakukan suatu amalan yang bukan ajaran kami, maka amalan tersebut tertolak.” [HR. Muslim, no. 1718] (Shahih Muslim,2015:205).

Golongan ini menurut pandangan Sunarko (Ali dan Huda,2018:59) digolongkan sebagai golongan Islam fundamentalis, yang mana Islam fundamentalis dimaknai sebagai perilaku keagamaan berdasarkan *normative approach* (penghayatan normatif) yang skriptural (berdasar teks semata) tanpa melihat persoalan-persoalan substansial lainnya (misal; sejarah, peradaban, iptek). Sejalan dengan ini, Salafi-wahabi dalam pandangan mayoritas ulama *ahlusunnah waljamaah* disebut dengan golongan *dhohiri* karena dalam memahami persoalan di dalam agama lebih mengambil kesimpulan secara tekstualis yaitu sesuai dengan teks Al-qur'an dan Hadist, mereka juga dinilai sebagai golongan yang menolak untuk menyandarkan diri pada salah satu dari empat madzhab yang populer diakui oleh kalangan *ahlusunnah waljamaah* (Suharto dalam Miftahuddin,2010). Oleh karena kurangnya sikap toleransi dalam menilai perbedaan pandangan diantara ulama dan cenderung memberikan justifikasi yang memiliki potensi permusuhan diantara umat Islam. Pada konferensi

internasional *ahlusunnah waljamaah* di Chechnia tahun 2016, ulama dunia menyepakati untuk tidak menggolongkan Salafi-wahabi sebagai bagian dari kelompok *ahlusunnah waljamaah*, namun demikian tidak sampai termasuk ke dalam firqoh sesat.

Di Indonesia sendiri Salafi-wahabi beberapa kali bersitegang dengan golongan Islam lainnya, karena Salafi-wahabi membid'ah-kan beberapa amalan yang dilakukan oleh mayoritas masyarakat, misalnya amalan tahlilan dan qunut subuh yang dilakukan oleh golongan Nahdatul Ulama (NU), terlebih lagi golongan ini melontarkan tuduhan sesat terhadap madzhab teologi Asy'ariyah yang merupakan madzhab yang dianut oleh mayoritas ulama di Indonesia bahkan di dunia, hingga akhirnya menimbulkan banyak pertentangan dari beberapa kalangan umat Islam khususnya kalangan NU. Beberapa pertentangan ini dimediasi dengan adanya diskusi ilmiah. Namun, hasil dari diskusi ini tidak cukup untuk meredakan tensi ketegangan di masyarakat, karena beberapa tokoh masih bersikeras dengan sikapnya masing-masing.

Beberapa tokoh dari kelompok ini memiliki karya tulis yang cenderung bernada pesimis terhadap bank syariah, diantaranya adalah buku "Harta Haram Muamalat Kontemporer" yang ditulis oleh Erwandi Tarmizi. Buku ini membahas seputar muamalah kontemporer dan pandangannya tentang kedudukan hukum muamalat di dalam syariat Islam, tidak hanya memiliki pandangan pesimis terhadap bank syariah, Erwandi Tarmizi juga mengkritisi beberapa fatwa yang dikeluarkan MUI, dalam bukunya Erwandi Tarmizi lebih banyak merujuk pada fatwa *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions* (AAOIFI) dan lebih menyepakati fatwa AAOIFI jika terjadi perbedaan pandangan dengan fatwa MUI. Tidak hanya Erwandi Tarmizi beberapa tokoh yang sejalan dengannya juga memiliki



pandangan yang pesimis dengan bank syariah, hingga akhirnya munculah pergerakan di kalangan masyarakat sebagai bentuk ekspresi dari dioktrinasi pandangan-pandangan pesimis terhadap bank syariah untuk membentuk wadah organisasi dengan visi yang sama untuk saling men-*support* para anggotanya, diantaranya adalah Xbank Indonesia yang diprakarsai oleh El candra yang sekligus menjadi ketua pengurus. Organisasi ini didirikan sebagai wadah untuk orang-orang yang *resign* dari lembaga keuangan mulai dari lembaga keuangan konvensional hingga syariah. Melalui tagline **“Jangan Gadaikan Akhiratmu Untuk Duniamu”** Xbank Indonesia memiliki pengaruh dalam membuat *social movement* untuk *resign* dari lembaga keuangan baik dari konvensional bahkan syariah.

Lain dengan ini, golongan yang merupakan golongan mayoritas di Indonesia dan menyatakan diri sebagai golongan *ahlusunnah waljama'ah* tidak memiliki pandangan dan sikap yang ekstrem dalam beragama, serta tidak mudah menjustifikasi *bid'ah* kepada beberapa amalan umat muslim yang berbeda. Sebagai mana yang telah dijelaskan, golongan ini secara mayoritas menganut pemahaman madzhab teologi Asy'ariyah yang dianggap meyimang oleh golongan Salafi-wahabi, selain itu mereka merujuk kepada salah satu dari empat madzhab yang populer diakui oleh kalangan *ahlusunnah waljamaah*. Lebih jauh golongan ini dalam pandangan Syahrul Alimin (2019:78) tergolong pada golongan Islam moderat, hal ini dikarenakan sesuai dengan esensinya Islam moderat merupakan perwujudan nyata dari suatu struktur sosial-politik yang mengakar sejak awal, bukan diksi kebaruan yang belakangan sering disebut-sebut terkait dengan cara berpikir kelompok tertentu. Islam moderat berarti cara pandang keseluruhan (*kaffah*) terhadap Islam itu sendiri *par excellence*, tanpa harus terjebak dikotomisasi kepentingan sektarian. Adapun diantara tokoh pakar yang

memiliki pengaruh dalam keuangan syariah dari golongan ini adalah Ahmad Ifham Sholihin, banyak dari karya tulisnya yang berkaitan dengan transaksi muamalah dan perbankan syariah.

Berbeda dengan Erwandi Tarmidzi yang termasuk golongan Islam fundamentalis, Ahmad Ifham Sholihin yang sama-sama mendorong masyarakat untuk hijrah dari lembaga ribawi justru memiliki pandangan optimis terhadap bank syariah. Ahmad Ifham Sholihin mendorong masyarakat untuk hijrah dari lembaga keuangan konvensional kepada lembaga keuangan syariah dan memandang bank syariah tidak termasuk lembaga *ribawi*. Selain itu, Ahmad Ifham cenderung untuk menyepakati semua ketentuan fatwa yang dikeluarkan oleh MUI khususnya yang berkaitan dengan transaksi ekonomi dalam hal ini fatwa-fatwa terkait dengan transaksi muamalah pada lembaga keuangan syariah, karena menurutnya MUI merupakan lembaga otoritatif yang harus diikuti oleh umat Islam di Indonesia. MUI merupakan representatif dari pemimpin agama, dengan demikian kepatuhan kepada MUI merupakan bagian dari kepatuhan terhadap *ulim amri* sebagaimana dalam Q.S. An-Nisa (4) ayat 59

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِن تَنَزَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِن كُنتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ٥٩

*yā ayyuhallāzīna āmanū aṭī'ullāha wa aṭī'ur-rasūla wa ulil-amri mingkum, fa in tanāza'tum fī syai'in fa ruddūhu ilallāhi war-rasūli ing kuntum tu`minūna billāhi wal-yaumil-ākhir, zālīka khairuw wa aḥsanu ta`wīlā(59).*

“*Hai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (Nya), dan ulil amri di antara kamu. Kemudian jika kamu berlainan pendapat tentang sesuatu, maka kembalikanlah ia kepada Allah (Al Quran) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu benar-benar beriman kepada Allah dan hari kemudian. Yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.*” (59) (Kemenag, 2009: 87).

Dalam beberapa karya tulisan Ahmad Ifham Sholihin, merupakan antitesa dari beberapa pernyataan dan pandangan negatif terhadap bank syariah diantara karyanya

adalah buku dengan judul “menjawab tuding miring terhadap Bank Syariah”, buku ini meluruskan beberapa statemen dan argumen yang mengkritisi bank syariah dan menganggap beberapa akad dalam bank syariah hanya kamufase dari akad-akad *ribawi* dan tidak berbeda dengan bank konvensional.

Berkaitan dengan hal tersebut adanya pengelompokan antara Islam fundamentalis dan Islam moderat mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap bank syariah, pandangan terhadap bank syariah akan mempengaruhi proses evaluasi yang selanjutnya mempengaruhi keputusan mereka. Dalam teori perilaku konsumen, konstruk yang relevan dengan fenomena ini adalah *reference group* (kelompok rujukan). Park dan Lessig dalam Yang dkk (2007) mendefinisikan *reference group* sebagai individu atau kelompok yang aktual atau imajiner yang mengandung relevansi signifikan terhadap evaluasi, aspirasi, atau perilaku seseorang. *reference group* memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku konsumen (Kotler:1999). *Reference group* memiliki peranan penting dalam perilaku konsumen untuk menentukan standar nilai yang dimiliki konsumen, karena konsumen yang mengidentifikasi dirinya dalam kelompok tertentu cenderung untuk menjadikan pandangan dalam kelompoknya sebagai acuan bagi standar nilai dalam melakukan evaluasi terhadap beberapa pemilihan produk. Standar norma atau nilai ini menjadi perspektif penentu mengenai bagaimana bagaimana seseorang berfikir atau berperilaku. Standar nilai ini bisa terbentuk secara organis dalam kelompoknya atau dibentuk oleh kekuatan dari seseorang atau beberapa orang yang menjadi *opinion leader* dalam kelompok, yang mana *opinion leader* ini dipandang oleh anggota kelompok sebagai seseorang yang dianggap ahli ataupun dianggap memiliki pengalaman lebih baik dari anggota kelompok yang lain, dengan demikian anggota

kelompok lain menjadi *follower*. *Reference group* berguna sebagai referensi seseorang dalam pengambilan keputusan dan sebagai dasar pembandingan bagi seseorang dalam membentuk nilai dan sikap (umum/khusus) atau pedoman khusus bagi perilaku.

Perilaku yang dipengaruhi oleh *reference group* menentukan proses evaluasi seseorang terhadap sesuatu yang berakhir pada perasaan suka ataupun tidak suka terhadap sesuatu. Hal ini senada dengan pemahaman yang dikemukakan oleh Ajzen dalam Huang dkk (2005) terhadap *attitude*, yaitu derajat akan kesenangan atau ketidak senangan seseorang sebagai hasil dari penilaian akan sesuatu untuk melakukan suatu tindakan atau perilaku. Selanjutnya ekspresi kesenangan atau ketidak senangan akan menentukan bagaimana mereka melakukan tindakan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yang, dkk., (2007) yang mana di dalam penelitian ini mengkomparasikan *purchasing behaviour* (perilaku pembelian) antara konsumen yang berasal dari China dengan konsumen yang berasal dari Amerika terkait pembelian *mobile phone*, didapati adanya perbedaan perilaku pembelian antara konsumen China dengan konsumen Amerika, hal ini dikarenakan setiap konsumen dari negara tersebut berasosiasi kuat dengan kelompok rujukan mereka, sehingga didapati kesimpulan bahwa *reference group* mempengaruhi *purchasing behavior*. Lebih jauh sebelum menjadi sebuah tindakan, kecenderungan dari ekspresi ini akan membangkitkan niat seseorang yang akhirnya berbuah menjadi suatu tindakan atau keputusan tertentu, perilaku niat merupakan bagian dari perilaku yang menentukan tindakan. Dharmmesta (2008) mendefinisikan bahwa *behavioral intention* merupakan suatu perilaku atau sikap konsumen yang memiliki keinginan untuk menggunakan jasa secara terus menerus atau untuk tidak menggunakannya, oleh karenanya *reference group* menjadi pertimbangan penting bagi pemasar mengingat *reference*

*group* dapat mempengaruhi keputusan akhir dari pemilihan konsumen terhadap beberapa alternatif jasa atau produk yang dihadapinya. Untuk meningkatkan pengaruh persuasi dari sebuah pemasaran iklan terhadap perilaku pembelian konsumen, pemasar berusaha mengetahui seperti apa *reference group* yang ada dalam segmen pasar mereka dengan demikian perusahaan akan memproduksi jasa atau produk yang mengakomodasi harapan dari *reference group* konsumen atau bahkan bisa jadi pemasar akan membuat *reference group* untuk mempengaruhi konsumen dengan memunculkan *opinion leader*.

Dalam konteks Indonesia yang mana penduduknya didominasi oleh mayoritas Islam konstruk tentang religiusitas menjadi variabel relevan yang penting untuk disertakan dalam meneliti perilaku konsumen terlebih jika dihadapkan pada konteks syariah (pariwisata halal, produk halal, perbankan syariah, dll) hal ini dikarenakan dalam agama Islam terdapat aturan halal dan haram akan suatu hal, yang mana halal mengidikasikan boleh digunakan atau dilakukan sedangkan haram tidak boleh dilakukan maupun digunakan. Aturan ini tentunya mempengaruhi sikap dalam mengkonsumsi produk atau jasa tertentu. Hubungan antara agama dan sikap telah dikaji secara luas dalam berbagai kontek yang berbeda (diantaranya, Dusuki dan Abdullah, 2007). Religiusitas mengukur sejauh mana komitmen seseorang terhadap ajaran agama yang dia yakini, yang mana komitmen ini tercermin dalam sikapnya (Johnson et al.,2001:25). Berkaitan dengan hal ini beberapa penelitian melakukan pengujian hipotesis terkait dengan religiusitas diantaranya yang dilakukan oleh Marzouki Rani (2015) yang menguji pengaruh tingkat religiusitas seseorang terhadap *consumer attitude* dan *behavioral intention* pada perbankan Islam yang dilakukan di Tunisia, yang mana hasilnya adalah adanya pengaruh langsung tingkat religiusitas

seseorang pada sikap dan juga pengaruh tidak langsung terhadap niat seseorang untuk memilih perbankan Islam.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas penelitian ini menguji pengaruh *reference group* yang berasal dari kelompok Islam fundamentalis dan kelompok Islam moderat terhadap *consumer attitude* (sikap konsumen) dan *behavioral intention* (niat berperilaku) pada perbankan Islam yang dimoderasi oleh tingkat religiusitasnya. Secara lebih spesifik penelitian ini melakukan perbandingan antara kelompok Islam fundamentalis dengan kelompok Islam moderat dan sejauh mana tingkat religiusitas memiliki pengaruh moderasi terhadap hubungan antara variabel yang diteliti. Adapun aspek perilaku niat yang diteliti dalam hal ini adalah dalam hal melakukan pengajuan pembiayaan pada bank syariah. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi bagi perbankan syariah di Indonesia untuk dapat melakukan strategi pemasaran yang tepat, guna meningkatkan *market share*-nya di tengah adanya paradoks yang mana prosentase jumlah penduduk muslim yang tinggi (+85%) namun penetrasi produk perbankan syariah masih jauh jika dibandingkan dengan bank konvensional, di sisi lain arus Islamisasi (penanaman nilai-nilai Islam) baik pada bidang ilmu pengetahuan maupun praktik sosial dan ekonomi di dunia maupun di Indonesia sendiri sedang menjadi *mainstream*. Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa menjadi rujukan bagi perbankan syariah untuk meningkatkan dan memperbaiki persepsi bahwa bank syariah tidak hanya syariah secara penamaan transaksi tapi juga secara praktiknya. Oleh karenanya, penelitian ini mengambil judul **“Religiosity memoderasi pengaruh *reference group* dan *consumer attitude* terhadap *behavioral intention* pada bank syariah : perbandingan antara kelompok Islam fundamentalis dan Islam moderat”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *reference group* (kelompok rujukan) berpengaruh terhadap *cunsumer attitude* (sikap konsumen) pada bank syariah?
2. Apakah *reference group* (kelompok rujukan) berpengaruh terhadap *behavioral intention* (niat berperilaku) pada bank syariah?
3. Apakah *cunsumer attitude* (sikap konsumen) berpengaruh terhadap *behavioral intention* (niat berperilaku) pada bank syariah?
4. Apakah *religiosity* memoderasi pengaruh kelompok *reference group* (kelompok rujukan) dan *cunsumer attitude* (sikap konsumen) terhadap *behavioral intention* (niat berperilaku) pada bank syariah?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti mengenai:

Pengaruh *reference group*, *cunsumer attitude*, terhadap *behavioral intention* yang dimoderasi oleh *religiosity* pada bank syariah di Jawa Timur.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa kontribusi nyata, terutama berkaitan dengan dampak *reference group* (kelompok rujukan) dan

*consumer attitude* nasabah dalam kaitannya dengan *behavioral intention* (niat berperilaku) untuk memilih bank syariah sebagai layanan keuangan mereka.

## 2. Manfaat bagi Pemasar

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap praktisi di bidang pemasaran, khususnya di bidang pemasaran jasa keuangan di bank syariah, agar bisa memiliki strategi yang tepat untuk melakukan persuasi kepada calon nasabah dan bisa mengidentifikasi *reference group* (kelompok rujukan) sehingga bisa melakukan pendekatan yang tepat dalam membangun *branding image* dari korporasi yang dipasarkan, karena kelompok rujukan memiliki peranan dalam keputusan pemilihan calon nasabah terhadap layanan keuangan.

### 1.5 Lingkup Penelitian

Berdasarkan penjabaran latar belakang di atas, maka perlu untuk menetapkan batasan-batasan permasalahan sehingga dalam pembahasan selanjutnya dapat menjadi lebih fokus dan tidak kabur atau tidak mengalami perluasan. Adapun batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada responden yang memiliki rekening bank yang tergolong dalam kelompok Islam fundamentalis atau yang tergolong dalam kelompok Islam moderat.
2. Data yang digunakan merupakan kuesioner yang disebarakan melalui *google form* kepada responden melalui chat personal ataupun melalui grup *whatsap* yaitu di grup yang tergolong kelompok Islam fundamentalis dan yang tergolong kelompok Islam moderat.



## 1.6 Sistematika Dasar Penulisan

Penelitian ini disajikan dalam beberapa bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

### Bab 1: Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika dasar penelitian.

### Bab 2: Tinjauan Pustaka

Berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan jenis penelitian.

### Bab 3: Metode Penelitian

Berisi tentang metode variabel, populasi dan sampel yang akan digunakan, dengan menggunakan metode pengumpulan data serta metode analisis yang digunakan.

### Bab 4: Pembahasan

Berisi tentang hasil dari penelitian yang dilakukan, serta analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan.

### Bab 5: Penutup

Berisi tentang kesimpulan penelitian dan saran-saran yang berhubungan dengan penelitian.