

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam rangka memberikan kemudahan, keamanan, dan kenyamanan bagi nasabah dalam melakukan transaksi dan penarikan tunai, maka bank syariah dipandang perlu untuk menyediakan sejenis kartu kredit yang sesuai dengan prinsip syariah.¹ Di Indonesia sendiri, penggunaan kartu kredit masih relatif baru, yaitu sekitar tahun delapan puluhan. Keluarnya keputusan Menteri Keuangan Nomor 1251/KMK.013/1988 tanggal 20 Desember telah mengubah penyebaran kartu kredit yang semakin luas. Berdasarkan surat keputusan tersebut bisnis kartu kredit digolongkan sebagai kelompok usaha jasa pembiayaan. Sebagai pelopor utama usaha kartu kredit di Indonesia adalah dilakukan oleh Citibank dan Bank Duta.²

Dewasa ini jenis kartu kredit sudah semakin beragam. Yang menerbitkan kartu kredit ini bukan saja dilakukan oleh bank konvensional akan tetapi juga telah diterbitkan oleh bank syariah setelah keluarnya fatwa DSN-MUI No.54/DSN-MUI/X/2006 tentang *Syariah Card*, yang telah menyatakan mengenai dibolehkannya kartu kredit syariah. Adapun yang dimaksud dengan *Syariah Card* sebagaimana dimuat dalam Ketentuan Umum fatwa tersebut adalah kartu yang berfungsi seperti Kartu Kredit yang hubungan hukum

¹ Darsono dkk, *Perbankan Syariah di Indonesia: Kelembagaan dan Kebijakan serta Tantangan ke Depan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017), h. 244.

² Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan lainnya*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010), h. 337-338.

(berdasarkan sistem yang sudah ada) antara para pihak berdasarkan prinsip syariah sebagaimana diatur dalam fatwa dimaksud.³

Berdasarkan hal tersebut, maka di Indonesia saat ini ada dua sistem kartu kredit yang diterbitkan oleh perbankan, yaitu kartu kredit konvensional yang diterbitkan oleh bank-bank konvensional dan *Syariah Card* yang diterbitkan oleh bank-bank syariah. Adanya dua konsep kartu kredit di Indonesia juga telah membuat daya tarik tersendiri sehingga masyarakat mempunyai alternatif pilihan apakah menggunakan kartu kredit konvensional ataupun *Syariah Card*.

Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah merupakan salah satu dari dua bank yang menerbitkan *Syariah Card* saat ini. Jumlah pengguna *Syariah Card* pada BNI Syariah yang tersebar di seluruh Indonesia cukup banyak. Sepanjang 2017, PT. BNI Syariah menargetkan pertumbuhan kartu sebanyak 11% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Demikian pula, volume transaksi ditargetkan tumbuh 10% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Di mana menurut Kepala Divisi Konsumer dan Kartu Pembiayaan BNI Syariah, Fransiska Siswantari, sepanjang tahun 2016 jumlah kartu kredit BNI Syariah hanya naik 8,8% menjadi 262.000 kartu beredar. Dari sisi kinerja, BNI Syariah mencatatkan pertumbuhan cukup signifikan. Ini terlihat dari laba bersih BNI Syariah yang naik 21,38% menjadi Rp 277,3 miliar. Pertumbuhan tersebut

³ Dewan Syariah Nasional MUI, *Fatwa Dewan Syari'ah Nasional NO: 54/DSN-MUI/X/2006 tentang Syariah Card*, 2018, h. 10, <https://dsnmu.or.id/produk/fatwa/>.

ditopang dari pertumbuhan pembiayaan yang naik 15,35% menjadi Rp. 20,49 per akhir Desember 2016.⁴

Adapun sepanjang kuartal I/2017, jumlah kartu yang beredar di seluruh Indonesia tercatat meningkat 3% secara *year on year* (yoy). Pada periode yang sama, volume transaksi kartu kredit terpantau telah mencapai sekitar 25% dari target tahunan. Selama kuartal I/2017, total pembiayaan yang disalurkan oleh BNI Syariah mencapai Rp 21,26 triliun, naik 17,8% secara *year on year* (yoy). Penyaluran terbanyak untuk pembiayaan konsumtif yakni sebanyak 56,1%. Khusus untuk pembiayaan konsumtif, sebagian besar portofolionya adalah BNI Griya iB Hasanah mencapai 85%.⁵

Lebih lanjut, Endang Rosawati (*Division Head* BNI Syariah) menjelaskan, *outstanding* Hasanah Card (nama produk *Syariah Card*) per Februari 2018 sebesar Rp. 355 miliar dengan jumlah 266.000 kartu yang sudah beredar. “Targetnya tahun ini *outstanding* kita dapat tumbuh hingga 10% sampai 12% yoy (*year on year*),” tutup Endang. Sebelumnya BNI Syariah mencatatkan pembiayaan konsumen per Desember 2017 sebesar Rp. 11 triliun. Di tahun 2018 ini diharapkan dapat tumbuh menjadi Rp 13,5 triliun.⁶

Dari beberapa penjelasan di atas, terlihat bahwa *Syariah Card* pada BNI Syariah tumbuh dengan cukup baik. Di satu sisi, hal tersebut sangat

⁴ Nurjamil, *Begini Strategi Dua Bank Syariah Kembangkan Bisnis Kartu Kredit*, 2018, <http://www.gomuslim.co.id/read/news/2017/03/15/3495/begini-strategi-dua-bank-syariah-kembangkan-bisnis-kartu-kredit.html>.

⁵ Krizia Putri Kinanti, BNI Syariah Maksimalkan Momentum Ramadan, 2018, <http://jakarta.bisnis.com/read/20170529/232/657651/bni-syariah-optimalkan-momentum-ramadan>.

⁶ Kontan.co.id, *BNI Syariah Bidik Pertumbuhan Kartu Pembiayaan Syariah hingga 12%*, 2018, <https://keuangan.kontan.co.id/news/bni-syariah-bidik-pertumbuhan-kartu-pembiayaan-syariah-hingga-12>.

menggembirakan karena semakin diminatinya produk-produk perbankan syariah. Namun di sisi lain juga sangat dikhawatirkan karena kartu kredit sifatnya adalah berbentuk pembiayaan dan menjadi hutang bagi si pengguna, artinya dapat dinilai bahwa semakin banyaknya orang yang gemar berbelanja dengan cara berhutang yang dikhawatirkan dapat mendorong nasabah memiliki perilaku konsumtif (*israf*). Hal tersebut juga terlihat dari penjelasan di atas, bahwa penyaluran terbanyak dari *Syariah Card* pada BNI Syariah pada tahun 2017 adalah untuk pembiayaan konsumtif yakni sebanyak 56,1%.

Kemudian berdasarkan kenyataan pertumbuhan *Syariah Card* yang telah diuraikan di atas, itu artinya kartu kredit berbasis syariah telah banyak dilirik sebagai alternatif yang dapat digunakan untuk alat pembayaran dalam bentuk pembiayaan dari perbankan syariah. Dalam arti lain juga bisa diasumsikan semakin banyaknya orang yang berbalik arah dari produk kartu kredit konvensional menuju kartu kredit yang berbasis syariah.

Struktur pengetahuan dan preferensi masyarakat yang sudah terbangun sejak lama terhadap perbankan konvensional, tentu tidak mudah untuk diarahkan kepada perbankan yang berbasis syariah Islam terutama terhadap produk *Syariah Card* yang masih dapat digolongkan sebagai produk baru di perbankan syariah. Dari hal tersebut penelitian ini dirasa penting untuk mengungkapkan faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan produk *Syariah Card* di BNI Syariah.

Memahami perilaku nasabah tidaklah mudah. Agar tujuan pemasaran tercapai pemasar harus mempelajari keinginan, persepsi, preferensi, serta

perilaku sasaran mereka. Individu-individu selalu membuat keputusan dan juga pilihan di antara dua alternatif atau lebih. Pengambilan keputusan terjadi ketika penyimpangan antara keadaan tertentu dari keadaan yang diinginkan. Namun ternyata kebanyakan masalah tidak terkemas dengan jelas. Banyak permasalahan yang tersembunyi dalam bermacam-macam bentuk dan motif, beberapa di antaranya bahkan menampilkan bentuk yang sebaliknya dari yang sesungguhnya. Dalam memahami hal tersebut, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk membeli atau menggunakan jasa bank. Kotler sebagaimana dikutip oleh Muhammad Aris Syafi'i menetapkan faktor-faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi.⁷ Untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi dasar pertimbangan nasabah dalam memilih berbagai alternatif itulah diperlukan penelitian.

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Andro Agil Nur Rakhmad yang meneliti tentang “Preferensi Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk IB Hasanah Card sebagai Financial Card pada Bank BNI Syariah Cabang Surabaya”, penelitian tersebut telah menguji empat variabel yang mempengaruhi preferensi nasabah yaitu variabel Akad, Denda, Biaya, dan Pelayanan pada produk iB Hasanah Card sebagai *Financial Card* pada Bank BNI Syariah Cabang Surabaya. Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa secara bersama-sama ke-empat variabel tersebut berpengaruh positif terhadap

⁷ Muhammad Aris Syafi'i, “Preferensi Nasabah terhadap Gadai Emas Syariah”, *Tesis Magister Studi Islam*, (digilib.uin-suka.ac.id), h. 4, t.d.

keputusan nasabah dalam memilih produk IB Hasanah Card pada Bank BNI Syariah Cabang Surabaya.

Penelitian lain juga dilakukan oleh Ita Sitasari tentang “Preferensi Atribut dan Perilaku Konsumen Kartu Kredit Syariah (studi kasus Bank Danamon Syariah)”, penelitian tersebut juga menguji empat variabel dari atribut yang mempengaruhi preferensi nasabah dalam menggunakan produk *Dirham Card* pada Bank Danamon Syariah. Variabel tersebut adalah variabel merek, biaya, fitur, dan tingkat komitmen beragama. Hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa variabel yang berpengaruh positif secara signifikan adalah variabel merek pada urutan pertama, biaya pada urutan kedua, fitur pada urutan ketiga, dan komitmen beragama tidak berpengaruh terhadap preferensi nasabah atas produk *Dirham Card*.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengangkat beberapa variabel di atas, yaitu variabel merek, fitur, akad, biaya, denda, dan pelayanan, kemudian menambahnya dengan variabel fasilitas, variabel syariah dan sikap terhadap fatwa, karena penulis menduga bahwa variabel tersebut juga memiliki pengaruh yang tinggi terhadap preferensi nasabah untuk menggunakan produk *Syariah Card* pada Bank syariah. Penambahan variabel-variabel tersebut ditujukan agar semakin banyak variabel yang dikaji untuk meneliti preferensi nasabah dalam menggunakan produk *Syariah Card*, sehingga akan semakin terlihat dari beberapa variabel tersebut, faktor apa sajakah yang akan terbentuk dalam mempengaruhi nasabah untuk menggunakan produk *Syariah Card* pada BNI Syariah cabang Padang.

Berdasarkan uraian di atas, dengan menggunakan variabel-variabel tersebut maka penulis bermaksud menganalisis lebih jauh tentang faktor-faktor apakah yang akan terbentuk dan berperan penting dalam mempengaruhi preferensi (selera)/minat nasabah untuk menggunakan *Syariah Card*, serta bagaimanakah perilaku konsumsi pengguna *Syariah Card* tersebut pada BNI Syariah kota Padang. Untuk itu penulis akan melakukan sebuah penelitian dan menuangkannya dalam bentuk karya ilmiah berupa Tesis dengan judul “**Analisis Preferensi dan Perilaku Konsumen iB Hasanah Card pada BNI Syariah Kota Padang**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Faktor-faktor apakah yang akan terbentuk dari variabel syariah dan sikap terhadap fatwa, variabel merek, variabel fitur dan fasilitas, variabel pelayanan, variabel akad, variabel biaya, dan variabel denda yang mempengaruhi preferensi nasabah dalam menggunakan *Syariah Card* pada BNI Syariah Kota Padang?
2. Bagaimanakah perilaku konsumen/pengguna *Syariah Card* pada BNI Syariah Kota Padang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan serta rumusan masalah tersebut di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apakah yang akan terbentuk dengan menganalisis variabel syariah dan sikap terhadap fatwa, variabel merek, variabel fitur dan fasilitas, variabel pelayanan, variabel akad, variabel biaya, dan variabel denda yang mempengaruhi preferensi nasabah dalam menggunakan *Syariah Card* pada BNI Syariah Kota Padang.
2. Mengetahui perilaku konsumen *Syariah Card* pada BNI Syariah kota Padang.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam dua aspek, yaitu:

1. Aspek keilmuan (Teoritis)

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan atau referensi kepada masyarakat dan memberikan informasi, serta penjelasan kepada seluruh masyarakat/nasabah tentang produk *Syariah Card*. Selain tahu dan faham tentang *Syariah Card*, masyarakat juga dapat memikirkan dan mempertimbangkan secara matang untuk memilih serta menggunakan kartu kredit. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan agar dapat dijadikan sebagai informasi dan referensi untuk meningkatkan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan *Syariah Card*.

2. Aspek Terapan (Praktis)

Tujuan penelitian ini tidak hanya terbatas pada eksploratif saja yang hanya ingin mengetahui hal yang mendasar tentang produk *Syariah Card* pada BNI Syariah, namun dengan mengetahui preferensi nasabah dalam

menggunakan *Syariah Card*, berdasarkan dari hasil penelitian ini nantinya juga diharapkan akan dapat menjadi pertimbangan dan acuan bagi pihak BNI Syariah dalam meningkatkan strategi pengembangan *Syariah Card*. Selain itu juga diharapkan dapat menjadi pertimbangan dan acuan bagi para praktisi perbankan Syariah yang belum dan akan mengeluarkan produk *Syariah Card*.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dan penafsiran dalam memahami maksud yang terdapat dalam penelitian ini, maka perlu dijelaskan beberapa istilah penting yang terdapat dalam judul tulisan ini, yaitu:

Preferensi : Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Preferensi diartikan sebagai prioritas, pilihan; kecenderungan, kesukaan.⁸ Selain itu, Preferensi juga berarti pilihan; keadaan yang lebih disukai.⁹ Preferensi merupakan perwujudan dari sikap. Preferensi atau selera adalah sebuah konsep, yang digunakan pada ilmu sosial, khususnya ekonomi. Ini mengasumsikan pilihan realitas atau imajiner antara alternatif-alternatif dan kemungkinan dari pemeringkatan alternatif tersebut, berdasarkan kesenangan, kepuasan, gratifikasi, pemenuhan, kegunaan

⁸ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, edisi III, cet. II, 2002), h. 894.

⁹ Mangunswito, *Kamus Saku Ilmiah Populer*, (Jakarta: Widyatama Pressindo, 2011), h. 382.

yang ada.¹⁰ Menurut Assael, preferensi konsumen dapat berarti kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai konsumen. Preferensi ini terbentuk dari persepsi konsumen terhadap produk.¹¹

Perilaku Konsumen : Perilaku berarti tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan.¹² Perilaku juga diartikan sebagai tindakan; perbuatan; sikap.¹³ Konsumen berarti pemakai barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dsb), barang-barang yang langsung memenuhi keperluan hidup kita.¹⁴ Jadi, yang dimaksud dengan perilaku konsumen adalah suatu perbuatan, tindakan atau sikap seseorang dalam memakai atau membelanjakan kekayaannya untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan orang tersebut.

iB Hasanah Card : iB Hasanah Card merupakan kartu pembiayaan yang berfungsi sebagai kartu kredit berdasarkan prinsip syariah, yaitu dengan sistem perhitungan biaya bersifat tetap, adil, transparan, dan kompetitif tanpa perhitungan bunga yang diterima di seluruh tempat bertanda MasterCard dan semua ATM yang bertanda CIRRUS di

¹⁰ Wikipedia, Preferensi, 2018, <https://id.wikipedia.org/wiki/Preferensi>.

¹¹ UCEO (Universitas Ciputra Entrepreneurship Online), Preferensi Konsumen dan Tahapannya, 2016, <http://ciputrauceo.net/blog/2016/4/25/preferensi-konsumen-dan-tahapannya>.

¹² Departemen Pendidikan Nasional, *Op.Cit.*, h. 859.

¹³ Mangunsuwito, *Op.Cit.*, h. 370.

¹⁴ *Ibid.*, h. 590.

seluruh dunia yang diterbitkan oleh BNI Syariah dengan akad Kafalah, Qardh, dan Ijarah.¹⁵ Jadi, iB Hasanah Card adalah nama produk *Syariah Card* yang ada di BNI Syariah.

Jadi, maksud dari judul penelitian ini adalah menganalisis faktor apa sajakah yang mempengaruhi pengguna *Syariah Card* dalam memilih produk iB Hasanah Card pada BNI Syariah kota Padang dan bagaimana sikap konsumen dalam menggunakan *Syariah Card* tersebut.



UIN IMAM BONJOL
PADANG

¹⁵ BNI Syariah, *iB Hasanah Card*, 2018, <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/personal/kartuibhasanah/ibhasanahcard>.