

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga keuangan memiliki peran penting bagi kehidupan suatu negara, terlebih pada negara yang sedang berkembang seperti negara Indonesia. Karena Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduknya beragama Islam. Lembaga keuangan adalah lembaga yang kegiatan usahanya berkaitan dengan bidang keuangan. Kegiatan usaha lembaga keuangan dapat berupa menghimpun dana dan menyalurkan dana. Dalam operasionalnya terdapat dua jenis lembaga keuangan yaitu lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan non syariah. Sehingga, dengan kebedaraan lembaga keuangan diharapkan memberikan suatu kemanfaatan yang lebih bagi masyarakat, serta masyarakat diberikan kebebasan untuk memilih antara lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan non syariah. Pandangan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah di antaranya dapat mewakili dengan pandangan masyarakat secara umum terhadap lembaga keuangan syariah, yaitu **Pertama**, Tidak adanya bunga. **Kedua**, lembaga keuangan syariah identik dengan sistem bagi hasil.¹

Dalam Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang menyatakan bahwa: Bank syariah adalah bank yang

¹ Abdul Haris Romdhoni, Dita Ratnasari, *Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan*, vol 4, No 2 Juli 2018

menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah.²Bank syariah menggunakan sistem bagi hasil atau tidak menggunakan bunga bank dalam kegiatan operasinya. Dalam prinsip islam bunga bank itu hukumnya haram karena mengandung riba. Secara istilah riba adalah pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara batil.³

Bank syariah di Indonesia mulai berkembang sejak diawali dengan peresmian Bank Muamalat Indonesia sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada tahun 1992 yang diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan pemerintah Indonesia. Pemerintah kemudian melakukan amandemen terhadap undang-undang No. 7 tahun 1992 menjadi undang-undang No. 10 tahun 1998. Di dalam amandemen terdapat ketentuan mengenai diperbolehkannya bank konvensional untuk melakukan usaha berdasarkan prinsip syariah melalui pembukaan Unit Usaha Syariah (UUS). Dengan pengesahan undang-undang ini maka bank konvensional dapat menerapkan dari *single banking system* menjadi *dual banking system*.

Berikut data jumlah Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) yang ada di Indonesia sampai akhir desember 2019

Tabel 1.1
Perkembangan Lembaga Keuangan Syariah Tahun 2016-2019

Lembaga Keuangan Syariah	2016	2017	2018	2019
Bank Umum Syariah (BUS)	13	13	13	14
Unit Usaha Syariah (UUS)	22	21	21	20

² Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah

³ Syafii Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1999).

BPRS	166	167	168	165
------	-----	-----	-----	-----

Sumber: <http://www.ojk.go.id/data-statistik/LPKS>

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa bank syariah belum menjadi pilihan utama masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat yang masih rendah terhadap perbankan syariah diakibatkan kurangnya sosialisasi yang dilakukan bank syariah terhadap prinsip dan sistem ekonomi syariah.

Masalah utama yang dihadapi bank syariah adalah bagaimana bank syariah menarik nasabah agar tertarik dan menggunakan jasa bank syariah. Untuk mewujudkan tujuan tersebut maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat. Karena pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam setiap kegiatan yang berhubungan langsung dengan kebutuhan konsumen. Agar pemasaran sesuai sasaran maka pemasar harus memperhatikan perilaku konsumen dengan baik, seperti penciptaan produk, penentuan sasaran dan promosi yang tepat. Menurut Kotler⁴ Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain: faktor budaya, kelas sosial, keluarga, status, kelompok, usia, pekerjaan, gaya hidup dan lain-lain. Faktor-faktor tersebut yang akan menjadi penunjuk bagi pemasar untuk memasarkan produknya secara efektif. Selain faktor tersebut perilaku konsumen dipengaruhi oleh pengetahuan konsumen. Jadi faktor paling mendasar dalam pengembangan perbankan syariah adalah pengetahuan. Pengetahuan adalah informasi, informasi bisa diperoleh

⁴Philip Kotler, Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga.

melalui berbagai media, seperti televisi, Koran, radio, pamflet dan bahkan juga bisa melalui pengalaman seseorang.

Selain pengetahuan sebagai faktor mendasar dalam pengembangan perbankan syariah, terdapat juga faktor religiusitas. Dalam Islam, perilaku konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah. Konsumen muslim lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, dan tidak kikir supaya kehidupannya selamat baik di dunia maupun akhirat.

Religiusitas merupakan suatu sikap atau kesadaran yang muncul berdasarkan atas keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap suatu agama. Sikap keagamaan merupakan suatu keadaan yang ada pada diri seseorang yang mendorong untuk bertingkah laku sesuai dengan ketaatannya terhadap agama.⁵

Iklan juga menjadi salah satu faktor yang mendorong minat beli sebuah produk. Iklan adalah salah satu komunikasi pemasaran yang dipergunakan untuk mengenalkan produk ke pasar sasaran dan juga bisa menjadi pembeda dengan pesaing. Iklan tersebut memotivasi konsumen untuk mempertimbangkan pembelian merek dan menciptakan asosiasi merek yang kuat dengan semua pengaruh komunikasi yang tersimpan sehingga dapat member pengaruh ketika konsumen mempertimbangkan untuk melakukan pembelian.

⁵Jalaludin, *Psikologi Agama*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010).

Untuk mengatasi permasalahan tersebut baik pemerintah maupun lembaga terkait mengadakan sosialisasi .Salah satunya dengan mengadakan kajian ekonomi Islam.Kajian ekonomi Islam ini akhirnya membuat beberapa Universitas membuka program studi Ekonomi Islam.

Tujuan didirikannya program studi Ekonomi Islam ini adalah mencetak ekonom yang paham baik konsep maupun praktik ekonomi secara Islami.Mahasiswa Ekonomi Islam sebagai salah satu komponen masyarakat adalah pangsa pasar yang layak jadi pertimbangan perbankan syariah.Mereka merupakan calon nasabah yang berpotensi untuk mengembangkan perbankan syariah karena telah memiliki pengetahuan lebih tentang Bank Syariah, termasuk pengetahuan produk-produk bank syariah.

Berbagai alasan yang memicu mahasiswa enggan membuka rekening bank syariah, beragamnya beragamnya persepsi, sikap dan perilaku mahasiswa terhadap Bank Syariah, diantaranya disebabkan oleh rendahnya pemahaman dan pengetahuan mahasiswa terhadap Bank Syariah, terutama yang disebabkan dominasi Bank Konvensional. Perbedaan persepsi atas bagi hasil, bunga dan produk, terbatasnya jaringan pelayanan Bank Syariah serta terbatasnya sumber daya insani dan teknologi Perbankan Syariah hal tersebut sangat berpotensi mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan produk Bank Syariah dan pengetahuan produk yang masih sangat terbatas.⁶

⁶Anita Rahmawaty, *Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Poduk di BNI Syariah Semarang*, jurnal *Addin*, vol. 8,No. 1, Februari 2014. Hal.6

Di Kabupaten Tulungagung terdapat Perguruan Tinggi Islam Negeri yakni Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Di Institut Agama Islam Negeri Tulungagung ini terdapat empat fakultas yang salah satunya adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam ini terdapat 6 jurusan yakni : Jurusan Perbankan Syariah, Jurusan Ekonomi Syariah, Jurusan Akutansi Syariah, Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf, Manajemen Bisnis Syariah, dan Manajemen Keuangan Syariah. Perbankan Syariah sendiri merupakan Jurusan favorit di Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Hal ini dikarenakan jurusan perbankan syariah sudah mempunyai akreditasi A dan mempunyai kualitas pendidikan cukup baik mengenai dunia perbankan oleh karena itu banyak mahasiswa yang ingin belajar dan memilih jurusan tersebut.

Berikut jumlah data mahasiswa prodi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

Tabel 1.2
Jumlah Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Tulungagung

No	Semester	Tahun Angkatan	Jumlah Mahasiswa
1	2	2019	193
2	4	2018	308
3	6	2017	503
4	8	2016	446
Jumlah			1.450

Sumber: Tata Usaha FEBI IAIN Tulungagung

Saat ini Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung telah membuka prodi perbankan syariah dengan jumlah mahasiswa yang selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut. Dan peneliti memilih mahasiswa IAIN Tulungagung fakultas ekonomi dan bisnis prodi perbankan syariah sebagai objek penelitian, karena disini peneliti merasa mesti sama-sama berstatus mahasiswa mereka akan memiliki pandangan yang berbeda terhadap faktor yang mempengaruhi mereka menabung di perbankan syariah.

Pilihan mahasiswa IAIN Tulungagung fakultas ekonomi dan bisnis prodi perbankan syariah sebagai responden penelitian karena IAIN Tulungagung merupakan salah satu lembaga pendidikan yang berlandaskan pada nilai-nilai keislaman, sehingga proses pembelajarannya banyak memuat pendidikan keislaman, selain keislaman harusnya sebagai mahasiswa jurusan perbankan syariah sedikit banyak telah mengetahui tentang perbankan syariah. Namun dalam praktiknya mahasiswa IAIN Tulungagung masih sedikit dan dalam kegiatan ekonominya. IAIN sendiri juga belum menggunakan jasa perbankan syariah seperti pembayaran uang kuliah masih menggunakan perbankan konvensional. Sehingga mahasiswa sendiri masih belum menjadikan pilihan perbankan syariah untuk menabung.

Dari latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Iklan Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa**

Perbankan Syariah Angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung)”.

B. Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini di bahas mengenai beberapa identifikasi cakupan yang mungkin muncul dalam sebuah penelitian, supaya pembahasannya lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang akan dicapai yakni mengenai:

1. Variabel terikat dari penelitian ini dibatasi pada variabel minat mahasiswa IAIN Tulungagung Menabungdi Bank Syariah, sedangkan variabel bebas penelitian ini dibatasi pada variabel Pengetahuan, Religiusitas, dan Iklan.
2. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa semester 8 dari Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
3. Dari penelitian ini dapat dilihat ada tidaknya pengaruh antara Pengetahuan terhadap Minat Mahasiswa IAIN Tulungagung Menabung di Bank Syariah.``
4. Dari penelitian ini dapat dilihat ada tidaknya pengaruh antara Religiusitas terhadap Minat Mahasiswa IAIN Tulungagung Menabungdi Bank Syariah.
5. Dari penelitian ini dapat dilihat ada tidaknya pengaruh antara Iklan terhadap Minat Mahasiswa IAIN Tulungagung Menabung di Bank Syariah.

6. Dari penelitian ini dapat dilihat ada tidaknya pengaruh antara Pengetahuan, Religiusitas dan Iklan terhadap Minat Mahasiswa IAIN Tulungagung Menabung Di Bank Syariah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan diatas, maka perlu di tetapkan rumusan masalah yang terkait dengan penelitian ini guna menjawab segala permasalahan yang ada. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa IAIN Tulungagung menabung di Bank Syariah?
2. Apakah religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa IAIN Tulungagung menabung di Bank Syariah?
3. Apakah iklan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa IAIN Tulungagung menabung di Bank Syariah?
4. Apakah pengetahuan, religiusitas dan iklan berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa IAIN Tulungagung menabung di Bank Syariah?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, tujuan yang hendak dan ingin di capai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat mahasiswa IAIN Tulungagung menabung di Bank Syariah.

2. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh religiusitas terhadap minat mahasiswa IAIN Tulungagung menabung di Bank Syariah.
3. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh iklan terhadap minat mahasiswa IAIN Tulungagung menabung di Bank Syariah.
4. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan iklan terhadap minat mahasiswa IAIN Tulungagung menabung di Bank Syariah.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian yang baik adalah penelitian yang memiliki manfaat pengembangan suatu bidang keilmuan baik secara praktis maupun teoritis. Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Kegunaan Teoritis

Memberikan gambaran pada pengembangan teori terutama yang berkaitan dengan pengaruh pengetahuan, religiusitas dan iklan terhadap minat mahasiswa menabung di Bank Syariah serta manfaat untuk mahasiswa yaitu menambah wawasan dan kemampuan berfikir mengenai penerapan teori yang di bahas tersebut.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Lembaga Bank Umum Syariah

Sebagai sumbangsih pemikiran atau masukan bagi lembaga dalam pengambilan keputusan bidang pemasaran terkait minat menabung mahasiswa IAIN Tulungagung.

b. Bagi Akademik

Di harapkan dapat dipergunakan untuk menambah kepustakaan IAIN Tulungagung untuk dijadikan referensi bagi mahasiswa khususnya jurusan perbankan syariah.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai bahan referensi peneliti lanjutan untuk tema yang sama dengan pengakajian sebelumnya dan dapat menjadi acuan dasar dalam memulai penelitian selanjutnya.

F. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Masalah

Ruang lingkup pada penelitian adalah pengaruh pengetahuan, religiusitas dan iklan terhadap minat mahasiswa perbankan syariah IAIN Tulungagung menabung di Bank Syariah. ruang lingkup pada penelitian ini yaitu :

1. Variabel bebas : Pengetahuan (X1), Religiusitas (X2), dan Iklan (X3)
2. Variabel terikat : minat menabung mahasiswa (Y)

Karena adanya keterbatasan waktu, tenaga, pikiran, biaya dan kemampuan yang dimiliki penulis, maka perlu adanya pembatasan masalah dalam penelitian ini. Maka dalam penelitian ini penulis memberikan batasan masalah yaitu:

1. Objek penelitian ini adalah mahasiswa perbankan syariah semester 8 IAIN Tulungagung.
2. Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh pengetahuan, religiusitas dan iklan terhadap minat mahasiswa IAIN Tulungagung menabung di Bank Syariah.

3. Peneliti mengambil sampel menggunakan angket kuisisioner.

G. Penegasan Istilah

1. Secara Konseptual

- a. Pengetahuan adalah segala sesuatu yang telah di ketahui dan dimengerti, ataupun menyangkut dengan hal-hal (materi yang diperoleh) disekolah maupun diluar ruang.⁷ Pengetahuan adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya.
- b. Religiusitas diartikan sebagai seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah serta seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya.⁸
- c. Iklan adalah sarana promosi yang diguakan oleh bank guna menginformasikan, segala suatu produk yang dihasilkan oleh bank. Informasi yang diberikan adalah manfaat produk, harga produk, serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan pesaing.⁹
- d. Minat diartikan sebagai suatu keinginan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.¹⁰
- e. Menabung adalah menyimpan uang dipos atau di bank. Menabung adalah tindakan yang dianjurkan leh islam, karena dengan

⁷Jalaluddin, *Filsafat Ilmu Pengetahuan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hal 83

⁸ Andriwicaksoksono. *Pengkajian Prosa Fiksi* (Jakarta: Garudhawaca, 2014), hal. 264

⁹Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), Hal. 177.

¹⁰Abdul Ranchman Shalelh Dan Muhibabdul Wahab, *Psikologi Dalam Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*, (Jakarta: Kencana, 2004), Hal. 263.

menabung berarti sesorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan.¹¹

- f. Bank Syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah khususnya yang menyangkut tata carabermuamalah secara islam, dalam tata cara tersebut harus menjauhi praktik-praktik yang mengandung hal-hal oleh agama islam.¹²

2. Penegasan Operasional

Melihat penjelasan istilah konseptual diatas maka maksud dari penelitian ini dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Iklan Terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah Menabung Di Bank Syariah”.dimana peneliti bermaksud untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengetahuan, Religiusitas Dan Iklan dalam minat menabung di Bank Syariah.Peneliti memberikan kuisisioner kepada mahasiswa IAIN Tulungagung untuk memperoleh data serta melakukan dokumentasi untuk menunjang atau mendukung penelitian.

H. Sistematika Skripsi

Sistematika pembahasan dalam skripsi inidisajikan dalam 5 (lima) bab, dan di setiap babnya terdapat sub bab. Terdapat sub bab sebagai perincian dari bab-bab tersebut. maka sistematika pembahasan skripsinya seperti berikut:

¹¹Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insanipress, 2001), Hal. 153.

¹² Karnaen Permata Admaja, *Apa Dan Bagaimana Bank Islam*, (Ygyakarta: Dana Bakti Wakaf, 200), Hal. 2.

BAB I PENDAHULUAN

Untuk memberikan gambaran secara singkat apa yang akan dibahas dalam penelitian ini, dalam bab pendahuluan ini di dalamnya membahas beberapa unsur yang terdiri dari: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, definisi operasional dan sistematika skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini diuraikan berbagai teori, konsep dan anggapan dasar tentang teori Perbankan Syariah Keputusan Konsumen, Tabungan Syariah, Faktor Pengetahuan, Religiusitas dan Iklan. Serta penelitian yang terdahulu dan kerangka berfikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini memuat tentang rancangan penelitian (berisi pendekatan dan jenis penelitian, populasi sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian serta analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Dibagian ini memuat diskripsi singkat hasil penelitian (yang berisi diskripsi data dan pengujian hipotesis).

BAB V PEMBAHASAN

Dibagian ini memuat pembahasan mengenai hasil penelitian.

BAB VI PENUTUP

Pada bab akhir ini dalam skripsi akan memuat tentang kesimpulan dan saran yang ditunjukkan kepada pihak yang berkepentingan dan bagi peneliti selanjutnya.