

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang mempunyai peranan penting di dalam perekonomian suatu negara sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain dalam penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha. Bank Syariah sudah beroperasi di Indonesia sejak tahun 1992, yang dimulai dengan beroperasinya Bank Muamalat Indonesia. Bank Syariah diatur secara formal sejak diamandemennya UU No.7 tahun 1992 dengan UU No.10 tahun 1998 diubah dalam UU No.23 tahun 1999, UU No. 9 tahun 2004 tentang Bank Indonesia dan terakhir diubah dalam UU No. 21 tahun 2008 tentang Bank Syariah.¹

Perbankan syariah berkembang dengan sangat pesat, sesuai dengan analisa Prof Khursid Ahmad dan laporan *International Association of Islamic Bank*, hingga akhir 1999 tercatat lebih dari 200 lembaga keuangan Islam yang

¹ www.bi.go.id

beroperasi di seluruh dunia, baik di Negara-Negara berpenduduk muslim maupun di Eropa, Australia dan Amerika.²

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia meski bergerak lambat dalam perkembangan ekonomi syariah, saat ini Indonesia menjadi negara dengan jumlah bank dan lembaga keuangan yang berlandaskan sistem syariah terbanyak di dunia. "Hal ini terbukti dengan hadirnya 33 bank, 46 lembaga asuransi, dan 17 mutual fund yang menganut sistem syariah," kata pakar ekonomi syariah sekaligus Direktur Tazkia Institute Dr Syafi'i Antonio pada seminar "Rekonstruksi Pemikiran Ekonomi Syariah dan Implementasinya" di Universitas Padjadjaran (Unpad) Bandung, Rabu, seperti ditulis situs web Unpad.³ Hal ini menjadi bukti bahwa perbankan syariah dapat berkembang dan bersaing dengan bank konvensional.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia dapat dilihat dari semakin beragamnya produk-produk perbankan syariah yang mampu membuat konsumen tertarik untuk memakai jasa perbankan syariah seperti pada produk penghimpunan dana yang akan diturunkan lagi menjadi produk tabungan, giro dan deposito. Awalnya perbankan syariah hanya dikenal oleh sebagian kecil masyarakat akan tetapi dengan terus berkembangnya perbankan syariah sekarang sudah banyak masyarakat di pelosok desa yang sudah mengenal perbankan syariah.

Masalah utama yang dihadapi lembaga keuangan syariah ini adalah bagaimana perusahaan menarik pelanggan dan mempertahankannya agar

² Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah: Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hlm. 18

³ Kompas.com Kamis, 19 Februari 2009

perusahaan dapat bertahan dan berkembang. 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 pasar sasaran dan promosi yang tepat sesuai kebutuhan konsumen.

Sebagai bagian dari pemasaran di dalam lembaga perbankan syariah harus dengan tepat mengambil keputusan untuk menghadapi masalah utama yang dihadapi perbankan syariah yaitu bagaimana perbankan syariah menarik nasabah agar nasabah tertarik untuk menggunakan jasa perbankan syariah. Strategi yang diambil oleh pemasar harus melihat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain: faktor kebudayaan, kelas sosial, keluarga, status, kelompok atau komunitas, usia, pekerjaan, gaya hidup dan lain-lain. Selain faktor tersebut perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh persepsi yang konsumen miliki.

Persepsi adalah anggapan langsung atas sesuatu.⁴ Persepsi atau pandangan seseorang terhadap sesuatu dihasilkan dari informasi yang mereka dapatkan, hasil informasi tersebut dipahami selanjutnya konsumen akan menarik kesimpulan sehingga menciptakan sebuah penilaian terhadap sesuatu tersebut. Penumbuhan minat konsumen guna untuk menarik konsumen untuk

⁴ Ibid., hlm. 481

menggunakan jasa yang dipromosikan maka harus bisa menimbulkan persepsi yang positif terhadap produk yang ditawarkan.

Sampai saat ini masih banyak persepsi yang berbeda yang dikemukakan oleh masyarakat tentang perbankan syariah. Sehingga menjadi tantangan tersendiri bagi perbankan syariah untuk menyamakan persepsi masyarakat sehingga menimbulkan kesamaan persepsi yang positif terhadap keberadaan perbankan syariah.

Dalam kehidupan sehari-hari perilaku konsumen berbeda-beda dalam Islam perilaku konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Islam telah mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya yaitu tidak menyimpang dari ajaran agama Islam.⁵ Sehingga setiap manusia harus mampu memutuskan pilihan yang akan diambil tersebut sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya dan tentunya tidak menyimpang dari ketentuan agama.

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Intan Imani (2010) dapat disimpulkan bahwa persepsi tidak berpengaruh terhadap perilaku seseorang. Dalam penelitian tersebut persepsi yang positif terhadap suatu produk tidak menjadi alasan seseorang menggunakan produk tersebut. Seperti disimpulkan dari penelitian Intan Imani bahwa seseorang mempunyai persepsi positif terhadap perbankan syariah tetapi seseorang tersebut tidak menggunakan jasa perbankan syariah, persepsi positif tersebut hadir karena informasi yang didapat tetapi tidak mempengaruhi perilaku karena berbagai alasan.

⁵ Heri Sudarsono, Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar, (Yogyakarta, EKONISIA, 2007), 167.

Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Dani Panca Setiasih (2011) menyatakan bahwa persepsi berpengaruh terhadap perilaku seseorang. Dani menyimpulkan bahwa persepsi yang positif yang didapatkan dari informasi yang benar serta dikelola sehingga menciptakan penilaian terhadap sesuatu tersebut maka perilaku akan mencerminkan persepsi yang mereka miliki. Perilaku yang dilakukan seseorang berdasarkan penilaian mereka terhadap sesuatu.

Selain faktor-faktor yang berpengaruh dalam membentuk perilaku konsumen yang telah disebutkan tadi, sensitifitas *religiusitas* juga merupakan faktor pembentuk perilaku konsumen. Dalam Islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT, konsumen muslim lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak supaya kehidupannya selamat baik di dunia maupun di akhirat.

Religiusitas adalah suatu sikap atau kesadaran yang muncul yang didasarkan atas keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap suatu agama. Sikap keagamaan merupakan suatu keadaan yang ada pada diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama.⁶ Religiusitas seseorang diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupannya. Aktivitas beragama bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tetapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan lain. Bukan hanya berkaitan dengan

⁶ Jalaluddin, *Psikologi Agama*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 257

kegiatan yang tampak dan dapat dilihat dengan mata, tetapi juga aktivitas yang tidak tampak dan terjadi pada diri seseorang . berdasarkan sikap ini maka manusia dalam melakukan suatu aktivitas sesuai dengan ketentuan agama, sesuai dengan perintah tuhanNya dengan tujuan mendapatkan keridhaan-Nya.

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Atik Masruroh (2015), dimana meneliti pengaruh antara tingkat religiusitas mahasiswa terhadap minat menabung di perbankan syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara tingkat religiusitas mahasiswa terhadap minat menabung. Tingkat religiusitas yang tinggi akan meningkatkan minat menabung mahasiswa di perbankan syariah. Kepercayaan terhadap agama menjadi motivator terpenting untuk mendorong penggunaan jasa bank syariah.

Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Hamidi (2010) tentang persepsi dan sikap masyarakat santri jawa timur terhadap bank syariah. Salah satu kesimpulannya menunjukkan bahwa responden menyatakan bahwa bank syariah sama dengan bank konvensional. Responden juga menyatakan bahwa bagi hasil sama dengan dengan bunga. Karenanya masyarakat berpersepsi faktor pertimbangan keagamaan bukanlah menjadi faktor penting dalam mempengaruhi kecenderungan menggunakan jasa perbankan syariah.

Mencermati dari beberapa penelitian di atas berbeda hasil penemuan baik itu yang berhubungan dengan persepsi maupun religiusitas. Berdasarkan dari penelitian itu, maka peneliti bermaksud untuk menjadikan persepsi dan religiusitas sebagai variabel penelitian yang akan peneliti lakukan. Berdasarkan dari pemaparan diatas antara persepsi dan religiusitas masing-

masing orang tidak sama. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut. Dan peneliti memilih santri sebagai obyek penelitian, karena peneliti merasa meski sama-sama berstatus santri tentu mereka memiliki pandangan yang berbeda terhadap sesuatu untuk masing-masing orangnya.

Disini peneliti mengambil obyek penelitian di pondok pesantren Al-Falah Mojo Kediri yang sejak berdirinya telah berkembang pesat sampai saat ini. Pemilihan lokasi penelitian ini juga didasari bahwa santri pondok pesantren Al-Falah Mojo Kediri terdiri dari santri yang mempunyai latarbelakang yang berbeda. Santri pondok pesantren Al-Falah Mojo Kediri juga berasal dari luar kota Kediri. Sehingga mereka tentunya mempunyai pandangan yang berbeda-beda guna menanggapi suatu hal termasuk kehadiran perbankan syariah yang penuh pro dan kontra. Begitu juga dengan tingkat religiusitas mereka, masing-masing santri tentu berbeda dalam mendalami agamanya, meskipun status mereka sama-sama santri.

Dengan berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “PENGARUH PERSEPSI DAN RELIGIUSITAS SANTRI TERHADAP MINAT MENABUNG DI PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Di Pondok Pesantren Al-Falah Mojo Kediri)”.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas dapat dirumuskan pokok permasalahan yang terjadi dan menjadi fokus penelitian yaitu :

1. Apakah persepsi santri pondok pesantren Al-Falah Mojo Kediri berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah?
2. Apakah religiusitas santri pondok pesantren Al-Falah Mojo Kediri berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah?
3. Apakah variabel persepsi dan religiusitas santri pondok pesantren Al-Falah Mojo Kediri secara simultan atau bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah persepsi santri pondok pesantren Al-Falah Mojo Kediri berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah.
2. Untuk mengetahui apakah religiusitas santri pondok pesantren Al-Falah Mojo Kediri berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah.
3. Untuk mengetahui apakah antara persepsi dan religiusitas santri pondok pesantren Al-Falah Mojo Kediri secara simultan atau bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis, Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara teoretis.

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dan memperkaya khasanah ilmiah serta sebagai bahan masukan sekaligus tambahan pustaka terutama tentang Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Para Santri Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah.

2. Secara praktis.

1) Bagi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung

Manfaat penelitian ini Untuk menambah daftar referensi di perpustakaan kampus serta sebagai bahan perbandingan bagi peneliti lain di kemudian hari. Dengan penelitian ini diharap dapat memberikan pengetahuan akan kesamaan teori yang di dapat di kampus dengan penerapan dimasyarakat yang sebenarnya.

2) Bagi Pihak pondok pesantren Al-Falah

Sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi pondok pesantren Al-Falah untuk mengembangkan kualitas dan kuantitas para santri dengan memperhatikan pemahaman dan keyakinan para santri, serta hasil penelitian diharapkan dapat menyumbang kajian ilmu dan pengetahuan.

3) Bagi Peneliti Lanjut

Memberikan gambaran dan informasi yang bermanfaat mengenai persepsi Dan Religiusitas Para Santri berpengaruh Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya terutama yang berminat untuk mengkaji tentang “Pengaruh persepsi Dan Religiusitas Para Santri Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah” dalam ruang lingkup yang berbeda.

E. Ruang Lingkup Dan Batasan Penelitian

Untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian maka peneliti lebih memfokuskan penelitiannya hanya pada penganalisisan beberapa variable yang dianggap sangat berpengaruh terhadap minat para santri menabung di perbankan syariah. Variable persepsi santri mempengaruhi minat para santri menabung di perbankan syariah dan dari variable religiusitas mempengaruhi minat para santri menabung di perbankan syariah. Subyek yang menjadi sampel penelitian ini adalah santri putra putri pondok pesantren Al-Falah Mojo Kediri.

Berdasarkan batasan penelitian dan beberapa variabel yang mempengaruhi minat para santri menabung di perbankan syariah, maka kerangka konseptual penelitian ini adalah: persepsi dan religiusitas para santri mempengaruhi minat menabung di perbankan syariah.

Dalam proses melakukan penelitian ini peneliti menemukan beberapa keterbatasan yang mungkin juga akan di temui oleh peneliti lain dimasa yang akan datang beberapa kendala tersebut adalah kurangnya informasi dari para

responden karena para responden tidak terbiasa melakukan pengisian angket yang peneliti berikan, responden kurang serius dalam pengisian angket kesannya para responden hanya sekedarnya saja mengisi, serta sulit untuk mendapatkan responden yang benar-benar bersedia untuk di wawancarai oleh peneliti. Disamping itu, penelitian yang dilakukan yang bertepatan pada hari efektif pembelajaran membuat peneliti sulit mendapatkan responden sehingga peneliti hanya meneliti responden secara acak yang dapat ditemui ditempat penelitian yaitu pondok pesantren Al-Falah Mojo Kediri.

F. Penegasan Istilah

Agar pembaca mampu memperoleh kesamaan pemahaman mengenai konsep penting yang termuat dalam judul penelitian ini beserta hal-hal yang akan diteliti, maka peneliti akan mengemukakan istilah-istilah yang akan menjadi kata kunci dari judul penelitian ini.

Definisi secara konseptual yang dimaksud dengan pengaruh persepsi dan religiusitas santri terhadap minat menabung di perbankan syariah adalah:

1. Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.⁷
2. Persepsi adalah anggapan langsung atas sesuatu.⁸
3. Religiusitas adalah aspek yang telah dihayati oleh individu di dalam hati, getaran hati nurani pribadi dan sikap personal.⁹

⁷ Tim penyusun kamus, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hlm. 849

⁸ *Ibid.*, hlm. 481

⁹ Mangunwijaya Y.B., *Menumbuhkan Sikap Religiusitas Anak*, (Jakarta: gramedia, 1986), hlm. 1

4. Minat adalah kecenderungan seseorang untuk menentukan pilihan aktivitas.¹⁰ Sedangkan menabung adalah kegiatan menyimpan uang dalam tabungan di kantor pos atau di bank.¹¹
5. Perbankan syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara Islam dalam tata cara bermuamalah itu dijauhi praktek-praktek yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan.¹²
1. Definisi secara operasional yang dimaksud dengan pengaruh persepsi dan religiusitas santri terhadap minat menabung di perbankan syariah adalah: Persepsi santri terhadap perbankan syariah adalah pandangan santri terhadap perbankan syariah yang didapatkan dari informasi, pemahaman dan penilaian sehingga akan membuat respon bagaimana dan dengan apa seseorang akan bertindak.
2. Religiusitas santri merupakan tingkat kepercayaan santri dalam memegang prinsip agama yang menjadi keyakinannya. Indikator dalam variabel religiusitas adalah kekuatan dari ideologi yang santri yakini, seberapa kuat santri memegang prinsip syariahnya.

¹⁰ Muhaimin, korelasi minat belajar pendidikan jasmani terhadap hasil belajar pendidikan jasmani, (Semarang: IKIP, 1994), hlm. 4

¹¹ Badudu JS dan Zain, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: pustaka sinar harapan,2007), hlm. 139

¹² Karnaen perwata atmadja dkk, *Apa Dan Bagaimana Bank Islam*, (Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf, 1992), hlm. 2

3. Minat menabung santri di perbankan syariah adalah kekuatan yang mendorong santri untuk menyimpan uang mereka di perbankan syariah, perbankan syariah adalah lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah. Oleh karena itu, minat menabung santri di perbankan syariah dipengaruhi dari faktor dalam atau luar diri santri itu sendiri.

G. Sistematika penulisan

Untuk lebih terarah dalam penyusunan skripsi ini, kami membuat sistematika penulisan sesuai dengan masing-masing bab. Kami membaginya menjadi 5 (lima) bab, yang masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab yang merupakan penjelasan dari bab tersebut. Adapun sistematika penulisan tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi uraian mengenai: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, definisi operasional dan sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Tinjauan pustaka menerangkan mengenai pengertian bank syariah, minat menabung, pengetahuan, dan religiusitas, pengkajian penelitian sebelumnya, kerangka pemikiran teoritik dan hipotesis yang memuat jawaban sementara atas masalah.

BAB III. METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian, berisi tentang jenis dan lokasi penelitian, populasi dan sampel, sumber data, variable penelitian, skala pengukurannya, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis data berisi hasil penelitian berupa gambaran umum obyek penelitian, deskripsi data penelitian dan responden, uji validitas dan reliabilitas, analisis data penelitian dan pembahasan.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan disesuaikan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang disajikan secara singkat dan jelas.

Sedangkan saran merupakan himbauan kepada pembaca atau instansi terkait agar saran yang dipaparkan dapat memberi pengetahuan dan manfaat serta dapat dikembangkan menjadi bahan kajian penelitian berikutnya.