

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi sudah berkembang cukup pesat dimulai dari adanya peralatan-peralatan yang semakin canggih dalam melakukan suatu transaksi. dalam perekonomian di Indonesia perbankan mempunyai peran yang cukup penting. Perbankan syariah sudah berkembang semakin pesat dan mulai menunjukkan eksistensinya dengan mampu memberikan produk perbankan yang berkualitas serta mampu memenuhi segala aspek kebutuhan masyarakat dengan berlandaskan syariat islam. perbankan syariah menerapkan prinsip dan aturan sesuai dengan syariat islam. Dalam melakukan transaksi apapun pada perbankan syariah melarang adanya penarikan bunga.

Dalam suatu Negara bank mempunyai peran sebagai lembaga keuangan yang berfungsi untuk menjaga perekonomian agar dapat berjalan dengan baik serta dapat dijadikan sebagai perantara dalam kegiatan yang berhubungan dengan keuangan. Bank memiliki pengertian sebagai lembaga keuangan yang melakukan kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana kepada masyarakat dalam bentuk apapun serta bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak, hal ini dijelaskan dalam Pasal 1 ayat (2) UU No. 10 Tahun 1998 terkait dengan perubahan pada UU No. 7 Tahun 1992.² Dari adanya undang-undang tersebut diharapkan mampu untuk meningkatkan

²Agus Marimin, *Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 01, No. 02, Juli 2015, hal. 77

kepercayaan masyarakat bahwa bank dapat memberikan rasa aman dan nyaman dalam pelayanan yang akan diberikan salah satunya adalah untuk mahasiswa. Dengan adanya pemahaman dan rasa percaya mahasiswa kepada bank syariah, hal ini tentu dapat memberikan peluang untuk bank syariah dalam meningkatkan jumlah nasabahnya.

Bank syariah merupakan penyedia jasa keuangan yang setiap pekerjaannya didasarkan dengan etika dan nilai islam. bank syariah merupakan bank tanpa bunga. Dilihat dari sisi ekonomi bank syariah memiliki tujuan yaitu berorientasi pada kesejahteraan sosial, oleh karena itu semakin tinggi jumlah nasabah dapat membantu perkembangan bank syariah dan nasabah juga ikut berperan aktif dalam perkembangannya.³

Dalam Bank Syariah juga dapat dikatakan tidak adanya unsur riba. Menurut Syafii Antonio riba merupakan mengambil keuntungan tambahan dengan jumlah yang cukup besar. Islam sendiri sudah jelas melarang adanya riba pada transaksi apapun sebab dapat menimbulkan keberatan dan ketidakadilan dari salah satu pihak. Larangan riba sendiri juga telah diatur dalam Q.S. An-Nisaa': 29 yang berbunyi:⁴

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرْضٍ مِّنْكُمْ

Artinya: “Orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka-sama suka di antara kamu”.

³Ascarya dan Diana Yumanita, *Bank Syariah: Gambaran Umum*, (Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan, 2005), hal. 4

⁴Muhammad Ardy Zaini, *Konsepsi Al-Qur'an dan Al-Hadits Tentang Operasional Bank Syariah*, Jurnal Iqtishoduna, Vol. 4, No. 1, April 2004, hal. 34

Banyak bermunculan lembaga keuangan syariah sejak adanya regulasi dari lembaga hukum yang menaungi perbankan syariah di Indonesia. Untuk menghindari adanya suatu pemborosan, maka perlu strategi yang efektif dalam mengatur keuangan. Salah satu strategi yaitu dengan memberikan produk bank yang unggul salah satunya adalah produk tabungan. Diatur dalam Pasal 2 UU 21 Tahun 2008 Dalam melaksanakan kegiatannya bank syariah terbebas dari unsur *Maghrib (Maysir)*, (*Gharar*), dan (*Riba*).⁵ Bank syariah juga memiliki beberapa lembaga keuangan syariah yaitu Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan menurut UU No. 21 Tahun 2008 mengenai bank syariah yang saat ini menjadi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).⁶

Bank syariah perlu memilih strategi dalam meningkatkan jumlah nasabahnya dan mahasiswa merupakan sasaran konsumen yang tepat untuk pihak bank dalam melakukan pemasaran. Dalam menentukan strategi pihak bank harus mengetahui faktor apa saja yang dapat berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah. Pada penelitian ini mengambil faktor lingkungan sosial, emosional dan pengetahuan produk.

Dari uraian yang telah dipaparkan di atas, faktor pertama yaitu lingkungan sosial. Lingkungan sosial adalah lingkungan tempat pergaulan antar satu orang dengan orang lainnya yang terlibat dalam suatu interaksi.⁷ Lingkungan sosial itu sendiri mempunyai peran yang cukup penting dalam kepribadian seseorang. Biasanya kepribadian maupun pemikiran seseorang

⁵Wirosa, *Produk Perbankan Syariah*, (Jakarta: LPFE Usakti, 2009), hal. 83

⁶Ibid., hal. 52

⁷Andi Ahmad Gunadi, "*Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Imajinasi Anak*", Jurnal Refleksi Edukatika, Vol. 7, No. 2, Juni 2017, hal. 97

dapat dipengaruhi oleh adanya lingkungan sosial. Ada beberapa indikator dari lingkungan sosial tersebut yaitu 1) Lingkungan Keluarga, 2) Lingkungan Masyarakat, 3) Lingkungan Sebaya, 4) Lingkungan Sekolah.⁸

Lingkungan sosial memiliki hubungan dengan minat menabung. Hubungan lingkungan sosial dengan minat menabung adalah apabila suatu mahasiswa memiliki lingkungan yang lebih cenderung menabung dengan menggunakan bank syariah, hal ini dapat mendorong rasa keingin tahuan mengenai produk tabungan yang terdapat pada bank syariah. Rasa keingin tahuan tersebut akan membentuk minat dan ketertarikan mahasiswa untuk memutuskan menabung di bank syariah. Oleh karena itu dapat dijadikan peluang bagi bank syariah untuk meningkatkan jumlah nasabahnya.

Selain itu, ada faktor kedua yaitu emosional. Menurut Goleman mendefinisikan bahwa emosi merujuk pada suatu perasaan atau pikiran-pikiran khasnya, suatu keadaan biologis dan psikologis serta serangkaian kecenderungan untuk bertindak.⁹ Faktor emosional sendiri lebih cenderung kepada sikap seseorang dalam memutuskan untuk menyimpan uangnya pada suatu bank dengan menggunakan dua perspektif yaitu perspektif waktu sekarang dan perspektif waktu setelah mati. Perspektif waktu sekarang dijelaskan yaitu ketika seseorang masih hidup di dunia. Dan persepektif setelah mati dijelaskan ketika seseorang meninggal atau di saat seseorang dihitung amal baik dan buruknya selama hidup di dunia. Hal inilah yang akan

⁸Ulfah Annajah dan Nailul Falah, *Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Motivasi Berorestasi Anak Panti Asuhan Nurul HAQ Yogyakarta*, Jurnal Hisbah, Vo. 13, No. 1, 2016, hal. 104

⁹Susianti Selaras Ndari, Amelia Vinayastri, dan Kusniati Masykuroh, *Metode Perkembangan Sosial Emosi Anak Usia Dini*, (Tasikmalaya: Edu Publisher, 2018), hal. 11

mendorong seseorang untuk bisa menerima keuntungan yang nilainya lebih kecil sepanjang itu halal dan tidak melanggar hukum islam.¹⁰

Antara emosional dengan minat mahasiswa menabung keduanya memiliki hubungan. Apabila seseorang timbul rasa senang terhadap apa yang dilakukannya maka akan memperkuat rasa minat terhadap aktivitas tersebut. selain itu ada beberapa indikator dari faktor emosional terhadap minat yaitu; 1) Ketaatan beragama, 2) Keamanan, dan 3) Kenyamanan

Faktor ketiga yaitu pengetahuan produk. Menurut Sumarwan mendefinisikan sebagai kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Menurut Zeithaml menyebutkan bahwa pengetahuan produk merupakan petunjuk intrinsik yang sangat penting bagi konsumen untuk dipertimbangkan ketika mengevaluasi produk sebelum dilakukannya pembelian.¹¹ Pengetahuan yang dimiliki dapat berpengaruh bagi seseorang ketika ingin memutuskan untuk melakukan suatu pembelian. Indikator dari pengetahuan produk tersebut ada 3 yaitu; 1) Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk, 2) Pengetahuan tentang manfaat produk, 3) Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen.¹²

Hubungan pengetahuan produk dengan minat mahasiswa menabung yaitu jika mahasiswa sudah memiliki pengetahuan tentang produk tersebut tentunya akan lebih mudah untuk menarik minat mahasiswa menabung

¹⁰Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge, *Perilaku Organisasi Edisi 16*, (Jakarta: Salemba Empat, 2015), hal. 39

¹¹Indarto Candra Yoesmanam, "Pengaruh Pengetahuan Produk dan Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Kosmetik Organik", *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 7, No. 2, 2015, hal. 136

¹²Rifqy Suprpto dan M. Zaky Wahyuddin, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*, (Ponorogo: Myria Publisher, 2020), hal. 19

menggunakan produk bank syariah. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan produk bank syariah mereka akan lebih mudah untuk tertarik serta memiliki minat yang tinggi dalam menggunakan bank syariah. Begitupun juga sebaliknya, kurangnya pengetahuan terkait produk akan menimbulkan rasa keraguan terhadap produk tersebut, karena mereka tidak yakin apakah produk tersebut memiliki kualitas yang baik atau tidak.

Minat beli didefinisikan sebagai persepsi seseorang yang terbentuk dari adanya suatu proses pembelajaran serta pemikiran yang dapat menimbulkan ketertarikan.¹³ KBBI menjelaskan terkait pengertian dari Menabung yaitu kegiatan seseorang menyimpan uang yang dimiliki dengan menggunakan celengan, disimpan di bank, maupun menggunakan media yang lain.¹⁴ Disimpulkan dari penjelasan diatas bahwa minat menabung merupakan ketertarikan seseorang untuk lebih cenderung melakukan kegiatan secara tetap seperti menabung diantara kegiatan lainnya.

Ada beberapa kondisi yang dapat mempengaruhi minat individu yaitu faktor sosial-ekonomi, tempat tinggal dan faktor lingkungan. Sedangkan menurut Sukmadinata ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat yaitu pengetahuan, pengalaman, informasi dan dorongan dari dalam. Adanya faktor-faktor tersebut dapat mendorong minat seseorang untuk menabung di bank syariah. Pada saat ini bank syariah harus memilih strategi yang tepat untuk menarik minat nasabah terutama mahasiswa untuk menabung

¹³Roni Andespa, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah*, Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan, Vol. 2 No. 1, Januari-Juni 2017, hal. 44

¹⁴Arti Menabung", tersedia di: Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/menabung>, diakses pada Minggu 17 Januari 2021

menggunakan bank syariah dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut. Terdapat tiga indikator minat pada penelitian ini yaitu faktor dari dalam diri individu, motif sosial dan faktor emosional. Peneliti memilih judul penelitian Pengaruh Lingkungan Sosial, Emosional dan Pengetahuan Produk karena ketiga faktor tersebut dapat mempengaruhi minat menabung.

Peran konsumen sangat penting dalam meningkatkan jumlah nasabah bank syariah. Dengan adanya minat yang tinggi untuk menabung maka memudahkan bank syariah dalam memasarkan produknya. Karena saat ini bank syariah sudah menunjukkan eksistensinya di bidang perbankan. Dengan menyebarkan beberapa unit kantor di seluruh Indonesia, bank syariah memiliki perkembangan yang lebih pesat dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Dan diharapkan dari adanya minat menabung yang besar dari masyarakat dapat lebih meningkatkan bank syariah untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk masyarakat.

Adapun data yang diperoleh dari OJK mengenai jumlah Bank Syariah disajikan pada tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1
Jumlah Bank Syariah
Periode Tahun 2014-2017

Lembaga Keuangan Syariah	Satuan	Tahun			
		2014	2015	2016	2017
Bank Umum Syariah (BUS)	Unit	12	12	13	13
Unit Usaha Syariah (UUS)	Unit	22	22	21	21
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)	Unit	163	163	166	167

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 18 Januari 2021

Berdasarkan tabel 1.1 diperoleh bahwa BUS pada tahun 2014 sampai dengan tahun 2017 menunjukkan angka kenaikan, meskipun kenaikan yang terjadi tidak signifikan. Kemudian untuk UUS dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2017 mengalami penurunan, sedangkan untuk BPRS dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2017 mengalami kenaikan. Dari data yang ditunjukkan tersebut memperoleh kesimpulan yaitu perkembangan bank syariah di Indonesia sendiri sudah mendapatkan respon yang positif dari masyarakat sehingga jumlah dari bank syariah sudah menunjukkan perkembangan dari tahun ke tahun. Selain itu, mahasiswa diharapkan juga dapat memberikan pengaruh positif dalam perkembangan bank syariah.

Selain data diatas, OJK juga menjelaskan mengenai asset pada perbankan syariah dari periode tahun 2015 sampai 2019 mengalami pertumbuhan meskipun mengalami perlambatan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Pada 3 tahun terakhir asset juga mengalami pertumbuhan yaitu 6,18% dibandingkan dengan tahun sebelumnya untuk BUS, BPRS, maupun UUS sebesar 5,96%.¹⁵

Dalam Surat yang diperoleh dari OJK pada 31 Oktober 2016, sebagai upaya meningkatkan minat menabung pada masyarakat pemerintah juga turut berperan aktif didalamnya yaitu dengan menerapkan budaya menabung untuk meningkatkan pembangunan nasional. Ini merupakan salah satu program dari Presiden RI yaitu Joko Widodo dengan gerakan “Ayo Menabung”. Gerakan ini dimaksudkan untuk meningkatkan pemahaman kepada masyarakat supaya

¹⁵www.ojk.go.id, diakses pada Minggu 17 Januari 2021

dapat lebih mengenal berbagai produk jasa keuangan. Di Indonesia menunjukkan bahwa budaya menabung memiliki angka yang lebih rendah dibandingkan dengan Negara lain *rasio saving to GDP* di Indonesia berjumlah 31%. Sedangkan di beberapa Negara lain menunjukkan angka yang lebih besar dibandingkan Indonesia yaitu Cina 49%, Filipina 46%, dan Singapura 49%. Oleh karena itu pemerintah juga telah menerapkan perhatian khusus pada pelajar dengan melakukan beberapa inisiatif, diantaranya memberikan simpanan pelajar (SimPel) yang diberikan untuk 2 juta pelajar hingga saat ini.¹⁶

Salah satu target segmentasi pasar untuk meningkatkan produk tabungan bank syariah yaitu mahasiswa. Mahasiswa sendiri memiliki peran yang cukup penting dan aktif dalam perkembangan perbankan. Dalam judul penelitian ini peneliti memilih melakukan penelitian pada kampus IAIN Tulungagung tepatnya untuk Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penelitian ini memilih IAIN Tulungagung karena lokasinya yang dekat dan peneliti merupakan mahasiswa dari jurusan Perbankan Syariah di IAIN Tulungagung. Selain itu mahasiswa memiliki pemahaman yang cukup tinggi terkait dengan ketiga faktor penelitian, karena semakin tinggi pemahaman seseorang maka semakin mudah orang tersebut dalam menentukan keputusan yang tepat. Pengetahuan tersebut bisa didapatkan dari adanya lingkungan sosial mahasiswa. Dari adanya lingkungan sosial sekolah

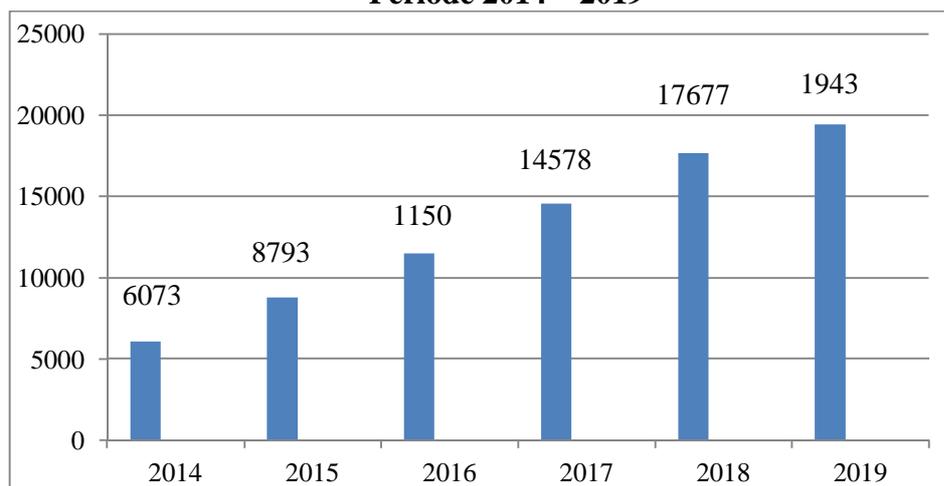
¹⁶www.ojk.go.id, diakses pada Minggu 17 Januari 2021

dapat berpengaruh pada minat seorang mahasiswa, karena jurusan perbankan syariah lebih mengetahui terkait produk bank syariah.

IAIN Tulungagung merupakan salah satu perguruan tinggi negeri yang berbasis agama islam. Pada awalnya kampus ini adalah STAIN Tulungagung dan pada tahun 2013 beralih status menjadi IAIN Tulungagung. Menurut data yang diperoleh bahwa dari tahun ke tahun jumlah mahasiswa di IAIN Tulungagung terus mengalami peningkatan . Diketahui bahwa jumlah mahasiswa S1 sebanyak 19.434 mahasiswa pada periode akademik 2019/2020. Terdiri dari 4 Fakultas yaitu FASIH, FEBI, FTIK dan FUAD. Dimana pada mahasiswa FEBI berjumlah 6541 mahasiswa.¹⁷

Adapun data mengenai jumlah mahasiswa aktif pertahun periode 2014-2019 disajikan pada gambar 1.1 berikut.

Gambar 1.1
Jumlah Mahasiswa Aktif Pertahun
Periode 2014 – 2019



Sumber: *Company Profil IAIN Tulungagung*

¹⁷Company Profil IAIN Tulungagung 2019, dalam http://www.iain-tulungagung.ac.id/fileberita/files/humas/2020_01/company_profil_iain_tulungagung_2019_per_page.pdf , diakses pada 21 Januari 2021

Berdasarkan gambar 1.1 diperoleh dari tahun ke tahun jumlah mahasiswa aktif terus mengalami peningkatan. Hal tersebut sudah di jelaskan melalui bagian Akademik dan Kemahasiswaan (BAK) pada tahun 2019 mahasiswa berjumlah 19.434. Oleh karena itu dapat diprediksi jika pada tahun 2020 mahasiswa akan mengalami peningkatan sekitar 20.000 lebih mahasiswa. Dan menurut data yang diperoleh dari PDDikti pada tahun ajaran 2019 semester genap menunjukkan bahwa jumlah mahasiswa Perbankan Syariah di IAIN Tulungagung sebanyak 1.639 mahasiswa.¹⁸

Dari adanya data terkait dengan peningkatan jumlah mahasiswa di IAIN Tulungagung tentunya dapat menjadi peluang untuk pihak bank dalam meningkatkan jumlah nasabahnya. Mahasiswa menjadi salah satu konsumen yang cukup berperan aktif dalam perkembangan bank syariah di Indonesia. Khususnya dalam penelitian ini adalah mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung yang pada dasarnya memiliki pengetahuan khusus terkait dengan produk bank syariah. Dari pengetahuan tersebut menjadi peluang pihak bank agar dapat menarik minat mahasiswa dalam menabung menggunakan bank syariah.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu mengenai bank syariah, salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Rif'at Maulidi yang berjudul Pengaruh Pengetahuan, Religusitas, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Siswa SMA Negeri 1 Ambarawa) yang menunjukkan bahwa Pengetahuan, Religusitas, dan Lingkungan Sosial

¹⁸Pangkalan Data Pendidikan Tinggi di IAIN Tulungagung, tersedia di https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_pt/OEVDRDZBOTQtMzVCOS00M0JFLTIEODktNTg3NTNCMjRBMUZG, diakses pada 17 Maret 2021

secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah pada siswa SMAN 1 Ambarawa.¹⁹

Dalam penelitian Riski Utama yang berjudul Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional terhadap Keputusan Nasabah Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam Memilih Produk Tabungan Lembaga Keuangan Syariah menunjukkan hasil dari uji t variabel bahwa faktor emosional dan faktor rasional secara parsial dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Dan untuk hasil dari uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa faktor emosional lebih dominan dibandingkan dengan faktor rasional dalam mempengaruhi keputusan nasabah mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya memilih produk tabungan di lembaga keuangan syariah.²⁰

Penulis tertarik untuk memilih ketiga faktor yaitu lingkungan sosial, emosional, dan pengetahuan produk karena tiga faktor tersebut sering menjadi kendala terhadap bank syariah untuk menarik minat nasabah pada saat ini khususnya pada mahasiswa. Untuk alasan kedua peneliti memilih Mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung semester 4, 6 dan 8 karena lokasinya dekat dengan peneliti dan peneliti sendiri merupakan mahasiswa dari jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung.

¹⁹Rif'at Maulidi, *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Siswa SMA Negeri 1 Ambarawa)*, (Salatiga: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018)

²⁰Riski Utama, *Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Lembaga Keuangan Syariah* (Surabaya: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2019)

Dari uraian yang sudah dipaparkan penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian secara mendalam, sehingga memperoleh pemahaman terkait variabel yang sudah dipilih dan ditetapkan serta tertuang dalam sebuah penelitian **“Pengaruh Lingkungan Sosial, Emosional, dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung)”**.

B. Identifikasi Masalah

Dari penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka terdapat identifikasi masalah yaitu:

1. Adanya pengaruh lingkungan sosial masih menjadi pertanyaan. Dalam hal ini lingkungan sosial yang dimiliki mahasiswa perbankan syariah di IAIN Tulungagung meliputi lingkungan keluarga, lingkungan sebaya, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat apakah berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah.
2. Setiap orang memiliki faktor emosional yang dapat mendorong minat atau keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu. Faktor emosional disini adalah ketaatan beragama, keamanan, dan kenyamanan apakah hal tersebut berpengaruh terhadap minat dari mahasiswa untuk menabung di bank syariah.
3. Pengetahuan produk terkait bank syariah yang dimiliki oleh mahasiswa perbankan syariah di IAIN Tulungagung sudah relatif besar, tetapi masih terdapat beberapa mahasiswa tersebut yang masih belum berminat untuk menabung menggunakan bank syariah. Faktor dari pengetahuan produk ini

meliputi karakteristik/atribut produk, manfaat produk dan kepuasan produk.

C. Rumusan Masalah

Dari penelitian yang telah dilakukan diatas, maka rumusan masalah yang dapat dikaji, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh lingkungan sosial terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah (studi kasus mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung)?
2. Bagaimana pengaruh emosional terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah (studi kasus mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung)?
3. Bagaimana pengaruh pengetahuan produk terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah (studi kasus mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung)?
4. Bagaimanakah pengaruh dari lingkungan sosial, emosional dan pengetahuan produk terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah (studi kasus mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung)?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh lingkungan sosial terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah (studi kasus mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung).

2. Untuk mengetahui adanya pengaruh emosional terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah(studi kasus mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung).
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh pengetahuan produk terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah (studi kasus mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung).
4. Untuk mengetahui adanya pengaruh dari lingkungan sosial, emosional dan pengetahuan produk terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah (studi kasus mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung).

E. Kegunaan Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan yaitu:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini mampu bermanfaat untuk pembaca maupun penulis sebagai literatur maupun referensi tambahan untuk memperoleh ilmu pengetahuan mengenai pengaruh lingkungan sosial, emosional dan pengetahuan produk terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah (Studi kasus mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung).

2. Secara Praktis

- a. Untuk Bank Syariah

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi bank syariah untuk lebih mengoptimalkan promosi pada produk tabungan supaya lebih dikenal oleh mahasiswa maupun masyarakat. Dengan mengoptimalkan promosi diharapkan dapat menarik minat mahasiswa

untuk menabung di bank syariah. Selain itu bank syariah juga harus meningkatkan kualitas pelayanan, kemanan dan kenyamanan secara merata kepada nasabah supaya nasabah tidak beralih menggunakan lembaga keuangan yang lain.

b. Untuk Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan menambah pengetahuan untuk peneliti selanjutnya. Dengan menambahkan variabel lain diluar variabel lingkungan sosial, emosional dan pengetahuan produk terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah sehingga peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian dengan lebih baik lagi dan dapat dijadikan sebagai bahan pembanding untuk peneliti berikutnya.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Adanya ruang lingkup dan batasan dalam penelitian dilakukan untuk membatasi pembahasan agar dapat dilakukan secara mendalam, meliputi:

1. Pada penelitian ini ruang lingkupnya dibatasi hanya pada mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung semester 4, 6 dan 8.
2. Penelitian ini hanya dikhususkan pada pengaruh dari lingkungan sosial, emosional dan pengetahuan produk terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah (Studi kasus mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung).

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Penelitian ini memerlukan adanya penegasan istilah untuk menjelaskan beberapa hal terkait judul yang dipilih, yaitu:

a. Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial adalah lingkungan tempat pergaulan antar satu orang dengan orang lainnya yang terlibat dalam suatu interaksi.²¹

b. Emosional

Menurut Goleman mendefinisikan bahwa emosi merujuk pada suatu perasaan atau pikiran-pikiran khasnya, suatu keadaan biologis dan psikologis serta serangkaian kecenderungan untuk bertindak.²²

c. Pengetahuan Produk

Menurut Sumarwan mendefinisikan sebagai kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Menurut Zeithaml menyebutkan bahwa pengetahuan produk merupakan petunjuk intrinsik yang sangat penting bagi konsumen untuk dipertimbangkan ketika mengevaluasi produk sebelum dilakukannya pembelian.²³

d. Minat

Minat merupakan keadaan dimana seseorang melakukan suatu kegiatan dengan perasaan yang senang sehingga tidak adanya tekanan

²¹Andi Ahmad Gunadi, "Pengaruh Lingkungan Sosial", hal. 97

²²Susianti Selaras Ndari, Amelia Vinayastri, dan Kusniati Masykuroh, *Metode Perkembangan Sosial*, hal. 11

²³Indarto Candra Yoesmanam, "Pengaruh Pengetahuan Produk", hal. 136.

maupun paksaan dari orang lain dan cenderung melakukan kegiatan tersebut dengan kemauannya sendiri.²⁴

e. Mahasiswa

Mahasiswa adalah orang yang sedang belajar di perguruan tinggi.²⁵

f. Menabung

KBBI menjelaskan terkait pengertian dari Menabung yaitu kegiatan seseorang menyimpan uang yang dimiliki dengan menggunakan celengan, disimpan di bank, maupun menggunakan media yang lain.²⁶

g. Bank Syariah

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang melakukan kegiatan usahanya didasarkan dengan prinsip syariah atau dengan menggunakan hukum islam dan kegiatan usahanya meliputi pembiayaan usaha dan penyimpanan dana maupun yang lain.²⁷

2. Definisi Operasional

Dari definisi konseptual yang telah dijelaskan diatas maka dapat disimpulkan maksud dari penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Lingkungan Sosial, Emosional, dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat

²⁴Carlos Kambuaya, “Pengaruh Motivasi, Minat, Kedisiplinan Dan Adaptasi Diri Terhadap Prestasi Belajar Siswa Peserta Program Afirmasi Pendidikan Menengah Asal Papua Barat Di Kota Bandung”, *Social Work Jurnal*, Vol 5, No. 2, 2015, hal. 160

²⁵Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), hal. 696

²⁶Arti Menabung", tersedia di: Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/menabung>, diakses pada Minggu 17 Januari 2021

²⁷Ascarya dan Diana Yumanita, *Bank Syariah*, hal. 4

Mahasiswa Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung)”, dimana pada penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan dari lingkungan sosial, emosional, dan pengetahuan produk terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah. Sebagai bahan pendukung dalam melakukan penelitian ini maka peneliti membagikan kuesioner kepada mahasiswa jurusan perbankan syariah di IAIN Tulungagung semester 4, 6, dan 8 beserta dengan dokumentasinya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari lingkungan sosial, emosional, dan pengetahuan produk terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk lebih terarah dalam pembahasan, maka penulis memuat sistematika penulisan. Berikut merupakan sistematika penulisan:

Bab I Pendahuluan, digunakan untuk membahas latar belakang, mengidentifikasi permasalahan, rumusan suatu masalah, tujuan dari penelitian, fungsi atau kegunaan dari penelitian, ruang lingkup penelitian dan batasan penelitian, serta sistematika dalam pembahasan.

Bab II Landasan Teori, Berisi tentang permasalahan yang terjadi secara teoritis dan hasil penelitian yang akurat dan relevan yang berisi mengenai variabel penelitian, kajian terdahulu yang dilakukan oleh penelitian terdahulu, kerangka berpikir konseptual, hipotesis penelitian yang digunakan dan gambaran umum objek penelitian. Penelitian membahas mengenai pengaruh lingkungan sosial, emosional dan pengetahuan produk terhadap

minat mahasiswa menabung di bank syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung).

Bab III Metode Penelitian, Berisi pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data yang diperoleh, variabel penelitian dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian serta teknik analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian, terdiri dari karakteristik responden, analisis data, pengujian data dan temuan penelitian.

Bab V Pembahasan, terdiri pembahasan penelitian dan Hasil dari analisi Data.

Bab VI Penutup, berupa kesimpulan dan saran.