

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Lembaga keuangan syariah mulai dikenal di Indonesia pertama kali dengan berdirinya Bank Muamalat sebagai pioneernya, yaitu berdiri pada tahun 1992<sup>2</sup>. Perbankan syariah adalah lembaga di bidang keuangan yang memiliki peran sebagai lembaga intermediasi atau lembaga yang menjembatani masalah keuangan yaitu dengan menerima dana, mengelola dana dan menyalurkannya kepada masyarakat tentunya dengan selalu memegang prinsip syariah Islam. Selama sepaik terjangnya di dunia keuangan perkembangan perbankan syariah cukup signifikan. Menurut data terakhir yang diperoleh dari data Statistik Perbankan Syariah (SPS) berdasarkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada Januari 2021, menunjukkan apabila jumlah Bank Umum Syariah (BUS) berjumlah 14 unit, sebanyak 20 Unit Usaha Syariah (UUS), dan sebanyak 101 unit adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).<sup>3</sup>

Perkembangan Institusi Keuangan yang dalam hal ini adalah perbankan khususnya di Indonesia sendiri memperlihatkan kemajuan yang bisa dikatakan cukup signifikan. Perkembangan perbankan syariah didorong dengan berbagai macam aspek, baik dari segi internal maupun eksternal. Dari segi internal sendiri meliputi Sumber Daya Insani, tata kelola yang baik, dan pendanaan

---

<sup>2</sup> Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam : Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), hal. 25.

<sup>3</sup> Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik Perbankan Syariah Januari 2021*, hal.8

perusahaan. Sedangkan dari segi eksternal bisa meliputi perkembangan perekonomian dan keberadaan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang merupakan infrastruktur kelembagaan syariah nasional. Peran OJK sendiri salah satunya adalah mendorong pertumbuhan dan perkembangan bank syariah. Dalam menjalankan fungsinya OJK ikut serta dalam memajukan dan memfokuskan bank syariah untuk menjadi industri perekonomian dan keuangan yang maju, berkesinambungan, serta turut memberikan peran positif guna membantu pembentukan perekonomian yang memiliki mutu tinggi. Kemajuan yang terjadi dalam industri perekonomian syariah pastinya secara bertahap akan dapat memberi pengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat.

Dalam kondisi saat ini lembaga keuangan perbankan sebagai salah satu aktivitas usaha dibidang keuangan yang memiliki kontribusi cukup banyak dalam bidang ekonomi. Semua proses dan sistem operasional yang dijalankan dalam bank syariah tentunya harus sejalan dengan hukum syariat dalam Islam. Distribusi kegiatan pembiayaan dalam perbankan adalah aspek yang berperan penting untuk dijalankan dalam aktivitas operasional nya. Aktivitas pembiayaan dalam bank syariah dilakukan dengan mengelola dana yang telah diterima dari nasabah untuk kemudian dijalankan sesuai dengan sistem syariah untuk keberlangsungan usaha perbankan syariah itu sendiri. Dengan adanya aktivitas pembiayaan inilah bank akan bisa menambah keuntungan dan juga sekaligus memajukan aktvitas usahanya.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2008), hlm. 3

Walaupun hingga kini kemajuan lembaga ekonomi keuangan syariah atau perbankan syariah dinilai cukup pesat, namun berbagai permasalahan mengenai perkembangan bank syariah masih terus ada hingga sekarang. Hingga sekarang ini masih terdapat sebagian besar masyarakat yang tidak memahami mengenai keberadaan dan sistem yang ada dalam bank syariah. Banyak kalangan masyarakat yang menganggap bahwa keunggulan sistem yang dimiliki oleh perbankan syariah hanyalah point anti riba dan halal serta beorientasi pada akhirat, sehingga banyak orang yang beranggapan bahwa bertransaksi di bank syariah tidak memperoleh profit dikarenakan tidak adanya sistem bunga. Padahal dalam bank syariah selain menjanjikan keuntungan dunia juga menjanjikan keuntungan akhirat, bank syariah pun menjanjikan profit untuk para nasabahnya melalui berbagai produk yang juga menarik jika dibandingkan dengan produk yang ada pada bank konvensional, selain itu meskipun bank syariah tidak mempergunakan sistem bunga, namun bank syariah menerapkan sistem bagi hasil yang justru malah lebih menguntungkan daripada bunga.

Perkembangan lembaga keuangan syariah khususnya perbankan syariah memiliki tujuan guna membentuk kesejahteraan bagi semua aspek perekonomian nasional. Tetapi saat ini bank syariah masih menghadapi masalah pokok yaitu minimnya *market share*. Industri perbankan syariah sampai saat ini masih mendapati kendala untuk perkembangan *market share* nya. Keadaan ini dapat ditunjukkan melalui perkembangan bank syariah yang terbilang kurang apabila dibandingkan dengan bank konvensional Market share sendiri

merupakan kemampuan sebuah perusahaan dalam kategori yang sama untuk memasarkan produk dan saling menguasai antara produk satu dan produk yang lain, dimana selalu ada produk yang menjadi unggul dan salah satunya menjadi produk yang kurang diminati.<sup>5</sup>

Rendahnya penyebaran pemasaran dalam industri perekonomian syariah atau dalam hal ini adalah perbankan syariah disebabkan karena adanya berbagai macam hambatan, diantaranya adalah manajemen pengelolaan yang kurang baik, kurangnya transparansi, serta layanan yang ditawarkan kurang bervariasi begitu juga dengan sistem layanan yang dirasa masih jauh dari perkiraan calon nasabah, baik jumlah maupun kemampuan sumber daya insani yang masih kurang, masih rendahnya pengetahuan dan kesadaran yang dimiliki oleh calon nasabah yang akhirnya menciptakan kurangnya apresiasi dikalangan calon nasabah yang erat kaitannya terhadap persepsi yang mengatakan jika perbankan syariah dinilai mahal dalam segi biaya transaksi, maupun pelayanan dan kontrol yang masih belum maksimal. Karena hal itu, maka bank syariah harus mampu untuk mencapai beberapa faktor yang menyebabkan ketertarikan nasabah untuk bertransaksi di bank syariah. Tabel di bawah ini menunjukkan perkembangan *Market share* perbankan syariah di Indonesia pada bulan Desember tahun 2020.

---

<sup>5</sup> Thorik Gunara, *Marketing Muhammad - Strategi Andal Dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad Saw* (Bandung: Masania Prima, 2007), hlm. 27

**Tabel 1.1**  
**Market Share Perbankan Syariah**

<b>Indutri Perbankan</b>	<b>Jumlah Institusi</b>	<b>Jumlah Kantor</b>	<b>Presentase</b>
<b>Bank Konvensional</b>			<b>93,49%</b>
<b>Bank Syariah</b>			
Bank Umum Syariah	14	2.034	65,21%
Unit Usaha Syariah	20	392	32,33%
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	163	627	2,46%
<b>Total Komulatif</b>	<b>197</b>	<b>3.053</b>	<b>6,51%</b>

*Sumber: Statistik Perbankan Syariah, data OJK Desember 2020*

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa kontribusi institusi keuangan syariah di Indonesia menunjukkan angka 6,51% yaitu berasal dari sektor Perbankan Syariah yang pada bulan Desember 2020.<sup>6</sup> Bagian *market share* perbankan syariah pada diagram gambar diatas tersusun atas Bank Umum Syariah yang menunjukkan angka sebesar 65,21%, Unit Usaha Syariah sebesar 32,33%, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah sebesar 2,46%. Dalam hal ini terlihat jelas bahwa *market share* pada bank syariah terbilang minim jika dibandingkan dengan perbankan konvensional.

Apabila bank syariah mampu untuk melihat faktor-faktor yang menyebabkan ketertarikan terhadap nasabah, maka hal ini akan membantu bank syariah dalam memperbaiki *market share* nya sehingga dapat bersaing dengan bank konvensional. Ketertarikan nasabah oleh sistem maupun produk yang ada dalam bank syariah akan mengantarkan mereka untuk akhirnya mencari tahu dan memilih bank syariah. Untuk itu bank syariah dapat mencoba menciptakan sebuah inovasi produk yang disukai oleh nasabah. Inovasi produk sesuai dengan

---

<sup>6</sup> Otoritas Jasa Keuangan, Statistik Perbankan Syariah Desember 2020

yang dijelaskan oleh Thomas W. Zimmerer adalah sesuatu hal yang memiliki potensi guna menimbulkan imajinasi serta pikiran seseorang yang akhirnya akan menghadirkan konsumen atau pelanggan. Maka untuk itu bank syariah perlu untuk selalu menempatkan sekaligus memperbaiki produk yang dimilikinya dengan menyesuaikan perkembangan dan kemajuan zaman. Selain itu juga menyesuaikan kebutuhan nasabah dan menjelaskan bahwasanya aktivitas operasional bank dimulai serta diakhiri oleh nasabah. Dengan adanya inovasi produk diharapkan mampu meningkatkan minat nasabah untuk memilih produk dan menabung di bank syariah.<sup>7</sup>

Kebanyakan nasabah ataupun masyarakat luar memang telah mengetahui tentang bank syariah, namun masih banyak pula sebagian dari mereka yang belum memahami mengenai produk dan layanan yang ada dalam bank syariah serta sistem yang digunakan didalamnya, sehingga banyak orang beranggapan apabila fasilitas dan pelayanan yang ada pada bank syariah tidaklah sebaik pelayanan dan fasilitas yang dimiliki pada bank konvensional yang mengakibatkan mereka lebih memilih bank konvensional yang sudah umum digunakan oleh masyarakat, kecuali pada beberapa orang yang memang memilih bank syariah untuk menghindari bunga atau riba. Pengetahuan dan pemahaman yang berkembang di masyarakat tentunya dapat berpengaruh pada pandangan mereka terhadap bank syariah itu sendiri. Dapat dikatakan bahwa persepsi mereka itu tercipta dari pengetahuan yang dimilikinya. Jika pengetahuan

---

<sup>7</sup> Roni Andespa, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah*, Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan, Vol. 2, No. 1, 2017

mengenai bank syariah sangat sedikit mereka dapatkan, maka dapat mengurangi minat nasabah dalam bertransaksi ataupun menabung di bank syariah.

Tersedianya sumber daya manusia yang kurang memadai tentu dapat menyebabkan proses sosialisasi perbankan Syariah kepada masyarakat menjadi terhambat. Namun dalam kenyataan yang ada dilapangan banyak sumber daya manusia dalam perbankan syariah yang tidak memiliki kemampuan yang memadai mengenai sistem bank syariah itu sendiri. Kebanyakan karyawan bank syariah sendiri belum mempunyai basic mengenai sistem dalam bank syariah itu sendiri. Kondisi ini kemudian mempengaruhi sosialisasi Perbankan Syariah kepada masyarakat menjadi terhambat, hal ini tentu haruslah memperoleh atensi dari semua pihak. Sebagai generasi penerus untuk bisa menjadi sumber daya insani yang mampu dan benar-benar dapat menggunakan sistem ekonomi syariah dalam semua aspek kehidupan khususnya pada lembaga keuangan syariah.

Faktor eksternal lainnya yang menjadi tolak ukur perkembangan perbankan syariah adalah mengenai budaya yang berkembang di lingkungan masyarakat. Banyak hal yang bisa menjadi faktor pendorong bagi seseorang untuk memilih hal-hal tertentu dan menentukan keputusan dalam hidupnya termasuk juga dorongan untuk memilih menabung dalam bank syariah. Budaya dalam masyarakat secara tidak langsung akan mempengaruhi pola pikir masing-masing individu. Kotler dan Armstrong mengemukakan bahwa budaya merupakan penentu paling mendasar dari sebuah perilaku dan keinginan seorang konsumen. Sedangkan Lamb, Hair dan McDaniel mengemukakan

bahwa budaya merupakan perilaku khusus pada sebuah kelompok sosial yang menjadi pembeda antara sesama kelompok kultur yang lainnya.

Budaya (*Culture*) itu sendiri adalah salah satu cara untuk dapat digunakan dalam anggota kelompok masyarakat guna berkembang dan dapat berlangsung terus menerus hingga dapat diwarisi oleh generasi selanjutnya. Budaya menjadi penyebab utama dari keinginan perilaku konsumen dalam menentukan sesuatu yang diinginkannya. Perilaku seseorang ditentukan oleh budaya yang ada disekitarnya, hal ini juga akan terus berubah seiring dengan berjalannya waktu. Dalam hal ini bisa dikatakan bahwa jika dalam suatu anggota kelompok masyarakat memiliki kebiasaan untuk memilih bank konvensional, dengan adanya kebiasaan tersebut dapat berpengaruh terhadap pemikiran orang lain yang ada disekitarnya hingga akhirnya merekapun memilih hal yang sama.

Alasan seseorang untuk memilih bertransaksi di bank syariah juga bisa terpengaruhi karena kepribadian diri sendiri maupun kemauan yang bersumber dari dalam diri sendiri. Karena hal tersebut, jika seseorang memang memiliki kemauan untuk menghindari adanya sistem bunga pada bank konvensional, maka secara otomatis ia akan memilih untuk bertransaksi di bank syariah yang pada dasarnya tidak menganut sistem bunga atau bebas riba dalam aktivitas usahanya, namun mamakai sistem *profit and loss sharing*. Hal ini pun menjadikan salah satu faktor eksternal yang bisa menjadi penentu dalam perkembangan bank syariah dalam hal minat menabung. Minat menabung yang dikemukakan oleh Kotler merupakan perilaku yang berasal dari nasabah yang



akhirnya akan menciptakan keputusan untuk memilih menggunakan atau tidak terhadap suatu produk tersebut.<sup>8</sup>

Kondisi tersebut bisa dikatakan sebagai karakter religiusitas seseorang. Religiusitas yang didefinisikan oleh Jalaluddin adalah salah satu keadaan yang muncul dari dalam diri seseorang sehingga mendorong orang tersebut dalam menentukan sesuatu sejalan dengan keyakinannya terhadap ilmu agama yang dianutnya. Ancok Suroso mengutip dalam sebuah buku dengan judul “*American Piety: The Nature Of Religious*” oleh Glock & Strark yang menjelaskan bahwasanya religiusitas merupakan lambang dari ukuran keagamaan yang terdapat dalam diri manusia meliputi, keyakinan, peribadatan, pengetahuan, pengalaman, dan penghayatan.<sup>9</sup> Bank syariah merupakan lembaga yang didalamnya kental akan nilai-nilai dan syariat perekonomian Islam. Hal ini tentu dapat menjadi landasan untuk menduga apabila sebagian banyak dari masyarakat muslim yang memiliki tingkatan religiusitas yang tinggi tentu akan memutuskan untuk bertransaksi dengan produk maupun jasa yang dimiliki bank syariah. Sehingga dalam hal ini, berkembangnya bank syariah di Indonesia pun tak dapat terlepas dari keikutsertaan masyarakat muslim yang mempunyai religiusitas tinggi dalam diri mereka, serta keyakinan betapa pentingnya menerapkan nilai syariah sesuai hukum Islam dalam segala aspek kehidupannya.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2011), hlm. 38

<sup>9</sup> Ancok Suroso, *Psikologi Islam: Sosialisasi Islam dan Problem-Problem Psikologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), Hlm. 272

<sup>10</sup> Zakiah Dradjat, *Ilmu Jiwa Agama*, (Jakarta: Bulan Bintang, 2007), Hlm. 130

Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman merupakan salah satu bank syariah di Tulungagung yang merupakan *ex.legacy* Bank Syariah Mandiri yang bermerger dengan Bank Nasional Indonesia Syariah dan Bank Rakyat Indonesia Syariah. Penggabungan tiga bank syariah ini tentunya dilatar belakangi oleh beberapa hal, salah satunya tak lain adalah perkembangan bank syariah yang sangat minim. Minimnya minat masyarakat untuk menabung di bank syariah menjadikan salah satu penghambat berkembangnya bank syariah. Dengan adanya permergeran bank syariah ini, diharapkan akan mampu untuk menjadikan bank syariah sebagai lembaga keuangan yang berkembang pesat dikalangan masyarakat dan dapat bersaing dengan bank konvensional.

Berikut ini adalah data yang menunjukkan peringkat bank syariah terbaik di Indonesia pada tahun 2020 menurut data statistik OJK

**Tabel 1.2**  
**Peringkat Bank Syariah Terbaik di Indonesia**

<b>Peringkat ke-</b>	<b>Nama Bank Syariah</b>	<b>Jumlah Asset</b>
1	Bank Syariah Mandiri	127 triliun
2	BNI Syariah	58 triliun
3	BRI Syariah	55 triliun
<b>Bank Syariah Indonesia</b>		<b>240 triliun</b>
4	Bank Muamalat Indonesia	48,6 triliun
5	Bank CIMB Niaga Syariah	42,4 triliun
6	BTN Syariah	31,08 triliun
7	Maybank Syariah	30,1 triliun
8	Bank Permata Syariah	21,9 triliun
9	Bank BTPN Syariah	15,38 triliun
10	Bank Panin Dubai Syariah	11,13 triliun

*Sumber: Statistik Perbankan Syariah OJK, 2020*

Dari data diatas dapat dilihat apabila sebelum bermerger, Bank Syariah Mandiri menduduki peringkat pertama sebagai bank syariah terbaik di Indonesia berdasarkan total asset yang dimilikinya, setelah dilakukan

permergeran dan bergabung dengan BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi Bank syariah Indonesia total asetnya mencapai 240 triliun rupiah hal ini membuktikan apabila saat ini Bank Syariah Indonesia mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Perkembangan bank syariah di Tulungagung yang kurang pesat dibuktikan dengan jumlah bank syariah di kabupaten Tulungagung yang terbatas dan hanya memiliki kantor kecil di wilayah kota serta tidak adanya kantor cabang yang menyebar di seluruh daerah, sehingga banyak masyarakat yang juga kesulitan untuk menjangkauanya. Selain itu juga terlihat dari terbatasnya mesin ATM milik bank syariah, sangat minim jika dibandingkan dengan bank konvensional.

Tercatat bahwa penduduk muslim di Indonesia berjumlah sekitar kurang lebih 180 juta, sedangkan hanya sekitar 30 juta penduduk muslim yang sudah tercatat sebagai nasabah bank syariah.<sup>11</sup> Dengan hal tersebut juga cukup membuktikan apabila eksistensi bank syariah terbilang masih kurang jika dibandingkan dengan bank konvensional. Sebagai generasi milenial, mahasiswa perbankan syariah memiliki peran yang cukup penting dalam keikutsertaanya untuk mengenalkan bank syariah kepada masyarakat umum yang masih awam dengan adanya bank syariah. Hal ini tak lain adalah dengan tujuan untuk meningkatkan eksistensi dan perkembangan bank syariah iitu sendiri. Dengan adanya hal tersebut, maka akan menjadi permasalahan yang menarik untuk dilakukan penelitian. Peran generasi milenial yang dalam hal ini adalah mahasiswa dalam proses perkembangan bank syariah sangatlah

---

<sup>11</sup> <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/>, diakses pada 27 Oktober 2021 pukul: 20.06

dibutuhkan. Dengan hal ini maka harus diketahui mengenai aspek-aspek pendukung apa saja yang dapat mempengaruhi minat nasabah untuk menabung di bank syariah.

Dari pemamaran masalah yang sudah dijelaskan diatas, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Inovasi Produk, Budaya Masyarakat, dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Sekarang ini kemajuan lembaga keuangan syariah di Indonesia sudah mulai memperlihatkan peningkatan, akan tetapi masih belum bisa menyamai perkembangan bank konvensional. Beberapa penyebab yang menjadikan masyarakat enggan untuk memilih bank syariah adalah karena kurangnya pengetahuan mengenai sistem operasional bank syariah itu sendiri. Ada 2 faktor yang memberikan pengaruh kepada minat masyarakat untuk melakukan transaksi di bank syariah, yakni dipengaruhi oleh faktor baik internal ataupun eksternal. Faktor eksternal bisa dipengaruhi karena adanya inovasi produk, budaya masyarakat sedangkan faktor internal yaitu bersumber dari dalam diri individu itu sendiri yang dalam hal ini adalah berupa religiusitas.

Inovasi produk bisa dilakukan melalui proses pengembangan produk sesuai dengan produk yang sudah ada dengan menambah berbagai ide kreatif untuk menarik minat masyarakat memilih bank syariah. Minat menabung sendiri

merupakan dorongan dari dalam individu yang akhirnya menimbulkan keinginan untuk menabung. Dengan adanya inovasi produk dapat dijadikan tolak ukur Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung untuk untuk menambah minat nasabah untuk menabung, selain itu juga faktor budaya di lingkungan masyarakat dan religiusitas seseorang. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti akan mengumpulkan beberapa preferensi penyebab munculnya permasalahan tersebut untuk kemudian dilakukan penelitian sesuai dengan kemampuan yang dimiliki oleh peneliti.

### **C. Rumusan Masalah**

1. Apakah terdapat salah satu diantara variabel inovasi produk, budaya masyarakat dan religiusitas yang berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman?
2. Apakah variabel inovasi produk berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman?
3. Apakah variabel budaya masyarakat berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman?
4. Apakah variabel religiusitas berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman?

#### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui salah satu diantara variabel inovasi produk, budaya masyarakat dan religiusitas yang berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman.
2. Untuk memaparkan pengaruh variabel inovasi produk terhadap minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman.
3. Untuk menganalisis pengaruh variabel budaya masyarakat terhadap minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman.
4. Untuk memahami pengaruh variabel religiusitas terhadap minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian mengenai hal tersebut di atas, diharapkan hasil yang akan didapatkan dapat dipergunakan untuk menjawab rumusan masalah yang sedang diteliti, di samping itu peneliti juga mengharapkan agar hasil dari penelitian ini nantinya mempunyai manfaat yang positif baik secara teoritis maupun secara praktis.

1. Secara Teoritis.

Penelitian yang dilakukan diharapkan akan mendapatkan hasil yang nantinya dapat memperbanyak pengetahuan mengenai keilmuan baik untuk peneliti maupun pihak lain yang ikut terlibat dengan penelitian ini, dan juga

sebagai pengembangan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan market share perbankan syariah, dan juga memberikan sumbangsih pemikiran terkait judul penelitian lain yang berkaitan.

## 2. Secara Praktis

- a. Akademis, diharapkan hasil penelitian nantinya bisa bermanfaat untuk menjadi evaluasi atau referensi khususnya pada jurusan Perbankan Syariah dan penyusunan karya ilmiah yang lain. Selain itu juga sebagai referensi bagi mahasiswa dan seluruh civitas akademika di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung ataupun pihak yang sedang memerlukannya.
- b. Pihak Lembaga penelitian yaitu Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman, hasil dari penelitian didapatkan diharapkan bisa mendukung proses peningkatan kinerja operasional lembaga dalam mengembangkan market share secara tepat, serta menjadikannya sarana evaluasi yang berkaitan dengan proses diambilnya keputusan yang berhubungan dengan manajemen pemasaran maupun keputusan lain yang berkaitan.
- c. Untuk peneliti yang lain atau penelien selanjutnya, diharapkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini akan digunakan sebagai sarana referensi bagi para peneliti kedepannya apabila akan melakukan penelitian dalam aspek *market share* perbankan syariah utamanya mengenai inovasi produk, budaya masyarakat dan religiusitas.

## **F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

Dalam sebuah proses pelaksanaan sebuah penelitian untuk mempermudah pembahasan sehingga dapat dipahami dengan jelas dan tidak bertele-tele diperlukan adanya suatu batasan atau ruang lingkup. Batasan pada suatu penelitian dilakukan dengan maksud memberikan batasan dalam cakupan penelitian yang sedang berlangsung sehingga pembahasannya tetap fokus pada rumusan masalah penelitian yang telah dibuat dan menghindari adanya penyimpangan pembahasan dari inti persoalan atau masalah yang sebelumnya sudah dibuat, yang akan menyebabkan kebingungan pada pembaca. Oleh karena itu, keterbatasan dalam penelitian ini yaitu :

1. Dalam penelitian ini hanyalah terfokus pada pengaruh inovasi produk, budaya masyarakat, dan religiusitas terhadap minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman.
2. Sedangkan yang merupakan subjek pada penelitian ini merupakan salah satu bank syariah yang berada di wilayah Tulungagung, yaitu Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman.

## **G. Penegasan Istilah**

1. Definisi Konseptual
  - a. Inovasi Produk

Inovasi produk sesuai dengan yang dijelaskan oleh Thomas W. Zimmerer adalah sesuatu hal yang memiliki potensi guna menimbulkan imajinasi serta pikiran seseorang yang akhirnya akan menghadirkan



konsumen atau pelanggan. Inovasi merupakan suatu gagasan atau konsep seseorang yang dituangkan dalam sebuah produk, atau jasa ke dalam persepsi yang aktual. Inovasi merupakan sebuah pengembangan suatu produk maupun jasa sehingga konsumen mengenalnya dengan sebutan produk baru. Maka dapat dikatakan bahwa inovasi dimaknai dengan pengembangan atau pengimplementasian gagasan baru pada suatu produk dalam waktu tertentu dalam sebuah organisasi tertentu.<sup>12</sup>

b. Budaya Masyarakat

Kotler dan Amstrong mengemukakan bahwa budaya merupakan penentu paling mendasar dari sebuah perilaku dan keinginan.<sup>13</sup> Sedangkan Lamb, Hair dan McDaniel mengemukakan bahwa budaya merupakan perilaku khusus pada sebuah kelompok sosial yang menjadi pembeda antara sesama kelompok kultur yang lainnya. Budaya berkembang di kalangan masyarakat secara luas dan secara tidak langsung mempengaruhi setiap tingkah laku dan tindakan orang yang ada pada lingkup budaya tersebut. Budaya masyarakat juga dapat diartikan sebagai fenomena dalam kehidupan masyarakat yang bisa diamati yang terdiri dari pola perilaku yang terus dilakukan dari generasi ke generasi.

---

<sup>12</sup> Basu Swastha Dharmmesta dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta:BPFE, 2014), hlm. 99

<sup>13</sup> Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2011), hlm. 38

c. Religiusitas

Religiusitas yang didefinisikan oleh Jalaluddin adalah salah satu keadaan yang muncul dari diri individu sehingga mendorongnya untuk menjalankan satu hal yang sejalan dengan keyakinannya terhadap ilmu agama yang dianutnya. Tingkatan religius seseorang dapat menunjukkan kesesuaian dan keyakinan diri terhadap keyakinan yang dianutnya. Religiusitas juga bisa dimaknai dengan suatu bentuk yang ada pada diri seseorang secara kompleks dari kepercayaan dan keyakinan dalam diri setiap orang yang selalu menghubungkan dirinya dengan sesuatu yang bersifat keagamaan termasuk juga semua yang berhubungan dengan kegiatan yang dilakukannya.<sup>14</sup>

d. Minat Menabung

Minat menabung menurut Kotler merupakan perilaku nasabah yang menyangkut keputusan akan membeli ataupun tidak membeli terhadap suatu produk ataupun jasa. Sebelum melakukan kegiatan pembelian suatu produk ataupun jasa biasanya nasabah akan mempertimbangkan banyak hal mulai dari kualitas, maupun seberapa besar produk tersebut dikenal dikalangan umum atau masyarakat luas, yang kemudian pada akhirnya menciptakan keputusan akan melakukan pembelian atau menggunakannya. Minat adalah suatu bentuk keinginan yang terjadi dan berasal dari diri sendiri, sehingga akhirnya menciptakan suatu keadaan dimana orang tersebut akan memiliki perhatian disertai keinginan

---

<sup>14</sup> Zakiah Dradjat, *Ilmu Jiwa Agama*, (Jakarta: Bulan Bintang, 2007), Hlm. 130

terhadap sesuatu. Adanya ketertarikan tersebut akan menciptakan keinginan untuk mengetahui dan mempelajari bahkan membuktikan secara nyata mengenai suatu hal.<sup>15</sup>

## 2. Definisi Operasional

Penelitian ini dilaksanakan dengan maksud guna melihat ada atau tidaknya pengaruh inovasi produk, budaya masyarakat, dan religiusitas terhadap minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah. Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman dalam hal ini adalah sebagai lembaga penelitian. Disamping itu, dilakukannya penelitian ini juga merupakan sebuah usaha atau strategi untuk Bank Syariah Indonesia agar mendapatkan jumlah nasabah yang lebih besar guna menjaga berlangsungnya aktivitas operasional perbankan itu sendiri. Inovasi produk diartikan sebagai salah satu upaya pemasaran yang memiliki hubungan dan proses terhadap lingkungan pemasaran yang diharapkan mampu untuk menarik minat konsumen yang dalam hal ini adalah nasabah.

Selain itu budaya yang berkembang di tengah masyarakat serta religiusitas yang dimiliki oleh setiap orang merupakan suatu hal yang akan diteliti terkait dengan minat nasabah untuk menabung. Dalam hal ini apabila produk yang ditawarkan tidak berkembang ditambah lagi dengan adanya budaya yang ada pada kelompok masyarakat serta sikap religiusitas yang dimiliki, maka akan sulit untuk menciptakan minat nasabah yang akan

---

<sup>15</sup> Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2011), hlm. 38

menabung di Bank syariah. Bila pengembangan inovasi produk dilakukan, juga direncanakan maka diharapkan dapat menciptakan minat bagi nasabah untuk menabung, jika pengembangan inovasi produk baru serta sosialisasi kepada masyarakat giat dilakukan maka akan dapat lebih banyak menarik minat nasabah untuk menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman.

## **H. Sistematika Penulisan Skripsi**

Dalam menulis sebuah skripsi terdapat sistematika atau urutan penulisan yang harus diperhatikan. Sistematika penulisan skripsi terbagi menjadi 3 bagian yaitu terdiri dari :

### **1. Bagian Awal**

Bagian awal penulisan skripsi ini terdiri atas halaman depan, halaman judul, halaman persetujuan, motto penulis, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran dan abstrak.

### **2. Bagian Utama**

Bagian utama dalam penulisan skripsi dibagi atas 6 bagian, antara lain adalah :

#### **a. BAB I Pendahuluan**

Dalam bagian pendahuluan ini terdiri atas beberapa sub bab mulai dari latar belakang, identifikasi dan pembahasan masalah, rumusan

masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, keterbatasan penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan skripsi.

b. BAB II Landasan Teori

Pada bagian ini terdiri atas pembahasan semua variabel yang sedang diteliti yang sebelumnya sudah berdasarkan dengan teori serta kajian penelitian terdahulu.

c. BAB III Metodologi Penelitian

Pada bagian ini terdiri dari beberapa sub bab diantaranya adalah jenis penelitian, populasi, sampling, sampel penelitian, sumber data, variabel, skala pengukuran, teknik pengumpulan data serta analisis data

d. BAB IV Laporan Hasil Penelitian.

Dalam bagian ini akan dipaparkan mengenai hasil dari penelitian yang telah dilakukan berserta pembahasannya.

e. BAB V Pembahasan

Bagian ini berisikan hasil dari penelitian yang dimanfaatkan untuk menjawab permasalahan yang sedang diteliti, serta menafsirkan penemuan penelitian, mengintegrasikan penemuan penelitian ke dalam penelitian yang dibuat, dan melakukan modifikasi pada teori yang digunakan serta memaparkan keterkaitannya dengan penelitian.

f. BAB VI Penutup

Pada bagian penutup skripsi terdiri dari penarikan kesimpulan yang didapatkan melalui hasil penelitian dan juga mengemukakan beberapa saran.

g. Bagian Akhir

Pada bagian akhir penulisan skripsi terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi sekaligus daftar riwayat hidup penulis.