

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan di Indonesia sekarang ini semakin ramai dengan adanya Bank Syariah yang menawarkan produk keuangan dan investasi dengan cara dan aturan yang berbeda dengan Bank Konvensional yang sudah lama berdiri. Meski Bank Syariah dianggap sebagai pendatang baru, tetapi perkembangan yang cukup pesat membuat Bank Syariah cukup diminati di Indonesia. Hal ini dibuktikan dari negara yang mayoritas penduduknya adalah muslim, jadi antusias para muslim di Indonesia sangatlah besar untuk menggunakan layanan dan jasa Perbankan Syariah yang berpedoman pada hukum serta syariat islam. Melihat antusias para masyarakat Indonesia menggunakan jasa Perbankan Syariah, maka bank-bank Konvensional ikut mendirikan institusi syariah atau unit usaha syariah sendiri. Hal tersebut dilakukan untuk menarik lebih banyak nasabah yang tertarik dengan keunggulan Bank Syariah.¹

Menurut Hery Gunardi selaku direktur utama PT Bank Syariah Indonesia Tbk atau BSI per November 2020 mengatakan bahwa dari 180 juta muslim di Indonesia, baru sebesar 30,27 juta yang menjadi nasabah Bank Syariah. Hal ini menandakan bahwa potensi pasar bank syariah besar dan belum tergarap seluruhnya. Sebesar 149 juta yang berpotensi menjadi nasabah belum tergarap. Karna hal tersebut bank-bank syariah lainnya juga harus mengisi gap penduduk muslim dengan nasabah bank syariah.²

¹ Agus Marimin, *Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 01, No. 02, Juli 2015, hlm. 80.

² Adhi Wicaksono, *180 Juta Umat Muslim, Baru 30 Juta Jadi Nasabah Bank Syariah*, CNN Indonesia, Rabu, 10 Februari 2021.

Sumber: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210210164446-78-604821/180-juta-umat-muslim-baru-30-juta-jadi-nasabah-bank-syariah> (Diakses tanggal 11 Mei 2022)

Minat menjadi nasabah di Bank Syariah masih sangat rendah, banyak sekali persepsi dan sikap masyarakat yang belum memahami konsep dari bank syariah sendiri, seperti pada bunga bank di bank konvensional dan sistem bagi hasil di bank syariah, banyak yang mengira keduanya itu prinsipnya sama tetapi merupakan dua hal yang berbeda. Menurut Abu Zahra, Abu 'Ala Al-Maududi Abdullah Al-'Arabi dan Yusuf Qardhawi berpendapat bahwa bunga bank konvensional itu termasuk dalam golongan riba nasiah yang dilarang oleh Islam. Jadi umat Islam dilarang melakukan kegiatan muamalah yang mengandung unsur tersebut, kecuali hal tersebut terjadi dalam keadaan darurat sehingga ada rukhsah atau keringanan.³

Sedangkan menurut KH Wawan Arwani berpendapat bahwa bagi hasil dalam bank syariah mengikuti syariat Islam dimana bersifat adil dan serta ada bagi kerugian saat usaha menemui kerugian antara dua belah pihak yang melaksanakan kontrak.⁴

Pada kalangan mahasiswa sendiri juga masih banyak yang belum menggunakan jasa bank syariah sebagai lembaga keuangan, kebanyakan dari mereka menganggap bank konvensional lebih mudah digunakan dari pada bank syariah. Padahal mereka dari golongan yang cukup mengerti tentang konsep dari bank syariah sendiri. Dilihat dari penelitian yang telah dilaksanakan oleh Dino Sanjaya, dari total mahasiswa yang menjadi responden pada penelitian tersebut adalah sebanyak 100 mahasiswa, mahasiswa yang memiliki rekening tabungan adalah sebanyak 82 mahasiswa dimana mahasiswa yang memiliki rekening bank konvensional sebanyak 55 mahasiswa sedangkan yang memiliki rekening di bank syariah sebanyak 27 mahasiswa dan mahasiswa yang tidak memiliki rekening sebanyak 18 mahasiswa. Faktor yang menyebabkan mahasiswa

³ Abdul Haris dkk, *Sistem Ekonomi Perbankan Berlandaskan Bunga (Analisis Perdebatan Bunga Bank Termasuk Riba atau Tidak)*, Jurnal Akuntansi Dan Pajak, Vol 13, No. 1, Juli 2012, hlm. 25.

⁴ Mar'atus Solehah dan Maburi Faozi, *Presepsi Ulama Tentang Praktek Bagi Hasil Pembiayaan Mudharabah di Perbankan Syariah*, Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah, Vol.3, No. 2, 2015, hlm. 78.

tidak menabung di Bank Syariah adalah faktor pengetahuan dan keyakinan.⁵

Indonesia merupakan negara yang penduduknya mayoritas adalah beragama Islam, jadi dalam melakukan sesuatu khususnya pada bidang ekonomi seharusnya menggunakan transaksi yang sesuai dengan prinsip Islam. salah satunya dengan memilih produk dari lembaga keuangan syariah yaitu pada Bank syariah. Bank Syariah sendiri dikenaldengan Bank Islam tanpa riba. Riba sendiri merupakan menetapkan bunga atau melebihi jumlah pinjaman pokok secara bathil, adapun riba hukumnya adalah haram. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S Al-Baqarah: 275:⁶

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

*Artinya: “orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri sendiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah mengahalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya”.*⁷

Bank Syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan tugas sebagai fungsi perantara (*Intermediary*) dalam menghimpun dana

⁵ Dino Sanjaya, *Analisis Minat Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus: Fakultas Ekonomi Universitas Sing A Perbangsa Karawang)*, Competitive Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 5(2), 2021, hlm. 126.

⁶ Faisal Umardani Hasibuan dan Rahma Wahyuni, *Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa)*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6(01), hlm. 23.

⁷ Qur'an Kemenag. Surat Al-Baqarah: 286. <https://quran.kemenag.go.id/surah/2>. Diakses tanggal 2 Maret 2022 pukul 10.35 WIB.

dari nasabah dan menyalurkan pembiayaan pada nasabah sesuai dengan prinsip syariah. Bank syariah adalah bank yang bebas bunga dan memiliki orientasi pencapaian sejahtera.

Pada sistem bunga yang terdapat pada suatu Bank, hanya membawa nasabahnya dalam kesulitan karena beban pada bunganya. Dalam mengatasi situasi tersebut, saat ini perbankan di Indonesia mulai mengembangkan sistem transaksi berbasis syariah yang menggunakan sistem bagi hasil.⁸

Industri Perbankan Syariah telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dengan diterbitkannya UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, perkembangan industri Perbankan Syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat. Pertumbuhannya cukup impresif, dengan pertumbuhan aset lebih dari 65% per-tahun dalam lima tahun terakhir. Dengan demikian, peran industri Perbankan Syariah dalam mendukung perekonomian nasional semakin signifikan.⁹

Masalah yang sering dihadapi Perbankan adalah dalam hal menarik nasabah untuk menggunakan jasa dari Perbankan itu sendiri. Seperti halnya Bank Syariah, yang bersaing untuk menarik nasabah agar menggunakan jasa dari Bank Syariah tentunya. Karena di Indonesia sendiri banyak sekali lembaga keuangan khususnya Perbankan, jadi Bank Syariah harus memiliki strategi untuk menarik nasabah dan bisa bersaing dengan bank lainnya. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nasabah dalam proses mempertimbangkan atau memilih hingga menggunakan jasa Bank Syariah. Menurut Kotler secara garis besar faktor-faktor tersebut dibagi

⁸ Fajar Mujaddid dan Pandu Tezar Adi Nugroho, *Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan Dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung Di Bank Syariah*, Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 10, No, 1, Mei 2019, hlm. 15.

⁹ Hutomo Rusdianto dan Chnafi Ibrahim, *Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Presepsi Masyarakat sebagai Variabel Moderating Di Pati*, Jurnal Equilibrium, Vol. 4, No. 1, Juni 2016, hlm. 44.

menjadi tiga, yaitu: faktor bauran pemasaran, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi.¹⁰

Pada faktor bauran pemasaran variabel yang mempengaruhi faktor tersebut adalah keunggulan produk. Karena seperti yang telah dikatakan Kotler bahwa yang mendefinifikan bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan suatu perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran didalam pasar sasaran. Bauran pemasaran merupakan variabel terkendali yang dapat digunakan perusahaan untuk mempengaruhi konsumen dari segmen pasar tertentu yang dituju perusahaan. Dimana Kotler telah mempopulerkan sebuah klasifikasi empat unsur dari alat bauran pemasaran yang dikenal dengan 4P yaitu produk (product), harga (price), tempat (place) dan promosi.¹¹

Variabel teknologi digital juga termasuk dalam faktor bauran pemasaran karena perbankan banyak menggunakan teknologi digital untuk mempromosikan dan juga menawarkan berbagai produknya melalui sisitem digital. Dimana teknologi digital ini kegunaannya adalah proses strategik, mengembangkan, mendistribusikan, mempromosikan dan menetapkan harga dan jasa kepada pasar sasaran melaui internet atau alat digital lainnya. Dalam hal ini bertujuan untuk memudahkan konsumen dan juga untuk menarik pelanggan karena kemudahanya dan juga fleksibilitasnya.¹²

Sedangkan pada variabel religiusitas termasuk dalam faktor pribadi, faktor sosial dan faktor psikologi. Karena religiusitas ada pengaruh hubungan antar pribadi baik pergaulan yang bersifat keagamaan, pengaruh kebiasaan yang rutin dilakukan oleh individu dalam hal agama, pengaruh dari orang dekat seperti keluarga atau teman dekat. Faktor

¹⁰ Roni Andespa, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah*, Jurnal Al-Masraf, Vol. 2, No. 1, Januari-Juni 2017, hlm 44.

¹¹ Sylvia Shareen dan Nur Rahma Andanyani, *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kara Santan PT Enseval Putera Megatrading, Tbk*, Journal of Applied Business Administration, Vol. 2, No. 1, Maret 2018, hlm 48.

¹² Novi Tri Hariyati dan Alexandrer Wirapraja, *Pengaruh Influencer Markeying Sebagai Srtategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)*, Jurnal Eksekutif, Vol. 15, No. 1, Juni 2018, hlm. 138

psikologi yang timbul oleh faktor internal maupun eksternal, dimana apabila mempengaruhi seorang atau kelompok hingga menimbulkan semacam gejala tekanan batin, maka akan terdorong untuk mencari jalan keluar yaitu ketenangan batin.¹³

Hubungan antara variabel keunggulan produk dengan minat menjadi nasabah terlihat dari penilaian konsumen terhadap perusahaan salah satunya terletak pada kualitas produknya. Produk dapat dikatakan sebagai kumpulan atribut yang berwujud atau tak berwujud, yang terangkum dalam serangkaian sebuah produk mencakup warna produk, harga, kemasan produk, dan pelayanan yang diterima oleh konsumen atau nasabah, sebagai suatu hal yang dapat memuaskan kebutuhannya. Menurut Ferinadewi atribut produk mengandung informasi penting tentang produk tersebut sehingga dapat dijadikan sebagai alat pengukur minat nasabah menggunakan atau membeli produk perbankan syariah.¹⁴

Hubungan antara variabel teknologi digital dengan minat menjadi nasabah dilihat dari penggunaan digital banking yang merupakan salah satu elemen penting dari penilaian kepuasan pelanggan yaitu keandalan dan daya tanggap. Dengan penerapan digital banking, bank berharap bahwa ia dapat diandalkan dan memiliki daya tanggap yang tinggi terhadap kebutuhan nasabah dan minat nasabah tertarik dengan bank syariah untuk menggunakan produk serta layanannya.¹⁵

Hubungan antara variabel religiusitas dengan minat menjadi nasabah dilihat dari religiusitas sendiri yang merupakan suatu tingkat dimana seseorang dapat berkomitmen atau setia kepada agamanya dapat berpengaruh yang sangat besar bagi seseorang. Semakin tinggi religiusitas seseorang maka mereka akan lebih berhati-hati dalam mengambil

¹³ Zaenab Pontoh dan M Farid, *Hubungan Antara Religiusitas Dan Dukungan Sosial Dengan Kebahagiaan Pelaku Konversi Agama*, Jurnal Psikologi Indonesia, Vol. 4, No. 1, Januari 2015, hlm 105.

¹⁴ Ismaulina, *Atribut Produk Tabungan Bank Syariah dan Pengaruhnya Pada Minat Nasabah Menabung*, Jurnal Al-Masharif, Vol. 8, No. 2, hlm. 209.

¹⁵ Asti Marlina dan Widhi Ariyo Bimo, *Digitalisasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Bank*, Jurnal Ilmiah Inovator, Edisi Maret 2018, hlm. 32.

keputusan seperti halnya dengan keputusan untuk menggunakan jasa atau produk dari perbankan syariah.¹⁶

Bank syariah yang memiliki berbagai macam produk baik simpanan maupun pembiayaan yang salah satu menjadi keunggulannya. Keunggulan produk merupakan pembeda atau superioritas yang lebih tinggi dari pada tawaran pesaing. Unsur-unsur keunggulan produk contohnya adalah keunikan, nilai dan juga keuntungan yang ditawarkan perusahaan, hal tersebut harus dilihat dari perspektif pelanggan yang berdasarkan pemahaman atas kebutuhan juga keinginan pelanggan serta dari faktor subjektif mereka.¹⁷

Sondang P. Siagian menyatakan bahwa pengembangan produk adalah untuk upaya menarik minat para pelanggan atau nasabah agar membeli ataupun menggunakan produk baru yang telah dihasilkan atau dikembangkan perusahaan. Pengembangan produk perbankan yang menjadi sasaran para nasabah terdapat tiga jenis kegiatan yaitu: 1) mengembangkan dan meluncurkan produk baru, 2) mengembangkan variasi mutu produk yang lama, 3) mengembangkan model dan juga bentuk tambahan pada produk yang lama.¹⁸

Antusias masyarakat menggunakan produk Perbankan Syariah dari tahun ketahun terus meningkat dengan dibuktikannya peningkatan jumlah deposito, produk pinjaman ataupun produk-produk perbankan lainnya yang digunakan oleh para nasabah. Perkembangan Perbankan Syariah semakin membaik yang berdampak pada peningkatan kegiatan perekonomian masyarakat serta mengurangi kegiatan transaksi yang

¹⁶ Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, *Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 4, No. 2, 2018, hlm. 138.

¹⁷ Nirlia Okta Wirda dkk, *Pengaruh Promosi dan Keunggulan Produk Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Gadai Emas (Rahn) Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Jeuran Nagam Raya*, Jurnal Ekonomi Regional, Vol. 4, No. 3, Desember 2021, hlm 9.

¹⁸ Ahmad Muhklisin dan Aan Suhendri, *Strategi Pengembangan Produk Bank Syariah Di Indonesia*, Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 3, No. 2, September 2018, hlm. 191.

bersifat spekulatif, menjadikan sistem keuangan dalam keadaan stabil secara keseluruhan.¹⁹

Selain dari keunggulan produknya, Bank Syariah juga harus memperhatikan tentang teknologi digital yang sangat penting di era sekarang ini untuk menunjang kemajuan dari perbankan syariah. Teknologi digital merupakan teknologi informasi yang mengutamakan kegiatan yang dilakukan oleh komputer atau digital, dibandingkan dengan menggunakan tenaga manusia.²⁰

Digitalisasi pada perbankan bertujuan untuk menurunkan biaya operasional, yang merupakan investasi jangka panjang. Perbankan dapat menjangkau pasar yang luas dengan menurunkan anggaran investasi pembukaan cabang pembantu serta kantor kas kecil. Accesture, berpendapat bahwa perbankan di Indonesia berisiko kehilangan hingga 30% dari total nasabah jika tidak memanfaatkan teknologi digital dengan secara maksimal.²¹

Sekarang ini Perbankan Syariah terus berinovasi dengan menggunakan teknologi digital. Sistem perbankan dengan menggunakan teknologi digital tidak hanya melakukan fungsi dasar bank yakni sebagai lembaga perantara keuangan dan penyediaan layanan keuangan saja, tapi juga diluar sebagai penasihat keuangan untuk nasabah mereka dan dapat berinteraksi secara real time melalui perangkat seluler yang digunakan nasabah. Bank sendiri dapat memanfaatkan media sosial untuk pemasaran viral dan meningkatkan jangkauannya. Sementara pada penyedia layanan perbankan yang aman melalui portal media sosial. Bank juga perlu

¹⁹ Daniel Ortega dan Anas Alhifni, *Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Manabung Masyarakat Di Bank Syariah*, Jurnal Equilibrium, Vol. 5, No. 1, 2017, hlm. 88.

²⁰ Muhammad Danuri, *perkembangan dan Transformasi Teknologi Digital*, Jurnal INFOKAM, No. II, Th. XV, September 2019, hlm. 119.

²¹ Ibid, Asti Marlina dan Widhi Ariyo Bimo, hlm. 15.

memastikan bahwa langkah-langkah kemanan yang diperlukan untuk melindungi privasi nasabah.²²

Religiusitas juga salah satu hal yang terpenting dalam perilaku konsumen atau nasabah bank syariah, karena sebagai umat islam menjalankan sesuatu khususnya dalam aktivitas ekonomi harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah agar terhindar dari hal yang dilarang seperti riba, maisyir dan juga gharar yang jelas dilarang dan juga diharamkan oleh Allah. Religiusitas merupakan suatu keyakinan atau kepercayaan dan penghayatan dalam ajaran agama yang mengarah pada perilaku seorang sesuai dengan ajaran agama yang dianut. Kesiadaan suatu pihak untuk menerima risiko dari pihak yang lainnya, bahwa pihak lainnya akan melakukan tindakan yang penting untuk pihak yang mempercayai, terlepas dari kemampuan mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercayai.²³

Pengaruh pada religiusitas akan terlihat pada identitas dan juga karakter diri serta nilai seseorang yang pada akhirnya akan berpengaruh pada cara seorang dalam konsumsi. Selain itu juga berhubungan dengan pengaruh seseorang untuk minat menggunakan jasa disuatu lembaga perbankan syariah, jadi semakin tinggi seseorang memiliki religiusitas maka akan lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan, misalnya untuk mengambil dan menggunakan produk dari suatu lembaga perbankan syariah.²⁴

Banyak cara untuk mengatasi permasalahan pada bank syariah, salah satunya adalah dengan sosialisasi baik secara akademis maupun non akademis. Misalnya adalah universitas membuka program studi tentang ekonomi islam. Hal ini bisa menjadi salah satu solusi dalam permasalahan

²² Siti Bunga Fatimah dan Achsanah Hendratmi, *Digitalisasi Pada Bank Mandiri Syariah Di Tengah Persaingan Dan Perubahan*, Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Penerapan, Vol. 7, No. 4, April 2020, hlm. 811.

²³ Nurul Khotimah, *Pengaruh religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik)*, Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen, Vol. 5, No. 1, April 2018, hlm. 38.

²⁴ Ibid, Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, hlm. 138.

bank syariah, dimana mahasiswa adalah salah satu komponen atau bagian dari masyarakat yang lebih paham tentang produk dan jasa dalam perbankan syariah. Mahasiswa ekonomi islam merupakan calon nasabah yang memiliki potensi untuk mengembangkan perbankan syariah, karena mereka lebih paham akan produk dan keunggulan yang dimiliki bank syariah.

Berbagai faktor dan alasan mahasiswa tidak memilih bank syariah sebagai lembaga perbankan adalah rendahnya pengetahuan serta pemahaman akan bank syariah, terutama disebabkan oleh dominasi bank konvensional. Perbedaan persepsi antara bagi hasil, bunga dan produk, jaringan layanan serta teknologi dalam perbankan syariah, hal tersebut bisa mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan jasa dan produk dari bank syariah.²⁵

Selain itu mahasiswa memiliki masalah tentang keuangan, karena sebagian besar mahasiswa belum memiliki pendapatan, cadangan dana yang terbatas untuk digunakan setiap bulannya. Selain itu terkadang masalah yang dihadapi mahasiswa adalah keterlambatan uang saku dari orang tua, uang bulanan yang habis sebelum waktunya, pengelolaan keuangan pribadi yang salah, dan juga gaya hidup yang boros.

Dari hasil survei sementara yang dilakukan peneliti sebagai pra penelitian, bahwa sebanyak 25 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SATU Tulungagung ada 18 mahasiswa bukan nasabah atau tidak memiliki rekening bank syariah dan sebanyak 7 mahasiswa sebagai nasabah atau memiliki rekening bank syariah. Hal tersebut menunjukkan masih sangat rendah minat mahasiswa untuk menggunakan jasa dari bank syariah.²⁶

Dari latar belakang diatas, peneliti mengambil lokasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SATU Tulungagung, dikarenakan untuk

²⁵ Anita Rahmawati, *Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk BNI Syariah Semarang*, Jurnal Addin, Vol. 8, No. 1, Februari 2014, hlm. 6.

²⁶ Survei sementara mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SATU TULUNGAGUNG (Jumat, 8 April 2022)

menguji pengaruh keunggulan produk, teknologi digital dan religiusitas terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada mahasiswa FEBIUIIN SATU Tulungagung. Jika dilihat para mahasiswa khususnya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mereka tentunya lebih mengetahui dan memahami tentang Perbankan Syariah dan juga mereka sudah tidak asing dengan istilah-istilah pada Perbankan Syariah yang telah dipelajari pada bangku perkuliahan. Tetapi pada praktiknya masih sedikit yang menggunakan jasa perbankan syariah dan lebih memilih bank konvensional, seperti halnya UIN SATU Tulungagung sendiri saat ini masih menggunakan jasa bank konvensional untuk pembayaran UKT mahasiswa, padahal di bank syariah sudah banyak sekali produk dan jasanya.

Keterbaruan dari penelitian ini adalah berbeda dengan penelitian terdahulu hanya saja menggabungkan beberapa variabel dari penelitian terdahulu dan lokasi penelitian ini juga berbeda dengan penelitian terdahulu. Serta penelitian ini meneliti minat responden menjadi nasabah di bank syariah dengan melihat ketiga variabel yang digunakan peneliti.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti berminat melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Keunggulan Produk, Teknologi Digital dan Religiusitas Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Pada Mahasiswa FEBIUIIN SATU Tulungagung”**.

B. Identifikasi Penelitian Dengan Batasan Masalah

Dari latar belakang diatas dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi pengaruh keunggulan produk terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada mahasiswa FEBIUIIN SATU Tulungagung.
2. Mengidentifikasi pengaruh teknologi digital terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada mahasiswa FEBIUIIN SATU Tulungagung.

3. Mengidentifikasi pengaruh religiusitas terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada mahasiswa FEBIUIN SATU Tulungagung.
4. Mengidentifikasi pengaruh keunggulan produk, teknologi digital dan religiusitas secara bersama-sama terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada mahasiswa FEBIUIN SATU Tulungagung.

Melihat dari identifikasi masalah yang ada, maka peneliti membatasi masalah agar tidak meluasnya pokok permasalahan dengan memberi pembatasan yang sesuai dengan tujuan yang ditetapkan maka akan diberi pembatasan yaitu Pengaruh Keunggulan Produk, Teknologi Digital dan Religiusitas Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Pada Mahasiswa FEBIUIN SATU TULUNGAGUNG.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang diteliti adalah:

1. Apakah keunggulan produk berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada mahasiswa FEBIUIN SATU Tulungagung?
2. Apakah teknologi digital berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada mahasiswa FEBIUIN SATU Tulungagung?
3. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada mahasiswa FEBIUIN SATU Tulungagung?
4. Apakah keunggulan produk, teknologi digital dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada mahasiswa FEBIUIN SATU Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah diatas adalah:

1. Untuk menguji pengaruh keunggulan produk terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada mahasiswa FEBIUIN SATU Tulungagung.
2. Untuk menguji pengaruh teknologi digital terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada mahasiswa FEBIUIN SATU Tulungagung.
3. Untuk menguji pengaruh religiusitas terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada mahasiswa FEBIUIN SATU Tulungagung.
4. Untuk menguji pengaruh keunggulan produk, teknologi digital dan religiusitas secara bersama-sama terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada mahasiswa FEBIUIN SATU Tulungagung.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis

Adapun manfaat secara teoritis adalah untuk memberikan informasi serta menambah ilmu pengetahuan dengan berkontribusi untuk kemajuan ilmu ekonomi khususnya dalam bidang kesejahteraan keuangan mahasiswa.

2. Secara Praktis

Manfaat penelitian secara praktis adalah manfaat penelitian yang bisa diterapkan secara langsung.

- a. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat menjadi bahan kajian atau sebagai bahan masukan kedepannya, serta sebagai sumbangsih ke perpustakaan UIN SATU Tulungagung dengan menyumbangkan hasil penelitian ini untuk dimanfaatkan pembaca.

b. Bagi Pemerintah

Penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai gambaran mengenai Pengaruh Keunggulan Produk, Teknologi Digital dan Religiusitas Terhadap Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Pada Mahasiswa FEBIUIIN SATU Tulungagung, dengan harapan menjadi masukan bagi pemerintah daerah kota Tulungagung dalam mengetahui minat menjadi nasabah pada mahasiswa.

c. Bagi Lain

Penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh pihak lain atau masyarakat secara umum, untuk memberikan informasi tentang Pengaruh Keunggulan Produk, Teknologi Digital dan Religiusitas Terhadap Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Pada Mahasiswa FEBIUIIN SATU Tulungagung.

F. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

- a. Keunggulan produk adalah superioritas atau pembeda yang lebih tinggi dibandingkan dengan tawaran competitor. Unsur keunggulan produk misalnya, keunikan, nilai dan keuntungan yang ditawarkan perusahaan harus dilihat dari perspektif pelangganyang didasarkan pada pemahaman atas kebutuhan dan keinginan pelanggan dan juga dari faktor subjektif mereka (suka dan tidak sah).²⁷
- b. Teknologi digital adalah teknologi yang dioperasikan dengan menggunakan sistem komputerisasi, sistem tersebutdidasari dari

²⁷ Septiana Dwi Exmawati, 2014, *Pengaruh Pelayanan Dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat Tulungagung*, Skripsi, UIN SATU TULUNGAGUNG, hlm, 26.

bentuk informasi sebagai nilai numeris 0 dan 1 yang mengidentifikasikan tombol hidup dan mati.²⁸

- c. Religiusitas adalah sebuah komitmen beragama, yang dijadikan sebagai kebenaran beragama, apa yang dilakukan seseorang sebagian dari kepercayaan, bagaimana emosi atau pengamalan yang disadari seseorang tercakup pada agamanya, dan bagaimana seseorang hidup dan terpengaruh berdasarkan agama yang dianutnya.²⁹
- d. Minat adalah sikap jiwa seseorang yang tertuju pada suatu objek tertentu ketiga jiwanya (kognisi, konasi dan emosi) dan dalam hubungan itu unsur perasaan yang terkuat (Abu Ahmadi).³⁰
- e. Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (UU No. 21 tahun 2008).³¹

2. Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menguji “Pengaruh Keunggulan Produk, Teknologi Digital dan Religiusitas Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Pada Mahasiswa FEBIUIIN SATU Tulungagung” yang dimaksud adalah untuk menguji minat mahasiswa menjadi nasabah di bank syariah dengan dipengaruhi keunggulan produk, teknologi digital dan religiusitas.

²⁸ Muhasin, *Pengaruh Teknologi Digital, Terhadap Motivasi Belajar Peserta Didik*, Jurnal Studi Keislaman dan Ilmu Pendidikan, Vol. 5, No. 2, November 2017, hlm. 58.

²⁹ Lety Febriana dan Amnah Qurniati, *Pendidikan Islam Berbasis Religiusitas*, Jurnal El-Ta'dib, 1(1), 2021, hlm. 2.

³⁰ Yayat Suharyat, *Hubungan Antara Sikap, Minat Dan Perilaku Manusia*, Jurnal Region, 1(3), 2009, hlm. 9.

³¹ Muhammad, 2019, *Pengantar Bisnis Syariah*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, hlm. 154.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan skripsi dapat digambarkan melalui sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN: pada bab ini memaparkan pengantar dan gambaran umum mengenai latar belakang, identifikasi masalah dan pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI: berisi uraian semua variabel tentang variabel tentang pengaruh keunggulan produk, teknologi digital dan religiusitas terhadap keputusan minat mahasiswa menjadi nasabah di perbankan syariah, serta kerangka konseptual.

BAB III METODE PENELITIAN: membahas mengenai cara atau tahapan untuk melakukan penelitian yaitu, waktu dan lokasi penelitian, metode penelitian, pendekatan yang digunakan, sumber data, operasional variabel penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN: pada bab ini menguraikan hasil-hasil analisis terhadap variabel-variabel yang diteliti dan pengujian hipotesis.

BAB V PEMBAHASAN: pada bab ini berisi pembahasan mengenai data penelitian dan hasil analisis data. Dan berisi tentang hasil penelitian lapangan sesuai dengan pembahasan penelitian.

BAB VI PENUTUP: dalam bab ini menguraikan rangkuman permasalahan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan. Kemudian menarik kesimpulan yang merupakan jawaban atas pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah serta mengemukakan saran atau gagasan atas dasar penelitian tersebut.