

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Beroperasinya bank syariah di Indonesia itu diawali dari beroperasinya Bank Muamalat Indonesia dimana akta pendirian bank muamalat ini ditandatangani pada tanggal 1 November pada tahun 1991. Bank syariah di Indonesia diatur dalam Undang-undang No.7/92 kemudian ada perubahan menjadi UU No.10/98 dan juga UU No.23/99. Selain bank Muamalat di Indonesia sendiri pemerintah sudah memiliki beberapa bank syariah, misalnya Bank Mandiri Syariah. Selain itu ada beberapa bank Bank Syariah dari cabang Bank Konvensional misalnya Bank BNI Syariah, Bank Bukopin, Bank BTN, dan bank-bank lain yang ada di Indonesia.

Kehadiran Bank syariah dalam dunia pemberdayaan masyarakat melalui Perbankan Syariah menjadi sebuah alternative yang lebih inovatif dalam hal jasa keuangan. Bank syariah memiliki prinsip dan tujuan yaitu menyediakan berbagai macam jenis produk dan jasa keuangan yang mereka tawarkan ke masyarakat berdasarkan prinsip syari'ah atau bebas dari praktik riba seperti pasar modal syariah JII(Jakarta Islamic Index), Reksadana syariah

Danareksa Syari'ah Berimbang (campuran) dan Danareksa Syari'ah (saham), Pasar Uang Sertifikat Wadiah Bank Indonesia (SWBI), Dana

Pensiun Syari'ah, Gadai syari'ah (rahn),<sup>1</sup> selain itu perkembangan yang semakin maju dengan strategi penggabungan 4 bank syariah di Indonesia dengan tujuan memperluas teritorialnya seperti yang di paparkan di dalam tabel 1.1.

**Tabel 1.1 Jaringan Kantor Bank Syariah 2020**

<b>Kelompok Bank</b>	<b>Bank</b>	<b>Kantor Bank</b>
Bank Umum Syariah (Bank Swasta Nasional)	12	1833
Bank Umum Syariah (Bank Pembangunan Daerah)	2	190
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>2023</b>

Sumber : Badan Pusat Statistik 2021<sup>2</sup>

Keberadaan bank syariah yang kalah jumlah dari bank konvensional. Selain itu, ada beberapa faktor penyebab rendahnya *market share* bank syariah misalnya, Pengetahuan mengenai apa itu bank syariah juga mempengaruhi masyarakat dalam menentukan pilihan. Pengetahuan merupakan hasil dari kurangnya informasi mengenai berbagai produk serta kemudahan yang diberikan pada anggota hal tersebut bisa berdampak pada persepsi mengenai bank syariah yang beredar. Pengetahuan seseorang tentang bank syariah akan mempengaruhi minat nasabah. Jika dilihat dari peta kota Tulungagung yang jaraknya lumayan jauh dari pusat ibu kota mendorong kurangnya jaringan kantor bank syariah serta lokasi bank syariah yang jauh dari pemukiman masyarakat. Faktor lain yang turut mempengaruhi strategi promosi perusahaan adalah jenis produknya. Apakah produk yang ditawarkan tersebut benar-benar sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen

---

<sup>1</sup> Santoso, Dkk, "Produk Kegiatan Usaha Perbankan Syariah Dalam Mengembangkan Umkm Di Era Masyarakat Ekonomi Asean (Mea)", Jurnal Penelitian, Vol. 10, No. 2, Hal. 332

<sup>2</sup> Bps.Go.Id

atau tidak. Maka dari itu dari banyaknya produk serta fasilitas dari perbankan syariah sebagai nilai plus yang di tawarkan dan juga kekurangan yang ada dilapangan akankah mampu menarik minat para mahasiswa untuk menjadi bagian dari proses transaksi di perbankan syariah.

Beberapa penelitian-penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, diantaranya adalah penelitian yang telah dilakukan oleh Muhammad Irfan yaitu meneliti tentang pengetahuan masyarakat terhadap produk pada bank BRI syariah terhadap minat belinya. Pada penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa pengetahuan tentang produk-produk perbankan syariah berpengaruh terhadap minat masyarakat Ngampilan dalam memilih produk BRI Syariah cabang Yogyakarta.<sup>3</sup> Selanjutnya yaitu penelitian yang telah dilakukan oleh Dwi Ratih Kholishah yang menganalisis tentang minat kosumen dalam menggunakan produk share-e pada Bank Muamalat Indonesia cabang Yogyakarta. Pada penelitian ini kesimpulannya adalah, minat konsumen dan norma subyektif sebesar 50,2% dan sisanya 49,8% dijelaskan oleh variable lain. Dan juga yang paling berpengaruh terhadap minat konsumen adalah atribut “investasi halal dan bebas riba” dimana atribut tersebut termasuk dalam atribut rasional keagamaan.<sup>4</sup>

Dalam Penelitian ini peneliti memilih objek penelitian mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali

---

<sup>3</sup> Muhammad Irfan “*Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk-Produk Bri Syariah Cabang Yogyakarta (Studi Kasus Pada Masyarakat Ngampilan Yogyakarta)*”, Skripsi S1 Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2006), Hal. 99-100

<sup>4</sup> Dwi Ratih Kholishah, “*Analisis Minat Konsumen Memilih Produk Share-E Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Yogyakarta*”, Skripsi S1 Fakultas Syariah Dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2007), Hal. 100

Rahmatullah Tulungagung yaitu angkatan 2019,2020,2021 . Dengan jumlah populasi sebanyak 17.287 mahasiswa yang setiap tahunnya mengalami peningkatan yang signifikan di banding dengan fakultas lain.<sup>5</sup>

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan objek penelitian pada mahasiswa, karena sama-sama berstatus sebagai mahasiswa sehingga pasti pandangan dan pendapat mereka mengenai variable-variabel yang digunakan oleh peneliti gunakan juga berbeda-beda. Selain itu keilmuan yang di ajarkan mengenai perbedaan perbankan syariah dan konvensional sudah dipaparkan oleh dosen pendidik untuk itu gambaran mengenai keutamaan menggunakan perbankan syariah karena dampak buruk dari sisi agama dan kehidupan sudah dipaparkan dengan jelas. Oleh karena itu, seharusnya mahasiswa dengan berbasis Syariah juga menggunakan produk perbankan syariah sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan dan memperluas jaringan perkembangan perbankan syariah itu sendiri dengan kita menjadi nasabah pada bank syariah. Oleh sebab itu maka pada penelitian ini penulis ingin lebih jauh mengetahui bagaimana respon mahasiswa mengenai adanya bank syariah dan apakah mereka berminat untuk memilih produk perbankan syariah.

Oleh karena itu, penelitian ini sesuai dengan uraian latar belakang di atas, penulis akan menganalisis lebih mendalam mengenai pengaruh persepsi, pengetahuan dan lokasi terhadap minat mahasiswa memilih produk perbankan syariah sehingga tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Persepsi, Pengetahuan, dan Lokasi**

---

<sup>5</sup> <https://Febi.UINsatu.Ac.Id/>

**Terhadap Minat Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung ”.**

**B. Identifikasi Masalah**

Pada penelitian ini penulis mengidentifikasi masalah-masalah yang kemungkinan bisa muncul dalam penelitian yang berlandaskan pada latar belakang penelitian mengenai pengaruh persepsi terhadap minat memilih produk perbankan syariah, pengaruh pengetahuan terhadap minat memilih produk perbankan syariah, dan lokasi terhadap minat memilih produk perbankan syariah.

**C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar Belakang tersebut, maka dapat diambil beberapa pokok masalah :

1. Bagaimana pengaruh Persepsi terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dalam memilih produk perbankan syariah?
2. Bagaimana pengaruh Pengetahuan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dalam memilih produk perbankan syariah?

3. Bagaimana pengaruh Lokasi terhadap Minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dalam memilih produk perbankan syariah?
4. Bagaimana pengaruh persepsi, pengetahuan dan lokasi secara bersama-sama mempengaruhi minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dalam memilih produk perbankan syariah?

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

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

1. Untuk menguji apakah persepsi berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dalam memilih produk perbankan syariah.
2. Untuk menguji apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dalam memilih produk perbankan syariah.
3. Untuk menguji apakah lokasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dalam memilih produk perbankan syariah.
4. Untuk menguji apakah persepsi, pengetahuan, dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dalam memilih produk perbankan syariah.

### **E. Kegunaan Penelitian**

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan banyak manfaat antara lain :

1. Secara teoritis

Secara umum diharapkan untuk dapat menambah wawasan dan juga menambah informasi yang lebih khusus mengenai persepsi, pengetahuan, dan lokasi terhadap minat mahasiswa dalam memilih produk yang dimiliki oleh bank islam.

2. Secara Praktis

a. Bagi Akademisi

Untuk memberikan kontribusi bagi Perpustakaan UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, guna menambah bahan referensi atau sebagai tambahan pengetahuan bagi peneliti selanjutnya.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dari adanya penelitian ini semoga bisa dijadikan untuk studi literature penelitian selanjutnya atau tambahan informasi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan persepsi, pengetahuan, dan lokasi terhadap minat memilih produk perbankan syariah.

c. Bagi Penulis

Bisa digunakan sebagai bahan tambahan wawasan pengetahuan mengenai produk-produk yang dimiliki oleh bank syariah.

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

Ruang lingkup dan keterbatasan penelitian memiliki fungsi agar penelitian tidak menyimpang dari pokok permasalahan. Dalam penelitian ini permasalahan yang dihadapi adalah seberapa besar pengaruh dari persepsi mahasiswa, pengetahuan tentang produk perbankan syariah dan lokasi keberadaan perbankan syariah dalam mempengaruhi minat memilih produk perbankan. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel bebas yang diteliti adalah persepsi, pengetahuan, lokasi sedangkan variabel terikatnya adalah Minat memilih produk perbankan syariah.
2. Penelitian hanya dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
3. Masalah yang diteliti adalah pengaruh persepsi, pengetahuan, lokasi terhadap Minat memilih produk perbankan syariah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

## G. Penegasan Istilah

Untuk mempermudah dalam memahami judul “Analisis Pengaruh Persepsi, Pengetahuan, dan Lokasi Terhadap Minat Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung) maka penulis akan memberikan definisi istilah secara konseptual dan secara operasional supaya tidak ada kesalah pahaman yang terjadi pada penelitian ini. Beberapa penegasan istilah yang ada dalam penelitian ini yaitu :

### 1. Definisi Konseptual

#### a. Persepsi

Adalah kesan yang diperoleh individu lewat panca indera yang kemudian dianalisa atau diorganisir, kemudian diinterpretasikan dan terakhir dievaluasi, hingga pada akhirnya individu itu memperoleh makna.<sup>6</sup>

#### b. Pengetahuan

Ialah segala semua informasi yang diketahui dan diperoleh oleh manusia pada objek tertentu dan dari proses hasil melihat, merasakan, berfikir, dan juga dari proses mendengar, kemudian dijadikan manusia sebagai landasan untuk bertindak.

#### c. Lokasi

Lokasi menunjukkan berbagai kegiatan atau aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjadikan produk dapat

---

<sup>6</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi 12* (Indonesia: Pt Macanan Jaya Cemerlang, 2009), Hal. 22

diperoleh dan tersedia bagi konsumen sarasanya. Terdapat beberapa aspek pokok yang berkaitan dengan keputusan-keputusan tentang distribusi, yakni: “sistem transportasi perusahaan, sistem penyimpanan, dan pemilihan saluran distribusi produk perbankan syariah”.<sup>7</sup>

d. Minat

Minat adalah suatu kecenderungan seseorang pada suatu kegiatan tertentu yang terus diperhatikan secara terus-menerus dan dikenang dan disertai dengan perasaan senang dan akhirnya timbulah minat yang positif bagi orang tersebut. Setiap orang bebas untuk memilih berdasarkan apa yang mereka inginkan dan juga bebas memilih sesuai keinginan sendiri, atas dasar inilah minat menjadi motivasi seseorang.

e. Produk perbankan syariah

Dalam praktiknya ada beberapa macam produk yang ditawarkan, beberapa macam produk yang ditawarkan diantaranya seperti Di bidang Penghimpun dana (*Funding*)<sup>8</sup> Ada *Wadi'ah* yang biasa dikenal dengan titipan atau simpanan<sup>9</sup>, *Mudharabah* atau kerja sama.<sup>10</sup> selain itu di bidang Penyaluran Dana ada *Murabahah* yaitu jual beli yang harganya sudah menyertakan keuntungan yang

---

<sup>7</sup> Sahade Dan Chalid Imran Musa, *Manajemen Pemasaran*, (Makassar: 2009), Hal, 24

<sup>8</sup> Ascarya, *Produk Dan Akad Bank Syariah, Edisi Pertama Cet.4*, (Jakarta: Rajawali Press, 2013), Hal. 112

<sup>9</sup> Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik, Cet. Pertama*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), Hal. 85

<sup>10</sup> Irwan Misbach, *Bank Syariah: Kualitas Layanan, Kepuasan Dan Kepercayaan, Cetakan 1*, (Makassar: Alauddin Press, 2013), Hal. 49

disepakati, *Salam* jual beli dengan cara memesan barang, Bai' *Al-Ishtisna'* yaitu Pembiayaan yang menggunakan prinsip bagi hasil salam tetapi pembayaran dengan mengangsur, *Al-Mudharabah* bagi hasil dengan kerugian di tanggung pemilik dana, *Al-Musyarakah sama dengan* akad mudharabah tetapi jika ada kerugian ditanggung secara bersama-sama. Ijarah adalah sewa dengan barang tidak berpindah kepemilikan di akhir akad.

## 2. Secara Operasional

Definisi secara operasional dalam penelitian yang berjudul Analisis Pengaruh Persepsi, Pengetahuan, dan Lokasi Terhadap Minat Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung) ini yaitu Mengetahui pengaruh antara ketiga variabel yaitu, persepsi, pengetahuan dan juga lokasi para mahasiswa fakultas FEBI dalam minatnya di dalam memilih suatu produk dalam perbankan syariah yang mereka gunakan.

## H. Sistematika Pembahasan

### 1. Bagian Awal

Pada bagian ini terdiri dari halaman sampul luar, halaman sampul dalam, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan yang terakhir yaitu abstrak

## 2. Bagian Utama

Pada penulisan skripsi ini terdapat enam bab, dengan sistematika pembahasan sebagai berikut:

### BAB I : PENDAHULUAN

Didalamnya berisi tentang : latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah serta sistematika pembahasan. Dengan tujuan untuk memaparkan secara singkat hal-hal yang ada di dalam penelitian ini.

### BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menerangkan teori-teori yang membahas mengenai judul dari penelitian ini yaitu analisis pengaruh persepsi, pengetahuan, dan lokasi terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dalam menggunakan produk-produk yang ada di dalam bank syariah. Bab ini bertujuan untuk memperkuat dan memperkokoh penelitian. Serta ada kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

### BAB III : METODE PENELITIAN

Di dalamnya bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling, dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrument penelitian, dan analisis data.

#### BAB IV : HASIL PENELITIAN

Pada bagian ini menerangkan deskripsi data dan pengujian hipotesis dari analisis data yang kita teliti.

#### BAB V : PEMBAHASAN

Pada bagian ini berisi pembahasan data penelitian dan hasil analisis data yang telah kita lakukan.

#### BAB VI : PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran untuk penelitian ini,

#### 3. Bagian Akhir

Pada bagian ini terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, dan daftar riwayat hidup penulis.