

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 “Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”¹Sesuai dengan definisi dari Abdurahman“Bank merupakan suatu jenis lembaga keuangan yang melaksanakan berbagai macam jasa, seperti memberikan pinjaman, mengedarkan mata uang, pengawasan terhadap mata uang, bertindak sebagai tempat penyimpanan benda-benda berharga, membiayai usaha perusahaan-perusahaan dan lain-lain”².Bank adalah badan atau lembaga keuangan yang memberikan pelayanan jasa kepada masyarakat berupa menghimpun dana dari pihak ketiga sebagai perantara untuk menyalurkan permintaan dan penawaran kredit pada waktu yang ditentukan³.

Indonesia merupakan suatu negara yang menggunakan dua sistem dalam operasional perbankannya yaitu Sistem Perbankan Konvensional dan Sistem Perbankan Syariah. Perbankan konvensional dalam sistem operasionalnya menggunakan perhitungan bunga kredit atau pinjaman adapun yang disebut dengan bunga merupakan suatu balas jasa dari pihak perbankan kepada nasabah karena telah membeli atau menjual produknya, dapat juga diartikan sebagai harga yang harus dibayar kepada nasabah karena memiliki simpanan di lembaga perbankan⁴. Sedangkan sistem operasional yang digunakan pada perbankan syariah yaitu berdasarkan konsep muamalah dengan berlandaskan Al-Qur’an dan As-Sunnah yang dimana dalam operasionalnya tidak mengenal bunga atau

¹Undang-Undang Republik Indonesia, n.d.

²Thamrin Abdullah and Sintha Wahjusaputri, *Bank & Lembaga Keuangan*, ke-2. (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018).

³Dadang Suryana, *Hukum Perbankan Di Indonesia*, CV Pustaka Setia (Bandung, 2016).

⁴Moh. Ali Wafa, “Hukum Perbankan Dalam Sistem Operasional Bank Konvensional Dan Bank Syariah,” *Kordinat: Jurnal Komunikasi antar Perguruan Tinggi Agama Islam* 16, no. 2 (2017): 261–262.

interest rate melainkan menggunakan sistem bagi hasil atau nisbah⁵.`Jadi terlihat jelas bahwa perbedaan sistem pada perbankan konvensional dengan perbankan syariah adalah terletak pada sistem operasionalnya yaitu pada perbankan konvensional menggunakan perhitungan bunga kredit atau pinjaman sedangkan pada sistem operasional perbankan syariah adalah tidak mengenal bunga melainkan menggunakan sistem bagi hasil atau nisbah.

Gambar 1.1



Perbankan Syariah memiliki peluang yang besar untuk tumbuh dan berkembang di Indonesia seperti Bank Konvensional, hal tersebut dikarenakan Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk muslim dengan presentase 86,88% dari 236,53 juta jiwa dari jumlah penduduk yang ada di Indonesia.⁶Survey penduduk antar sensus pada tahun 2021 jumlah penduduk Indonesia pada 2020 mencapai 270,20 juta jiwa, yang terdiri atas 136,66 juta jiwa laki-laki dan 133,54 juta jiwa perempuan.⁷Dari jumlah tersebut hanya beberapa masyarakat muslim yang menggunakan jasa Perbankan Syariah yaitu sekitar 36,15 juta jiwa jumlah ini berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan

⁵Isnaini Harahap Indra Syafii, "Peluang Perbankan Syariah Di Indonesia," *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS)* 1, no. 7 (2020): 667.

⁶Databoks, *Sebanyak 86,88% Penduduk Indonesia Beragama Islam*, 2021, [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/30/sebanyak-8688-penduduk-indonesia-beragama-islam#:~:text=Dari jumlah tersebut%2C sebanyak 236,86%2C88%25\) beragama Islam.](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/30/sebanyak-8688-penduduk-indonesia-beragama-islam#:~:text=Dari jumlah tersebut%2C sebanyak 236,86%2C88%25) beragama Islam.)

⁷Badan Pusat Statistik, "Hasil Sensus Penduduk" (2021).

Statistik Perbankan Syariah pada Januari 2021.⁸Data ini menunjukkan bahwa jumlah masyarakat muslim yang menggunakan jasa perbankan syariah berpotensi dapat meningkat mengingat bahwa presentase penduduk muslim di Indonesia tergolong cukup tinggi dan akan terus mengalami kenaikan setiap tahunnya.

Jumlah kantor BUS (Bank Umum Syariah) dan UUS (Unit Usaha Syariah) berdasarkan Statistik Perbankan Syariah Indonesia pada Januari 2020 sebanyak 2.300 unit kantor dan pada Januari 2021 sebanyak 3.386 unit kantor. Sedangkan pada BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah) Januari 2020 sebanyak 617 unit kantor dan pada Januari 2021 sebanyak 627 unit kantor.⁹Selain pertumbuhan jumlah unit perbankan syariah, aset yang dimiliki perbankan syariah juga mengalami peningkatan setiap tahunnya yaitu total aset perbankan syariah pada Januari 2020 sebesar 524,564 milyar, dan pada Januari 2021 mencapai 586,041 milyar¹⁰. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa sektor perbankan syariah baik dari segi unit dan aset yang dimiliki perbankan syariah mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan setiap tahunnya.

Angka pertumbuhan dan perkembangan perbankan syariah masih tergolong jauh jika dibandingkan dengan bank konvensional. *Market Share* yang dimiliki perbankan syariah adalah sebesar 6,18% sedangkan perbankan konvensional sebesar 93,82%.¹¹Jika dilihat dari fenomena dan potensi yang ada sangatlah besar dimana mayoritas penduduk Indonesia adalah bergama Islam. Akan tetapi kenyataan dilapangan pangsa pasar bank konvensional lebih besar dari pada bank syariah, itu artinya hampir dominan penduduk Indonesia menggunakan jasa perbankan konvensional.¹²

⁸Otoritas Jasa Keuangan, “Statistik Perbankan Syariah” (2021).

⁹Ibid.

¹⁰Ibid.

¹¹Otoritas Jasa Keuangan, “Snapshot Perbankan Syariah Indonesia” (2020).

¹²Titin Hartini and Ulil Amri, “Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening,” *Intelektualita: Keislaman, Sosial, dan Sains* 10, no. 1 (2021): 118–119.

Permasalahan tingginya pangsa pasar perbankan konvensional dari pada perbankan syariah, merupakan tantangan bagi perbankan syariah di tengah kondisi global ekonomi yang kurang menentu dan persaingan dalam menghadapi perbankan konvensional khususnya untuk menarik minat mahasiswa sebagai bagian dari masyarakat agar menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung. Di luar dari banyaknya faktor yang menghambat pertumbuhan Bank Syariah, hal tersebut menunjukkan bahwa minat mahasiswa untuk menjadi nasabah di Bank Syariah masih tergolong kurang.¹³ Tantangan besar bagi perbankan syariah adalah terkait minat mahasiswa untuk menggunakan jasa perbankan syariah dan tertarik menjadi bagian dari perbankan syariah.

Bagi perbankan khususnya perbankan syariah minat menjadi nasabah merupakan hal yang penting. Minat merupakan kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang aktivitas. Seseorang yang berminat terhadap suatu aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dan rasa senang.¹⁴ Jadi seseorang yang berminat terhadap sesuatu akan melakukan suatu aktivitas dengan rasa senang dan tanpa paksaan.

Strategi sektor perbankan untuk menarik dan mempertahankan nasabaha adalah salah satu hal yang menjadi permasalahan yang dihadapi bagi perbankan syariah. Strategi pemasaran yang tepat sangatlah diperlukan bagi sektor perbankan syariah hal tersebut dilakukan demi terwujudnya tujuan. Pemasaran merupakan hal yang penting dilakukan, karena dengan pemasaran kita akan berinteraksi langsung dengan calon konsumen.¹⁵

Literasi Keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan, yang memengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Dengan literasi keuangan kita dapat meningkatkan kualitas dalam

¹³Ibid.

¹⁴Feti Rukmanasari, "Pengaruh Pengetahuan, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah" (IAIN Salatiga, 2017).

¹⁵Novi Oktaviani, "Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat di Blotongan Kota Salatiga)" (IAIN Salatiga, 2018).

pengambilan keputusan keuangan individu, perubahan sikap dan perilaku individu dalam pengelolaan keuangan menjadi lebih baik.¹⁶Literasi keuangan yang dimiliki seseorang dapat membuat orang tersebut mengambil keputusan yang tepat mengenai pengelolaan keuangannya di masa depan.

Literasi keuangan sama dengan literasi keuangan syariah, literasi keuangan syariah adalah pemahaman seseorang mengenai keuangan dalam bentuk syariah, seperti pengetahuan tentang akad-akad dan produk yang ada di lembaga keuangan syariah. Dalam sistem ekonomi islam sudah seharusnya menggunakan prinsip islam dalam kehidupan sehari-hari.¹⁷Dengan literasi keuangan syariah diharapkan dapat memilih produk keuangan yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan serta tidak bertentangan dengan prinsip ekonomi islam.

Rendahnya literasi keuangan syariah akan menyebabkan kurangnya akses terhadap lembaga keuangan syariah serta menghambat pertumbuhan ekonomi. Padahal ketika tingkat literasi keuangan syariah dalam masyarakat tinggi maka akan menyebabkan tumbuhnya pembiayaan pembangunan, hal ini didasarkan pada kesadaran masyarakat untuk menabung dan melakukan investasi pada perbankan syariah, sehingga semakin tinggi pula potensi keuangan yang terjadi dalam upaya peningkatan pertumbuhan ekonomi secara menyeluruh. Literasi keuangan syariah secara langsung akan meningkat ketika masyarakat sudah mempercayakan keuangan mereka pada lembaga dan jasa keuangan yang ada.¹⁸Tinggi rendahnya tingkat literasi keuangan syariah akan memengaruhi pertumbuhan ekonomi dan pembiayaan pembangunan hal tersebut berkaitan dengan kesadaran masyarakat untuk melakukan transaksi dengan perbankan syariah.

Fenomena ini diperkuat oleh hasil riset yang dilakukan oleh Lestari pada tahun 2020 bahwa Literasi Keuangan Syariah berpengaruh positif terhadap minat menabung dengan mengetahui dasar keuangan syariah dan bank syariah

¹⁶Otoritas Jasa Keuangan, “Undang - Undang OJK,” *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan* 53, no. 9 (2016).

¹⁷Nuraini Lestari, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2017)” (UIN Raden Intan Lampung, 2020).

¹⁸Ibid.

mempunyai akad keuangan syariah seperti giro, tabungan dan deposito.¹⁹Akan tetapi, tidak selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan Yulianto pada tahun 2018, Literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung dan keputusan asuransi di lembaga keuangan syariah. Ditambah lagi literasi keuangan syariah berpengaruh negatif terhadap keputusan pembiayaan dan keputusan investasi di lembaga keuangan syariah.²⁰

Faktor lain yang dapat memengaruhi minat yaitu segi strategi pemasaran yang diberikan oleh perbankan syariah, yakni strategi pemasaran dari mulut ke mulut dan *Marketing Mix*, strategi pemasaran dari mulut ke mulut adalah suatu informasi mengenai produk baik barang maupun jasa yang kemudian dilanjutkan dari individu ke individu lainnya. Komunikasi dari mulut ke mulut merupakan proses komunikasi yang sering terjadi antar manusia. Dalam komunikasi dari mulut ke mulut terdapat sisi positif dan negatif yang akan dibicarakan baik mengenai barang maupun jasa.²¹Sebagaimana besar masyarakat mendapatkan informasi terhadap suatu produk atau jasa dari orang-orang yang sebelumnya pernah menggunakan produk atau jasa tersebut dan bisa juga dari orang-orang terdekat dengan hal ini pemasaran dari mulut ke mulut lebih dapat dipercaya karena informasi tersebut tidak terikat oleh perusahaan tertentu dibandingkan dengan saluran pemasaran yang bersifat formal.²²

Fenomena ini diperkuat oleh hasil riset yang dilakukan oleh Wibisono pada tahun 2020 bahwa pemasaran dari mulut ke mulut berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah.²³Akan tetapi tidak selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan Hararap pada tahun 2021,

¹⁹Ibid.

²⁰Agus Yulianto, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Atau Layanan Lembaga Keuangan Syariah" (Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018).

²¹Carolus Indra, "Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Dan Perceived Service Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Program KPR" 12, no. 1 (2018): 1-9.

²²Ibid.

²³Aditya Danang Wibisono, "Pengaruh Advertising, Knowledge Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening" (IAIN Salatiga, 2020).

pemasaran dari mulut ke mulut berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk tabungan²⁴.

Faktor yang juga memengaruhi minat seseorang adalah lokasi hal tersebut sesuai dengan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan atau minat seseorang untuk membeli adalah setelah mempelajari produk, pelayanan, dan juga lokasi. Lokasi menjadi salah satu faktor yang memengaruhi nasabah dikarenakan oleh kedekatan antara rumah nasabah dengan lokasi bank dan lokasi yang mudah dijangkau oleh kendaraan serta kondisi gedung dengan adanya pengaturan ruang, pemeliharaan gedung sehingga membuat nasabah menjadi nyaman.

Didukung penelitian yang dilakukan oleh Yuanita pada tahun 2017 bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pasar Kranji.²⁵ Akan tetapi tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan Pratiwi,dkk pada tahun 2019 lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah.²⁶

Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung merupakan salah satu lembaga pendidikan yang menyediakan literasi mengenai perbankan syariah yaitu pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang memiliki program pendidikan berfokus pada pengetahuan mengenai perbankan syariah. Pengetahuan tersebut berkaitan dengan dasar-dasar perbankan syariah, sistem operasional yang ada di perbankan syariah dan produk-produk yang ada di perbankan syariah.

Mahasiswa di Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung memiliki jumlah mahasiswa yang cukup besar, dikutip dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung tahun ajaran 2020/2021 bahwa jumlah

²⁴Sri Rahmadani Hararap, "Pengaruh Word Of Mouth, Brand Awareness Dan Media Communication Terhadap Minat Menggunakan Produk Btn Batara Ib (Studi Kasus BTN Syariah KC Medan)" (UIN Sumatera Utara, 2021).

²⁵Oliviia Firda Yuanita, "Pengaruh Produk, Kualitas Jasa, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Penabung (Studi Pada BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pasar Kranji, Lamongan, Jawa Timur)," *IAIN Surakarta* (IAIN Surakarta, 2017).

²⁶P V Katuuk, A L Tumbel, and R L Samadi, "Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Bni Kantor Cabang Pembantu Bahu," *EMBA* 7, no. 4 (2019): 4819–4828.

mahasiswa sebesar 22.106 jiwa dari 34 Program Pendidikan yang disediakan. Program Pendidikan perbankan syariah memiliki mahasiswa sebanyak 1.494 jiwa, jumlah mahasiswa yang besar tersebut seharusnya menjadi peluang bagi bank syariah untuk terus berkembang, meningkatkan profit dan menunjukkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki sebagai bank yang menyediakan jasa pelayanan sesuai dengan prinsip syariah.²⁷

Mahasiswa adalah bagian dari masyarakat yang mempunyai pengaruh besar dalam perkembangan sistem perekonomian khususnya ekonomi berbasis syariah atau ekonomi islam. Namun kenyataannya masih banyak mahasiswa yang lebih suka menggunakan jasa perbankan konvensional dari pada perbankan syariah. Dari permasalahan yang sudah diuraikan penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pemasaran Dari Mulut Ke Mulut dan Lokasi Kantor Terhadap Minat Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Menjadi Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung**”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dapat di identifikasikan masalah-masalah sebagai berikut:

1. Literasi keuangan syariah adalah pemahaman seseorang mengenai keuangan dalam bentuk syariah, seperti pengetahuan tentang akad-akad dan produk yang ada di lembaga keuangan syariah.²⁸Literasi keuangan syariah yang kuat memiliki dampak terhadap minat mahasiswa perbankan syariah menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung. Akan tetapi, minat mahasiswa perbankan syariah menjadi nasabah dipengaruhi oleh adanya bonus yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.

²⁷Rozi Andriani, “Pelayanan Bank Syariah Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Syariah Dan Hukum Uin Suska Riau),” *Jurnal Tabarru’: Islamic Banking and Finance* 3, no. 1 (2020): 20–29.

²⁸Lestari, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2017).”

Dengan adanya kesenjangan ini menunjukkan bahwa penelitian ini perlu dilakukan.

2. Pemasaran dari Mulut Ke Mulut merupakan pemasaran dengan bentuk lisan, tertulis, dan elektronik antar masyarakat yang berkaitan dengan pengalaman membeli atau menggunakan produk baik barang maupun jasa yang bisa berisi keunggulan terhadap suatu produk sehingga akan membentuk penilaian yang positif terhadap produk. Pemasaran dari mulut ke mulut ini bisa berbentuk online maupun offline.²⁹ Semakin baik citra pemasaran dari mulut ke mulut yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung akan membuat mahasiswa perbankan syariah minat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung. Akan tetapi terkadang informasi pemasaran dari mulut ke mulut ini tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh mahasiswa perbankan syariah. Oleh karena ketidaksesuaian ini menunjukkan bahwa penelitian ini perlu dilakukan.
3. Lokasi Kantor merupakan saluran pemasaran yang berkaitan dengan tempat atau keputusan saluran distribusi juga bisa diartikan sebagai keputusan yang dibuat oleh perusahaan berkaitan dengan di mana operasi dan staffnya akan ditempatkan.³⁰ Semakin baik pemilihan lokasi akan membuat mahasiswa perbankan syariah minat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung. Namun tidak jarang pemilihan lokasi yang dilakukan pihak perbankan jauh dari permukiman mahasiswa perbankan syariah sehingga mahasiswa kesulitan untuk mengakses pelayanan perbankan syariah. Dengan adanya perbedaan ini, menunjukkan bahwa penelitian ini perlu dilakukan.
4. Literasi Keuangan Syariah, Pemasaran dari Mulut ke Mulut dan Lokasi Kantor merupakan variabel-variabel yang biasa digunakan untuk meneliti pengaruh minat seseorang menjadi nasabah di Bank Syariah pada umumnya. Semakin baik literasi keuangan syariah, pemasaran dari mulut ke mulut dan

²⁹Yasri, Yunita Engriani, and Melyawati Fitri, "Pengaruh Word Of Mouth Dan Periklanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Mandiri KCP Ulak Karang," *Kajian Manajemen Bisnis* 6 (2017): 31–46.

³⁰Abdul Latief, "Analisis Pengaruh Produk , Harga , Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir Di Kota Langsa)," *Fakultas Ekonomi Universitas Samudra* 7, no. 1 (2018): 90–99.

lokasi kantor akan membuat mahasiswa perbankan syariah minat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung. Akan tetapi kenyataannya perbankan syariah belum paham faktor-faktor yang harus diterapkan agar mahasiswa jurusan perbankan syariah tertarik menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung. Dengan adanya ketidakseimbangan yang terjadi menunjukkan bahwa penelitian ini patut dilakukan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Literasi Keuangan Syariah berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung ?
2. Apakah Pemasaran Dari Mulut Ke Mulut berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung?
3. Apakah Lokasi Kantor berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung ?
4. Apakah Literasi Keuangan Syariah, Pemasaran dari Mulut ke Mulut, dan Lokasi Kantor secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai peneliti dari penulisan ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.
2. Untuk mengetahui pengaruh Pemasaran Dari Mulut Ke Mulut terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.
3. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi Kantor terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.

4. Untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pemasaran Dari Mulut Ke Mulut dan Lokasi Kantor secara bersama-sama terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan mengenai Perbankan Syariah yaitu yang berkaitan dengan mempelajari tentang beberapa faktor yang dapat memengaruhi minat mahasiswa jurusan perbankan syariah menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung, khususnya adalah pada faktor Literasi Keuangan Syariah, Pemasaran Dari Mulut Ke Mulut dan Lokasi Kantor.

2. Secara Praktis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk menentukan suatu keputusan pada kebijakan Lembaga Keuangan Syariah. Dengan mengetahui tingkat Literasi Keuangan Syariah, strategi promosi Pemasaran Dari Mulut Ke Mulut dan Lokasi Kantor para pengambil keputusan dapat mengambil keputusan secara bijak yang nantinya dapat bermanfaat bagi kemajuan perbankan syariah di Indonesia. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya

F. Ruang Lingkup dan Batasan Masalah

Untuk menghindari salah penafsiran dalam penelitian ini, maka perlu adanya ruang lingkup dan batasan yang diambil dalam penelitian ini :

1. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap minat mahasiswa jurusan perbankan syariah menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung

2. Pengaruh Pemasaran Dari Mulut Ke Mulut terhadap minat mahasiswa jurusan perbankan syariah menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung
3. Pengaruh Lokasi Kantor terhadap minat mahasiswa jurusan perbankan syariah menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.
4. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pemasaran Dari Mulut Ke Mulut dan Lokasi Kantor secara bersama-sama terhadap minat mahasiswa jurusan perbankan syariah menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.

G. Penegasan Istilah

Penegasan istilah dalam penelitian ini dibagi menjadi dua macam yaitu secara konseptual dan operasional.

Definisi secara Konseptual

a) Literasi Keuangan Syariah

Kemampuan individu untuk menggunakan pengetahuan keuangan, keterampilan, dan sikap dalam mengelola sumber daya keuangan menurut prinsip syariah.³¹

b) Pemasaran dari Mulut ke Mulut

Usaha marketing yang memicu konsumen untuk membicarakan, mempromosikan, merekomendasikan, dan menjual produk/merk kita kepada nasabah lain.³²

c) Lokasi Kantor

Lokasi adalah suatu tempat untuk beroperasi dan melakukan kegiatan yang akan menghasilkan barang atau jasa dimana didalamnya mementingkan segi ekonomi.³³

³¹Yulianto, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Atau Layanan Lembaga Keuangan Syariah."

³²Syifa Zakia Nurlatifah and R Masykur, "Pengaruh Strategi Pemasaran Word Of Mouth (Wom) Dan Produk Pembiayaan Syariah Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Anggota (Nasabah) Pada Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Kota Bandar Lampung," *Manajemen Indonesia* 17 (2017): 163–184.

³³Oktaviani, "Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada

d) Minat menjadi Nasabah

Suatu instrumen mental yang meliputi perasaan, harapan, pendirian prasangka atau kecenderungan-kecenderungan lain yang menuntun pribadi kepada suatu pilihan tertentu.³⁴

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Penelitian skripsi ini disusun ke dalam enam bab secara terperinci, yang dimana dalam ke-enam bab nya ini masing-masing terdapat sub bab. Adapun perincian dalam laporan ini adalah sebagai berikut :

Bagian awal berisi halaman sampul depan, halaman judul, halaman pengesahan, halaman keaslian penulisan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar isi, daftar tabel, daftar lampiran dan abstrak.

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Ruang Lingkup dan Batasan Masalah, Penegasan Istilah dan yang terakhir adalah Sistematika Penulisan Skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas tentang deskripsi teori-teori ilmiah yang berkaitan dengan Literasi Keuangan Syariah, Pemasaran dari Mulut dan Lokasi Kantor, Minat menjadi Nasabah, Penelitian Terdahulu, Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang metode penelitian yang digunakan mencakup Pendekatan dan Jenis Penelitian, Populasi, Teknik Sampling dan Sampel Penelitian, Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran, Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian, dan Teknik Analisis Data

Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakatdi Blotongan Kota Salatiga).”

³⁴Rukmanasari, “Pengaruh Pengetahuan, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah.”

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bagian ini membahas tentang Deskripsi Data Hasil Penelitian dan Pengujian Hipotesis serta Temuan Penelitian

BAB V PEMBAHASAN

Pada bab ini menjawab mengenai masalah penelitian, Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pemasaran dari Mulut ke Mulut, dan Lokasi Kantor terhadap Minat Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Menjadi Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung, Menafsirkan temuan-temuan penelitian dan menjelaskan implikasi lain dari hasil penelitian.

BAB VI PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang suatu kesimpulan, saran-saran yang bermanfaat bagi beberapa pihak