

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk muslim, bahkan menjadi salah satu negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Hal ini menjadi bidang potensial untuk membangun suatu perekonomian yang berlandaskan prinsip syariah. Hal tersebut menjadi alasan hadirnya suatu sistem perekonomian yang berlandaskan kaidah-kaidah Islam yang berpedoman pada Al-Quran dan Hadist. Hadirnya suatu lembaga keuangan syariah merupakan hasil implementasi umat Islam yang mengacu pada prinsip muamalah dalam hukum ekonomi Islam yang kemudian direpresentasikan dalam suatu lembaga keuangan syariah baik yang berbentuk bank maupun non-bank.

Perekonomian Indonesia di sektor perbankan memiliki peranan yang penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Perbankan menjadi salah satu lembaga yang paling berperan memutar roda perekonomian dasar, yaitu dengan kegiatannya meliputi menghimpun dan mengelola dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan maupun kredit. Pasca adanya bank syariah, maka sistem operasionalnya perbankan di Indonesia dibagi menjadi dua sistem yaitu perbankan

syariah dan perbankan konvensional. Dimana perbankan syariah sistem yang digunakan dalam beroperasi menggunakan prinsip-prinsip syariah islam mengacu pada Al-Qur'an dan hadits yang identik dengan bagi hasil. Sedangkan sistem perbankan konvensional identik menggunakan sistem bunga.

Tujuan dari adanya sistem perbankan syariah yaitu untuk mendukung sektor riil melalui pembiayaan dan sebagai badan intermediasi yang menggunakan prinsip-prinsip syariah dalam rangka mensejahterakan masyarakat. Maksud dari sistem yang sesuai dengan syariah Islam adalah beroperasi mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat misalnya dengan menjauhi praktik-praktik yang mengandung unsur-unsur riba dan melakukan kegiatan investasi atas dasar bagi hasil pembiayaan.

Menabung merupakan suatu perilaku seseorang untuk menyisihkan sebagian uang yang dimilikinya di bank. Terkadang bagi sebagian orang tingkat kesadaran untuk menabung masih rendah. Mereka akan menabung apabila memiliki dana lebih setelah konsumsinya terpenuhi. Terdapat banyak faktor yang memberikan pengaruhnya terhadap keputusan menabung di suatu tempat. Sesuai dengan konteks penelitian ini, yaitu faktor pengetahuan, kualitas produk, dan minat.

Religiusitas diidentikkan dengan keberagaman dan keselarasan

di dalam melaksanakan suatu ibadah dalam agama yang dianutnya. Religiusitas adalah bentuk manifestasi individu yang di dapat dari hasil pembelajaran keagamaan. Religiusitas adalah suatu cara pandang dari buah pikiran (*mind of sense*) seseorang mengenai agamanya serta bagaimana individu tersebut menggunakan keyakinan atau agamanya dalam kehidupan sehari-hari. Maka dengan religiusitas akan mampu menjadikan pedoman dalam kegiatan menabung.<sup>2</sup>

Pengetahuan merupakan masuknya semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa,serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.<sup>3</sup>Tahap pengetahuan dimulai ketika konsumen menerima stimulus fisik atau sosial yang memberikan pemaparan dan perhatian pada produk baru dan cara kerjanya. Dalam tahap ini konsumen sadar akan produk bersangkutan, tetapi tidak membuat keputusan apapun sehubungan dengan relevansi produk dengan suatu masalah atau

---

<sup>2</sup> Maisaroh, Ekka Nur, And Falasifatul Falah. “*Religiusitas Dan Kecemasan Menghadapi Ujian Nasional (Un) Pada Siswa Madrasah Aliyah.*” *Proyeksi: Jurnal Psikologi* 6.2 (2022), Hal. 78-88.

<sup>3</sup> Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, Dan Kasus)*. (Yogyakarta: Caps (Center Of Academic Publishing Service), 2012), Hal. 53

kebutuhan yang dikenali.<sup>4</sup>

Meningkatkan perbankan syariah, tidak hanya didukung oleh pengetahuan dalam sistem perbankan, akan tetapi juga dipengaruhi faktor- faktor lain seperti produk yang ditawarkan oleh bank syariah yaitu kegiatan menabung. Faktor pengetahuan tidak saja memberikan pengaruh secara langsung terhadap sikap, namun juga memberikan pengaruh secara langsung terhadap minat. Keterbatasan pengetahuan tentang spesifikasi produk bank Syariah di anggap membingungkan bagi siswa, sehingga dapat menjadi kendala utama bagi siswa atau calon nasabah yang menabung di bank Syariah.

Sehingga para siswa akan lebih tertarik untuk bertransaksi di bank konvensional dibandingkan dengan bank Syariah, dikarenakan mereka lebih memiliki pengetahuan akan produk-produk bank konvensional di bandingkan dengan pengetahuan akan produk bank Syariah. Maka dari itu, melalui pembelajaran insert ekonomi syariah diharapkan peserta didik memiliki pengetahuan tentang perbankan syariah.

Lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan

---

<sup>4</sup> Engel F, Blackwell D Dan Miniard W., *Perilaku Konsumen*. (Tangerang: Binarupa Aksara Publisher), 2011, Hal. 52

usaha. Pengusaha akan selalu berusaha mencari lokasi yang strategis, yang mudah dilihat dan dijangkau oleh konsumen. Lokasi bisnis yang paling tepat untuk bisnis jasa adalah di tempat dengan potensi pasar yang besar karena tujuan strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan lokasi bagi perusahaan.<sup>5</sup>

Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut (Promosilah merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya karena selain menginformasikan produk juga berfungsi untuk mengingatkan nasabah maupun calon nasabah akan produk yang ditawarkan. Selain promosi, fasilitas juga memberi andil dalam menarik calon nasabah menabung di bank.<sup>6</sup>

Minat dapat menunjukkan kemampuan untuk memberi stimuli yang mendorong kita untuk memperhatikan seseorang, sesuatu barang

---

<sup>5</sup> Tyas, Rizqa Ramadhaning, And Ari Setiawan. "Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bmt Sumber Mulia Tuntang." Mustasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah 3.2 (2012), Hal. 277-297.

<sup>6</sup> Majhaf, Sitti Aisyah. "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah." *Al-Kharaj Journal Of Islamic Economic And Business* 2.1 (2020), Hal. 16-33

atau kegiatan, atau sesuatu yang dapat memberi pengaruh terhadap pengalaman yang telah distimuli oleh kegiatan itu sendiri. Dengan kata lain minat dapat menjadi sebab sesuatu kegiatan dan hasil dari turut sertanya dalam kegiatan itu. Tujuan berpikir kita dipengaruhi oleh minat kita sendiri yang mempunyai hubungan pula dengan situasi dimana kita berada.<sup>7</sup>

Tiga faktor tersebut menjadi sebuah alasan mendasar bagi seseorang untuk menabung di bank syariah. Karena pengetahuan tentang produk, kualitas produk, dan minat menjadi rangkaian dasar seseorang untuk mengambil keputusan. Dalam hal ini yaitu berkaitan dengan persoalan menabung di bank syariah. Untuk itu, penting dilakukannya sosialisasi dan mendirikan program studi Ekonomi Syariah ini untuk mencetak generasi muda yang mengerti tentang ekonomi Islam. Generasi muda Islam merupakan komponen masyarakat yang posisinya sebagai pangsa pasar Bank Syariah untuk menambah jumlah nasabah mereka. Generasi muda tersebut merupakan calon nasabah yang mempunyai potensi untuk mengembangkan dunia perbankan yang bernetabankan Islam.

Beberapa alasan mahasiswa enggan membuka rekening di bank syariah antara lain adalah kurangnya pemahaman dan minimnya

---

<sup>7</sup> Crow, Lester D & Crow Alice, *Psikologi Pendidikan*. Surabaya: PT Bina Ilmu, 1984, Hal. Tnp

akses informasi yang didapat oleh mahasiswa mengenai bank syariah. Dalam penelitian Abul Latif (2018) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung, sejalan dengan penelitian yang dilakukan Roni Andespa yang menyatakan promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung.<sup>8</sup> Pengetahuan produk dalam penelitian Yuliawan menyatakan bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung senada dengan penelitian yang dilakukan Ibrahim yang juga menyatakan bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung.

Sehingga nantinya mahasiswa sebagai salah satu komponen masyarakat yang layak dijadikan pertimbangan untuk menambah jumlah nasabah, maka dari itu penelitian yang akan ditulis oleh penulis ini mengambil obyek mahasiswa UIN SATU Tulungagung sebagai bahan penelitian guna mencapai gelar strata 1(S1).

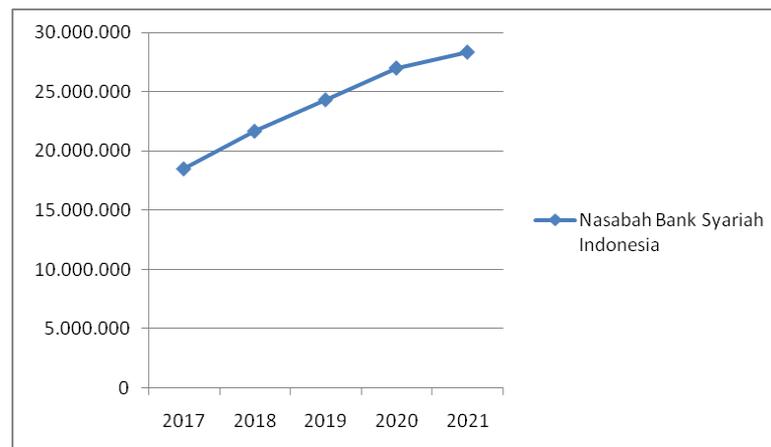
Adapun jumlah nasabah bank syariah Indonesia dari tahun ke tahun mengalami kenaikan. Hal ini merupakan salah satu faktor penyebab berkembangnya bank syariah di Indonesia. Berdasarkan data yang ditemukan pada statistik perbankan syariah, OJK Tahun 2021

---

<sup>8</sup> Akhmad Darmawan, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Jateng Syariah*, Jurnal Fokus Bisnis, 18(1), 2019, Hal. 44

jumlah nasabah dana pihak ketiga (DPK) bank syariah yang terdiri dari nasabah bank umum syariah dan nasabah unit usaha syariah mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun 2017 sampai dengan 2021, berikut ini jumlahnya :

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah Bank Syariah Indonesia**



Sumber: Statistik per Juni, Otoritas Jasa Keuangan, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah nasabah bank syariah terus meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2017 jumlah nasabah sebesar 18.521.091 sedangkan jumlah pada nasabah tahun 2021 mengalami kenaikan sebesar 28.353.484.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti akan mengangkat judul “Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah”.

**B. Rumusan Masalah**

1. Apakah Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Menabung Mahasiswa diBank Syariah?
2. Apakah Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa diBank Syariah?
3. Apakah pengaruh Produk Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di BankSyariah?
4. Apakah pengaruh Lokasi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di BankSyariah?
5. Apakah pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di BankSyariah?
6. Apakah Pengaruh secara simultan Religiusitas, Pengetahuan, Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah?

**C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menguji Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Menabung Mahasiswadi Bank Syariah
2. Untuk menguji Pengaruh PengetahuanTerhadap Minat MenabungMahasiswa di Bank Syariah.
3. Untuk menguji Pengaruh Produk Terhadap Minat Menabung

Mahasiswa diBank Syariah

4. Untuk menguji Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa diBank Syariah
5. Untuk menguji Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswadi Bank Syariah
6. Untuk menguji Pengaruh secara simultan Religiusitas, Pengetahuan, Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah

#### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan Teoritis

Dari hasil kajian ini sangat diinginkan semoga dapat menambah khazanah ilmiah, terutama berkenaan dengan Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Angkatan 2018.

Hasil penelitian ini semoga dapat digunakan untuk acuan dan penambahan wawasan dalam religiusitas, pengetahuan, produk, lokasi dan promosi terhadap minat menabung mahasiswa

di Bank Syariah.

b. Bagi Perpustakaan UIN SATU Tulungagung

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk tambahan koleksi penelitian di bidang perbankan syariah khususnya Religiusitas, Pengetahuan, Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Hendaknya penelitian ini dapat digunakan referensi untuk menganalisis mengenai Religiusitas, Pengetahuan, Produk, Lokasi dan promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah.

**E. Penegasan Istilah**

**1. Definisi Konseptual**

**a. Religiusitas**

Menurut Drikarya, kata religi berasal dari bahasa latin religio yang akar katanya religare yang berarti mengikat. Maksudnya adalah suatu kewajiban-kewajiban atau aturan-aturan yang harus dilaksanakan, yang kesemuanya itu berfungsi untuk mengikat dan mengutuhkan diri seseorang atau sekelompok orang dalam hubungannya dengan Tuhan atau sesama manusia,

serta alam sekitar.<sup>9</sup>

**b. Pengetahuan**

Pengetahuan adalah merupakan hasil dari tahu, dan ini terjadi setelah orang melakukan pengindraan terhadap suatu objek tertentu. Pengindraan terjadi melalui panca indra manusia yakni indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Pengetahuan merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang.<sup>10</sup>

**c. Produk**

Menurut Anang produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan, dimiliki, dipergunakan atau dikonsumsi sehingga memuaskan keinginan termasuk didalamnya fisik, jasa, orang, tempat organisasi dan gagasan.<sup>11</sup>

**d. Lokasi**

Menurut Bastu Lokasi adalah dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. lokasi adalah dimana produsen melakukan penjualan produk dan konsumen atau pelanggan

---

<sup>9</sup> Dendy Sugiono, Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi -4 (Jakarta: Gramedia Utama, 2008), 69.

<sup>10</sup> Notoatmodjo, S., 2010, *Promosi Kesehatan Teori Dan Aplikasi*. Malang: Rineka Cipta.

<sup>11</sup> Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk Dan Merek: Planning & Strategy*, (Surabaya: Qiara Media, 2019), Hal. 03

mendapatkan apa yang diinginkan didalam wilayah usaha.<sup>12</sup>

**e. Promosi**

Promosi menurut Harahap merupakan suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan yang termasuk didalamnya yaitu promosi penjualan, periklanan, tenaga penjual, hubungan masyarakat, *direct marketing*.<sup>13</sup>

**f. Minat Menabung**

Minat menabung menurut Kotler menyatakan Minat menabung adalah tindakan dari nasabah untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi nasabah dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya nasabah selalu mempertimbangkan kualitas, inflasi dan produk yang sudah di kenal oleh masyarakat sebelum nasabah memutuskan untuk membeli.<sup>14</sup>

**2. Definisi Operasional**

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengkaji mengenai pengaruh religiusitas, pengetahuan, produk, lokasi dan promosi

---

<sup>12</sup> Swastha, Batsu, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Liberty. Jakarta. 2002. Hal.66

<sup>13</sup> Sunarji Harahap, *Studi Kelayakan Bisnis* (Medan: Febi Uin-Su Press, 2018), Hal. 116.

<sup>14</sup> Kotler Dan Keller. (2012). *Marketing Managemen*. (Edisi 14). Global Edition: Pearson Education.

terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah. Setelah penelitian selesai dilaksanakan kemudian peneliti melakukan penarikan kesimpulan mengenai pengaruh religiusitas, pengetahuan, produk, lokasi dan promosi terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah.

## **F. Sistematika Penulisan**

Penulisan skripsi ini disusun menjadi tiga bagian yaitu: bagian awal, bagian utama, bagian akhir.

### 1. Bagian Awal

Terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

### 2. Bagian Utama

Bagian ini terdiri dari lima bab yaitu :

#### **BAB I Pendahuluan**

Yang setelahnya diuraikan menjadi beberapa sub bab yang meliputi: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan skripsi.

## **BAB II Landasan Teori**

Yang membahas mengenai religiusitas, pengetahuan, produk, lokasi dan promosi terhadap minat menabung, kajian penelitian terdahulu, dan kerangka penelitian.

## **BAB III Metode Penelitian**

Yang mencakup beberapa subbab yaitu Pendekatan penelitian, populasi, sampling, dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan analisis data.

## **BAB IV Deskripsi 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 di ajukan dalam rumusan masalah serta mengemukakan saran atau gagasan atas dasar

penelitian tersebut.

3. Bagian Akhir

Terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi dan daftar riwayat hidup.