

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pesantren merupakan lembaga pendidikan keagamaan yang memiliki ciri khas tersendiri dan juga berbeda dengan lembaga pendidikan lainnya. Pendidikan di pondok pesantren dalam hal ini meliputi pendidikan Islam, dakwah, bina lingkungan dan pendidikan lainnya. Selain itu, pondok pesantren juga memiliki potensi yang sangat besar dalam pertumbuhan perbankan syariah.

Peran santri di dalam kehidupan masyarakat sangat dibutuhkan terutama golongan santri yang dianggap telah mengetahui tentang hukum Islam secara baik dan mendasar, sesuai dengan pendapat yang telah disampaikan oleh Fadh Noor yang mengatakan bahwa pesantren adalah lembaga pendidikan yang paling utama dalam memberikan pendidikan tentang Islam, sehingga diharapkan masyarakat pesantren lebih banyak bertransaksi dengan menggunakan bank syariah.¹

Perbankan syariah sudah ada sejak 1991, diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesi (BMI). Berdirinya BMI ini dengan tujuan mengakomodir berbagai aspirasi dan pendapat di masyarakat terutama masyarakat islam yang banyak berpendapat bahwa bunga bank itu haram karena termasuk riba dan juga untuk mengambil prinsip ke hati-hatian.

¹ Acok Saputra, *minat menabung alumnus satri pondok pesantren Gontor Di Bank Syariah* (Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2020), hlm.2

Apabila dilihat dari segi ekonomi dan nilai bisnis, ini merupakan trobosan besar karena penduduk Indonesia 80 % beragama Islam, Tentunya ini bisnis yang sangat potensial.²

Perkembangannya bank syariah tumbuh pesat di Indonesia, Hal ini di tandai dengan semakin banyaknya bank konvensional yang akhirnya mendirikan unit-unit syariah, ini membuktikan bahwa bank syariah memang mempunyai potensi yang tinggi. Potensi yang tinggi ini juga menunjukkan bahwa minat masyarakat untuk menabung di bank syariah juga tinggi. Namun perbankan syariah akan semakin tinggi lagi pertumbuhannya apabila masyarakat mempunyai permintaan dan antusias yang tinggi di karenakan faktor peningkatan pemahaman dan pengetahuan tentang bank syariah, di samping faktor penyebab lainnya.³

Adanya Faktor religiusitas merupakan faktor penentu yang sangat mempengaruhi konsumen dalam memilih bank Syariah untuk menabung. Menurut Suhardiyanto religiusitas menggambarkan hubungan pribadi terhadap Tuhan Yang Maha Esa dengan mematuhi perintah Nya dan menghindari semua laranganNya. Memahami dan menerapkan ajaran agama dengan baik akan menghasilkan minat menabung yang tinggi pula.⁴

² Rosyid, Maskur, and Halimatu Saidiah. "Pengetahuan perbankan syariah dan pengaruhnya terhadap minat menabung santri dan guru." *Islamonomics: Journal of Islamic Economics, Business and Finance* 7.2 (2016).

³ Fauzy, Tita Octavina, Agus Purwadi, and Rahmad Hakim. "Analisis pengetahuan tentang perbankan syariah santri pondok pesantren Al-ittihad Mojokerto dan pengaruhnya terhadap minat menabung di bank syariah." *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah* 4.2 (2019): 181-206.

⁴ Sugesti, Putri, and Luqman Hakim. "Peran Religiusitas dalam Memoderasi Disposable Income dan Pengetahuan Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung di Bank Syariah." *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Perbankan Syariah* 5.1 (2021): 47-58.

Religiusitas merupakan sikap atau kesadaran yang timbul dari iman atau kepercayaan. Sikap religiusitas adalah kondisi yang ada dalam diri seseorang, yang mendorongnya untuk berperilaku sesuai dengan tingkat ketaatannya terhadap agama.

Religiusitas seseorang terwujud dalam berbagai aspek kehidupannya. Kegiatan keagamaan hadir tidak hanya ketika seseorang melakukan perilaku ritual (ibadah), tetapi juga ketika melakukan kegiatan lain yang diarahkan oleh kekuatan lainnya. Tidak hanya untuk tindakan yang terlihat tetapi juga untuk tindakan tidak terlihat yang terjadi pada seseorang.⁵

Seseorang melakukan aktivitas menurut aturan agama, sesuai dengan perintah Tuhan, yang bertujuan untuk mendapatkan keridhaan-Nya. Dan semua itu berpusat kepada persoalan-persoalan yang dihayati sebagai maknawi. Selain religiusitas faktor penting yang perlu diperhatikan oleh bank agar dapat menarik calon nasabah yaitu dengan cara promosi.⁶

Promosi merupakan komponen yang menginformasikan dan mempengaruhi pasar tentang produk perusahaan sehingga pasar menerima informasi tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan. Dalam kegiatan ini, setiap bank berupaya untuk mempromosikan semua produk dan layanan yang dimiliki baik secara langsung maupun tidak langsung. Tanpa iklan,

⁵ Ermawati, Yana, et al. "Peran religiusitas, sanksi pajak, pengetahuan perpajakan, dan kualitas pelayanan pajak dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak orang pribadi." *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance*. 2022.

⁶ Niken nastiti et al. "Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Perbankan, Pengetahuan Produk, Pengetahuan Pelayanan Perbankan, Dan Pengetahuan Bagi Hasil Terhadap Preferensi Menggunakan Jasa Perbankan Syariah" jurnal manajemen dan bisnis, vol. 1, No.1 (2018) hal.16

nasabah tidak mengenal dan memahami bank dan produk-produknya. Oleh karena itu, promosi penjualan adalah alat yang efektif untuk akuisisi dan retensi pelanggan.⁷

Tujuan promosi penjualan bank termasuk memberikan informasi tentang semua jenis produk dan untuk menarik calon nasabah baru, dalam kegiatan promosi tersebut guna untuk menginformasikan dan mempengaruhi pasar melalui iklan di media cetak seperti surat kabar, brosur dan media elektronik seperti televisi, internet, radio dan lain-lain. Promosi juga dapat dilakukan secara langsung dengan berinteraksi dengan calon nasabah tentang produk yang ingin ditawarkan⁸.

Salah satu produk yang dimiliki oleh perbankan syariah yaitu tabungan simpanan pelajar SimPel iB, merupakan tabungan pelajar yang diterbitkan secara nasional oleh perbankan Indonesia dengan persyaratan yang mudah serta fitur yang menarik dari segi pendidikan dan edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

UU Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008, Pasal 1 menyatakan bahwa: "Simpanan adalah dana yang dititipkan kepada nasabah oleh Bank Syariah dengan akad Wadiah yang tidak bertentangan dengan prinsip Syariah menurut giro, tabungan atau dana lain yang dipersamakan". Dana masyarakat yang disimpan di bank merupakan sumber pendanaan terbesar

⁷ Fauzi, Risa Nur. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Agama, dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Santri di Kabupaten Sleman Yogyakarta)." *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi* 9.1 (2020): 37-46.

⁸ Sulaiman Zain, skripsi: "*Pengaruh Persepsi santri, religiusitas dan promosi Bank Syariah terhadap minat menabung santri pada produk simpanan pelajar (Studi pada Santri Pondok Pesantren Al-Mukhlisin)*" hlm.7

bagi bank, termasuk tabungan. Dalam dunia perbankan kita juga harus mengetahui salah satu *brand image* yang dimana berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.⁹

Citra merek atau *brand image* yaitu ciri khas suatu merek dalam asosiasi produk yang sering muncul di benak nasabah. Pengaruh *brand image* terhadap kepuasan nasabah dalam dunia perbankan yaitu produk berguna bagi pelanggan yang puas sebagai tolak ukuran kualitas, yang nantinya menjadi dasar atau alasan agar nasabah nantinya memilih merek tersebut dan dapat membelinya dengan lebih mudah.

Ketika karakteristik yang mengakar dibenak nasabah, seperti yang diperoleh, dapat menimbulkan kepuasan tersendiri dan bahkan jika karakteristik yang diperoleh lebih baik dari apa yang diyakini nasabah, menciptakan nilai tambah tersendiri bagi perusahaan, dan hal ini dimungkinkan jika Perusahaan yang mampu mempertahankan karakteristik tersebut dapat mengubah kepuasan nasabah tersebut menjadi pelanggan yang loyal. Salah satu pasar potensial guna untuk meningkatkan minat memilih produk perbankan syariah adalah santri dari pondok - pondok pesantren. Selain sebagai tempat belajar pondok pesantren juga dikenal sebagai masyarakat yang religiusitas.¹⁰

⁹ UU Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008, Pasal 1

¹⁰ Al Arif, “*Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*” (bandung: alfabeta, 2012) hlm.187

Table 1.1**Data Pondok Pesantren Di Jombang S/D Oktober 2020**

| No. | Pondok Pesantren | Alamat | Desa | Kecamatan |
|-----|----------------------------|--|--------------|-----------|
| 1 | Madrasatul Qur'an (Mq) | Jl. Irian Jaya Tebuireng | Cukir | Diwek |
| 2 | Sunan Bonang | Jalan Joas Gg Masjid 22 | Mojojejer | Mojowarno |
| 3 | Nurul Qur'an | Bendungrejo | Bendungrejo | Jogoroto |
| 4 | Al Anwar | Paculgowang | Jatirejo | Diwek |
| 5 | Putri Wali Songo | Jl. Kediri No.2, Cukir, Diwek, Jombang | Cukir | Diwek |
| 6 | Al Lathifiyah Ii | Jl. Kh. Abd Wahab Chasbullah | Tambakrejo | Jombang |
| 7 | Dasrussalam | Ngesong Sengon | Sengon | Jombang |
| 8 | As Saidiyah 2 | Tambakberas | Tambakberas | Jombang |
| 9 | As Salafiyah As Syafi'iyah | Tambakberas Barat | Tambakrejo | Jombang |
| 10 | At Taufiq | Sambongdukuh | Sambongdukuh | Jombang |

Sumber : <https://kemenagkabjombang.my.id/data-pondok/>

Table 1,1 menjelaskan bahwa daerah jombang memiliki banyak pondok, dimana ada banyak santri yang menginginkan sistem perekonomian yang berbasis nilai-nilai dan prinsip syari'ah untuk dapat diterapkan dalam segenap aspek kehidupan bisnis dan transaksi umat. Keinginan ini didasari oleh satu kesadaran untuk menerapkan Islam secara utuh dan total setelah keluar dari pondok.

Berbicara tentang santri Pondok Pesantren Putri Walisongo yang terletak di Desa Cukir Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang yang didirikan oleh Al-Maghfurlah KH. Adlan Aly pada tahun 1951, yang menyelenggarakan pengkajian dan pengembangan Al-Qur'an dan Al-Hadits serta ilmu agama Islam. Jika dilihat dari kehidupan sehari-hari santri Pondok Pesantren Putri Walisongo Cukir Jombang menjalani hidup dengan

berdasarkan kepada syari'at islam. Gaya hidup yang dimiliki oleh santri juga merupakan gaya hidup yang islami yang dimana bisa dilihat dari segi berpakaian yang dikenakan, juga tercermin pada tingkah laku atau sikap kesehariannya, sehingga nilai religiusitas yang dimiliki oleh santri sangat terlihat jelas.

Ekonomi islam bukanlah hal yang asing bagi para santri pondok pesantren putri walisongo pelajaran mengenai ekonomi islam sangat diterima baik oleh para santri dalam kitab fiqih islam, juga sering kali dibahas ketika santri sedang berdiskusi. Akan tetapi masi banyak santri yang masi belum faham akan bank syariah, mayoritas santri yang ada di pondok pesantren putri walisongo menggunakan bank konvensional, dengan alasan bank syariah masih sedikit dan pengetahuan santri masih kurang mengenai perbankan syariah sehingga para santri kesulitan untuk memilih bank syariah.

Penulis termotivasi untuk melakukan penelitian ini untuk mengetahui mengenai Peran Pengetahuan Religiusitas Dan Promosi Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Santri Pada Produk Simpanan Pelajar. Selain itu adanya perbedaan penelitian terdahulu sehingga penulis ingin menguji kembali faktor tersebut dengan objek penelitian yang berbeda dari penelitian sebelumnya.

Berdasarkan uraian tersebut penulis memandang penting dan layak untuk mengetahui lebih lanjut mengenai “**Peran Pengetahuan Religiusitas Promosi Dan *Brand Image* Untuk Menarik Minat Santri Menabung Pada Produk Simpanan Pelajar BSI (Studi Kasus Pondok Pesantren Putri Walisongo).**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengetahuan santri dalam memahami minat menabung pada produk simpanan pelajar?
2. Bagaimana pengetahuan religiusitas berpengaruh terhadap santri dalam menabung pada simpanan pelajar?
3. Bagaimana promosi yang di rasakan oleh santri tentang simpanan pelajar?
4. Bagaimana *brand image* tabungan santri terhadap santri pondok pesantren putri walisongo?
5. Bagaimana minat santri dalam menabung pada simpanan pelajar atas pengetahuan religiusitas, promosi, dan *brand image* pada Bank Syariah Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Untuk mengidentifikasi pengetahuan santri dalam memahami minat menabung pada produk simpanan pelajar.
2. Untuk mengidentifikasi pengetahuan religiusitas berpengaruh terhadap santri dalam menabung pada simpanan pelajar.

3. Untuk mengidentifikasi promosi yang di rasakan oleh santri tentang simpanan pelajar.
4. Untuk mengidentifikasi *brand image* tabungan santri terhadap santri pondok pesantren putri walisongo.
5. Untuk mengidentifikasi minat santri dalam menabung pada simpanan pelajar atas pengetahuan religiusitas, promosi, dan *brand image* pada Bank Syariah Indonesia.

D. Batasan Masalah

Menghindari adanya pelebaran masalah yang akan diteliti, maka peneliti memberi Batasan masalah sebagai berikut:

a. Pengetahuan

Pengetahuan merupakan salah satu informasi yang hasil mengamati objek tertentu oleh panca indra dan akal mengenai berbagai macam produk dan jasa.

b. Relugiusitas

Seberapa jauh tingkat pengetahuan, keyakinan dan seberapa dalam penghayatan ibadah atas agana yang dianutnya.

c. Promosi

Salah satu kegiatan yang interaksinya antara perusahaan dengan melaksanakan kegiatan dalam transaksi jual beli maupun untuk pemenuhan kebutuhan.

d. *Brand Image*

gambaran atau konsep tentang sesuatu objek yang dimaksud adalah orang, organisasi, kelompok orang yang tidak dikenal atau sejenisnya.

e. Minat Menabung

minat menabung merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana nasabah untuk memilih produk tertentu. Minat menabung juga dapat dikatakan sebagai pernyataan mental dari nasabah untuk pemilihan produk tabungan tertentu.

f. Simpanan Pelajar

Merupakan tabungan yang dapat dimiliki oleh kalangan siswa yang diterbitkan secara nasional oleh Bank Syariah Indonesia dengan menggunakan akad wadiah yad dhamanah, dengan persyaratan yang sangat mudah dan sederhana serta memiliki fitur yang menarik, dalam rangka medukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

E. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pihak terkait, Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini antara lain:

1. Secara Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat, khususnya terhadap pengembangan ilmu untuk pengetahuan atau referensi yang bisa memberikan penjelasan secara ilmiah pada bidang

perbankan syariah dan pengembangan dibidang komunikasi pemasaran pemasaran produk dari bank syariah.

2. Secara Praktis

a. Bagi Santri

Dari pembahsasan ini diharapkan dapat menginformasikan kepada seluruh santri mengenai minat menabung pada produk simpanan pelajar dan juga untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan mengenai peran pengetahuan religiusitas promosi dan *Brand Image* untuk menarik minat santri menabung pada produk simpanan pelajar BSI studi kasus pondok pesantren putri walisongo.

b. Bagi Bank Syariah

Dengan adanya penelitian ini untuk memberikan gambaran tentang strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar pada PT. Bank Syariah Indonesia sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan pengambilan kebijakan perusahaan dalam rangka meningkatkan strategi promosi yang lebih optimal.

c. Bagi Pondok Pesantren Putri Walisongo

Bagi pihak yayasan pondok pesanten putri walisongo, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan tambahan yang akan dipertimbangkan seiring dengan perkembangan yayasan, serta dapat dijadikan bahan dan juga tolak ukur untuk mengetahui peran pengetahuan religiusitas promosi dan *Brand Image* untuk

menarik minat santri menabung pada produk simpanan pelajar BSI studi kasus pondok pesantren putri walisongo.

d. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini masi banyak kurangnya, hal tersebut bisa menjadi acuan dan juga sumber referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya yang terkait dengan peran pengetahuan religiusitas promosi dan *Brand Image* untuk menarik minat santri menabung pada produk simpanan pelajar BSI studi kasus pondok pesantren putri walisongo.

F. Penegasan Istilah

Untuk memudahkan pembaca memahami isi dari penelitian ini maka diperlukan penegasan istilah oleh karena itu, penegasan istilah dalam judul penelitian saya adalah:

1. Konseptual

a. Religiusitas

Religiusitas merupakan sikap atau kesadaran yang timbul dari iman atau kepercayaan. Sikap religiusitas adalah kondisi yang ada dalam diri seseorang, yang mendorongnya untuk berperilaku sesuai dengan tingkat ketaatannya terhadap agama..¹¹

¹¹ Tita Octaviana Fauzy et al., “Analisis Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah Santri Pondok Pesantren Al-Ittihad Mojokerto dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah” no.2 (2019) hlm. 181-206.

b. Promosi

Promosi merupakan komponen yang menginformasikan dan mempengaruhi pasar tentang produk perusahaan sehingga pasar menerima informasi tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan.¹²

c. *Brand Image*

Brand image adalah gambaran atau konsep tentang sesuatu. Objek yang dimaksud adalah orang, organisasi, kelompok orang yang tidak dikenal atau sejenisnya. *Brand image* merek berakar pada nilai-nilai kepercayaan yang diberikan, secara individual dan merupakan visi atau persepsi, dan proses akumulasi kepercayaan yang diberikan oleh individu cepat atau lambat mengalami proses pembentukan opini dan ringkasan publik yang lebih luas.¹³

d. Minat Menabung

Menabung adalah tindakan nasabah untuk membeli atau tidak membeli suatu produk. Dari sekian banyaknya faktor yang mempengaruhi pembelian suatu produk atau jasa oleh pelanggan, pelanggan biasanya selalu mempertimbangkan kualitas, inflasi dan

¹² Dewi „Aisyah Mahbub, “*Pengaruh Variasi Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Di BNI Syariah Cabang Pekalongan*”, (Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Pekalongan, 2015), hlm. 2

¹³ Herry komar, “*siasat bisnis Menang dan Bertagan di Abad Asia Pasifik*” (PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta 2007) hlm.72

Produk yang sudah terkenal sebelum konsumen memutuskan untuk membeli.¹⁴

e. Simpanan Pelajar

Simpanan pelajar merupakan tabungan pelajar yang diterbitkan secara nasional oleh perbankan Indonesia dengan persyaratan yang mudah serta fitur yang menarik dari segi pendidikan dan edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.¹⁵

2. Oprasional

Definisi oprasional merupakan suatu pedoman yang melakukan kegiatan atau pekerjaan penelitian, oprasional bisa diartikan sebagai batasan pengertian yang di jadikan pedoman untuk melakukan kegiatan atau pekerjaan.

Tabungan simpanan pelajar yang diluncurkan Bank Syariah Indoneisa dalam rangka mendukung program Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menggiatkan edukasi dan inklusi keuangan guna mendorong budaya menabung sejak dini. menyatakan bahwa tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) merupakan produk baru di Bank BSI Syariah ini. Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) yaitu tabungan sejak dini dimana tabungan ini mengajak anak-anak untuk giat menabung sejak dini. Tujuan nya adalah untuk gemar menabung, untu mengedukasi keuangan

¹⁴ Soetanto Hadinoto, “*Strategi pendanaan Bank dan Mnajemen Pasiva*” (PT. Elex Media Komputindo Granmedia, Jakarta 2008) hal.53

¹⁵ Ali Hasan Zein, “*Mendirikan dan Mengelola Koprasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah*” (Grup CV Budi Utama, Yogyakarta 2022) hlm.59-61

bagi siswa, mengajarkan siswa untuk mengelola financial nya (menyisihkan uang jajan mereka).¹⁶

G. Sistematika Penulisan

Sistem matika penulisan skripsi terdiri dari enam sub bab, sistematika skripsi bertujuan untuk memudahkan dan memperjelas pembahasan dan analisis data. Maka dari itu sistematika skripsi adalah:

BAB I Pendahuluan ini dijelaskan dengan rinci tentang latar belakang masalah, tujuan penulisan, Batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan teori yang membahas peran pengetahuan religiusitas, promosi, dan brand image untuk menarik minat menabung santri pada produk simpanan pelajar dan teori yang dihasilkan oleh penelitian terdahulu.

BAB III Metode penelitian yang terdiri dari beberapa sub yaitu tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data dan tahapan-tahapan didalam penelitian.

BAB IV Hasil penelitian berisi tentang paparan data mengenai peran pengetahuan religiusitas, promosi, dan *brand*

¹⁶ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2003) hlm. 85

image untuk menarik minat menabung santri pada produk simpanan pelajar yang disajikan dengan topik sesuai dengan pertanyaan dalam rumusan masalah dan hasil analisis data.

BAB V

Bab ini merupakan bahasan dari temuan atau hasil penelitian dengan mengacu pada teori-teori yang didapat dari observasi langsung.

BAB VI

Bab ini merupakan kesimpulan akhir dari skripsi dan dilengkapi saran. Bab ini terdiri dari daftar rujukan, lampiran, surat keaslian tulis dan daftar Riwayat hidup.