

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah menunjukkan kemajuan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Peningkatan ini sejalan dengan tumbuhnya kesadaran masyarakat akan pentingnya menerapkan prinsip syariah dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam manajemen keuangan. Menurut data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), aset perbankan syariah di Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan yang konsisten setiap tahunnya, dengan pangsa pasar yang kini mencapai sekitar 6,5% dari total aset perbankan nasional.² Meskipun demikian, persentase ini masih jauh dibelakang negara-negara dengan mayoritas muslim lainnya, seperti Malaysia dan Arab Saudi, yang telah mencatat pangsa pasar perbankan syariah lebih dari 20%.³

Keberadaan lembaga perbankan syariah sangat dirasakan oleh masyarakat di tengah suku bunga yang tidak stabil, terutama dalam aspek pinjam meminjam. Bank syariah hadir sebagai solusi untuk menyelesaikan berbagai keraguan yang dirasakan masyarakat karena bank syariah menerapkan prinsip keadilan dan keterbukaan.⁴

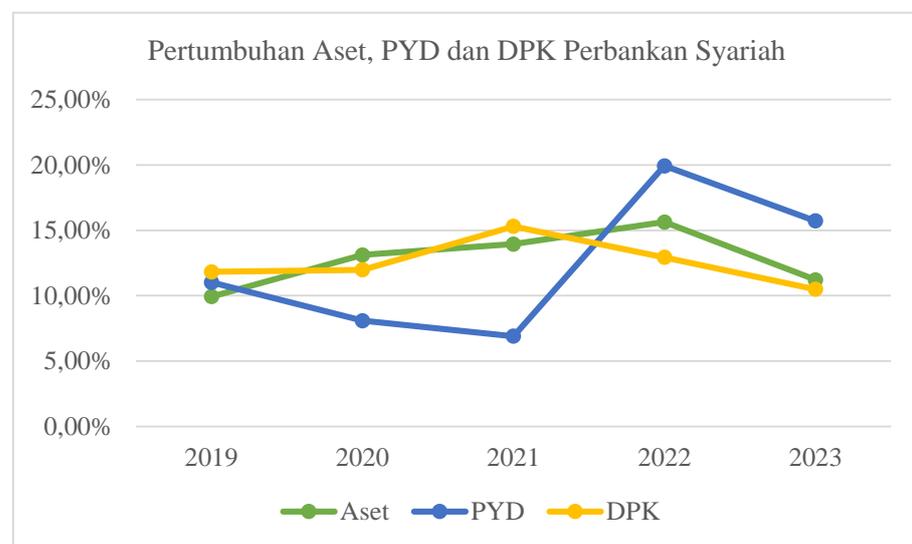
² Otoritas Jasa Keuangan, *Laporan Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia* (Jakarta: OJK, 2023), 12.

³ *Ibid.*, 15.

⁴ Vebitia dan Bustaman, "Analisis Preferensi Masyarakat Terhadap Prinsip Bagi Hasil Pada Bank Syariah Di Wilayah Banda Aceh," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi JIMEKA 2*, no. 1 (2017): 98.

Pertumbuhan bank syariah terlihat semakin pesat dengan terus meningkatnya aset, pembiayaan yang diberikan (PYD) dan dana pihak ketiga (DPK) bank syariah setiap periode dalam tingkat nasional, seperti yang ditunjukkan pada gambar:

Gambar 1. 1
Pertumbuhan Aset, PYD dan DPK Perbankan Syariah



Sumber: (Laporan Tahunan OJK, 2023)

Gambar menjelaskan pertumbuhan perbankan syariah Indonesia, dimana pembiayaan dari perbankan syariah saat ini mencapai 585,46 triliun, meningkat sebesar 15,72%. Sementara itu, DPK sebesar 684,52 triliun, yang menunjukkan pertumbuhan sebesar 10,49% dibandingkan dengan tahun 2022. Total aset perbankan syariah pada tahun 2023 mencapai 892,17 triliun atau mengalami peningkatan sebesar 11,21% dibandingkan tahun sebelumnya. Pertumbuhan rata-rata aset perbankan syariah tetap menunjukkan performa yang baik selama lima tahun terakhir, terlihat dari pertumbuhan aset yang selalu berada di angka dua

digit. BUS melaporkan penambahan aset tertinggi sebesar 62 triliun atau 11,82%.⁵

Sebagai negara dengan populasi muslim terbanyak, Indonesia memiliki potensi pasar yang besar untuk pengembangan ekonomi dan keuangan syariah. Kehadiran generasi Z dianggap penting untuk mendigitalisasi perbankan syariah agar dapat memasuki pasar yang sangat menjanjikan. Mantan Wapres K.H. Ma'ruf Amin dalam acara *The Future Banking: Achieving Financial Inclusion in Indonesia* yang di selenggarakan Bank Aladin Syariah secara virtual, beliau menjelaskan bahwa saat ini penduduk Indonesia paling banyak terdiri dari generasi Z dan Y (Milenial), yang menawarkan peluang besar bagi sektor perbankan syariah. Jumlah generasi Z di Indonesia mencapai sekitar 71,5 juta jiwa sementara generasi Milenial berjumlah sekitar 74,93 juta jiwa. Menurut beliau generasi Z merupakan generasi yang cenderung memilih cara hidup yang sejalan dengan agama dan keyakinan mereka, mengenal internet sejak usia muda, dan menunjukkan minat yang besar terhadap gaya hidup yang sesuai dengan nilai-nilai agama. Dengan jumlah yang banyak, generasi Z dan Milenial merupakan segmen pasar yang menjanjikan bagi perbankan syariah di Indonesia.⁶

⁵ Otoritas Jasa Keuangan, *Laporan Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia* (Jakarta: OJK, 2023),16.

⁶ Muchamad Bagus Satrio Wibowo dan Muhammad Iqbal, "Faktor Pengetahuan dan Religiusitas Generasi Z terhadap Minat Menabung di Bank Syariah," *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam* 13, no. 1 (Desember, 2021): 95.

Khalid How Lader, Kepala *Islamic Finance Moody's* dalam Hidayat, mengungkapkan bahwa minimnya pengetahuan masyarakat tentang ekonomi syariah terutama perbankan syariah menjadi salah satu hambatan utama dalam pengembangan keuangan syariah.⁷ Rendahnya pemahaman mengenai perbankan syariah disebabkan oleh kurangnya pendekatan sosialisasi yang tepat dan efisien dari pihak perbankan syariah. Masalah ini dapat berdampak pada minat masyarakat terhadap perbankan syariah itu sendiri, sehingga langkah yang perlu diambil adalah meningkatkan sosialisasi di seluruh kalangan masyarakat dan melibatkan tokoh utama serta ulama dalam menyampaikan sosialisasi kepada masyarakat.

Berdasarkan penjelasan Kotler dalam penelitian Djemuni dan Mochammad Faisal Fadli, minat menabung merupakan sikap atau kecenderungan seseorang dalam memutuskan apakah akan membeli atau tidak suatu produk. Dalam proses pengambilan keputusan ini, nasabah biasanya mempertimbangkan beberapa hal penting seperti kualitas produk, kondisi inflasi, serta seberapa dikenal produk tersebut di kalangan masyarakat.⁸

Minat untuk menabung di bank syariah bisa timbul dari diri seseorang itu sendiri atau karena adanya pengaruh dari lingkungan

⁷ Hidayat Darussalam, "Persepsi Santri Pondok Pesantren Darussalam Terhadap Bank Syariah Indonesia," *SEMJ: Sharia Economic Management Business Journal* 2, no. 3 (Oktober, 2021): 132.

⁸ Djemuni dan Mochammad Faisal Fadli, "Analisis Minat Menabung Nasabah PT. BPR Prima Multi Makmur," *JEMBA: Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Bisnis, Akuntansi* 1, no. 2 (Juni, 2021): 140.

sosial disekitarnya. Menurut Crow dalam Abdul Rouf, terdapat tiga faktor utama pembentuk minat, yaitu faktor emosional, faktor motif sosial, dan faktor dari dalam diri seseorang. Jika seseorang menabung di bank syariah karena menganggapnya sebagai kebutuhan yang penting maka mereka akan melakukannya. Hal ini disebabkan karena adanya dorongan yang muncul dari dalam diri seseorang sebagai respon terhadap kebutuhan fisik yang perlu dipenuhi. Selain itu, motif sosial juga mempengaruhi minat untuk menabung di bank syariah. Jika seseorang berada di lingkungan yang memiliki minat tinggi untuk menabung di bank syariah maka akan mempengaruhi minat mereka juga untuk menabung, dikarenakan adanya dorongan dari faktor sosial. Sedangkan faktor emosional sangat berkaitan dengan perasaan seseorang terhadap keberhasilan dalam aktivitas yang membawa kebahagiaan, sehingga memperkuat minat yang sudah ada.⁹

Menurut Hawkins dan Mothersbaugh dalam Abhimantara terdapat dua jenis faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yakni faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi persepsi, pembelajaran, ingatan, motivasi, karakter, emosi, dan sikap. Sedangkan faktor eksternal mencakup budaya, demografi, kelas dan status sosial, sub kultural, keluarga, kelompok acuan, dan pemasaran.¹⁰

⁹ Ghozali Maski, *Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen Model Logistik Studi pada Bank Syariah* (Malang: Universitas Brawijaya, 2010), 13.

¹⁰ Anangadipa Abhimantara, dkk., "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah dalam Memilih Menabung pada Bank Syariah," *Proceeding PESAT 5* (2013): 176.

Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terkait minat menabung di bank syariah yaitu pengetahuan yang termasuk dalam faktor internal. Ujang Sumarwan menyebutkan bahwa pengetahuan konsumen mencakup semua informasi yang dimiliki konsumen tentang produk dan jasa, termasuk pemahaman terhadap fungsi dan kegunaan produk tersebut.¹¹ Pengetahuan dapat diperoleh melalui berbagai saluran media, seperti brosur, radio, televisi, atau surat kabar, serta melalui pengalaman individu yang telah terjadi sebelumnya.

Pengetahuan merupakan informasi penting yang perlu dipahami oleh seseorang terutama mengenai bank syariah. Jika seseorang memiliki pemahaman yang mendalam tentang bank syariah baik mengenai produk maupun layanan yang ditawarkan, maka mereka mungkin tertarik untuk menabung dan menggunakan produk-produk yang disediakan oleh bank syariah. Dengan demikian, tingkat pengetahuan konsumen akan berdampak pada minat mereka untuk menabung di bank syariah.¹²

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mirro Faricha Wati yang menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ terhadap minat menabung di bank syariah. Dikarenakan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yang berarti menerima H_a maka diambil kesimpulan bahwa variabel

¹¹ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), 27.

¹² M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 75.

pengetahuan memberi pengaruh yang positif terhadap minat menabung masyarakat.¹³ Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nabila Safitri yang menyatakan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah karena hasil dari uji-t sebesar $0,646 > 0,05$.¹⁴

Faktor selanjutnya yang berpengaruh pada perilaku konsumen mengenai minat menabung di bank syariah adalah pendapatan yang merupakan salah satu faktor eksternal. Menurut Winardi, pendapatan merupakan bagian dari tingkat kehidupan yang bisa dinikmati oleh seseorang di tengah masyarakat. Selain itu, pendapatan juga berperan penting dalam kemampuan seseorang untuk memenuhi kebutuhan atau membayar kembali pinjaman.¹⁵

Pendapatan setiap orang bervariasi karena adanya perbedaan dalam jenis pekerjaan dan profesi. Tidak semua pendapatan yang diterima setiap individu digunakan untuk membeli barang dan jasa, jika semua kebutuhan sudah terpenuhi maka sisa uang dari pendapatan akan ditabung. Besarnya pendapatan seseorang memiliki pengaruh terhadap keputusan mereka untuk menabung di bank syariah. Ketika individu memiliki pendapatan yang tinggi, hal ini akan berpengaruh pada tingginya minat menabung di bank syariah, sementara pendapatan yang

¹³ Mirro Faricha Wati, *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Dsn. Wates Kedensari Kab. Sidoarjo Jawa Timur)*, (Skripsi, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2021).

¹⁴ Nabila Safitri, *Analisis Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Religiusitas, Dan Usia Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Ujungpangkah Kabupaten Gresik)*, (Skripsi, UIN Walisongo Semarang, 2022).

¹⁵ Winardi, *Pengantar Ekonomi* (Jakarta: Gahlia Indonesia, 2001), 56.

rendah dapat menyebabkan minat yang lebih rendah untuk menabung di bank syariah.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan Fatima Abdjul yang menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah dengan nilai t hitung sebesar $2,230 > 1,986$ dan nilai signifikansi $0,02 < 0,05$.¹⁶ Namun tidak sama dengan penelitian Nugrahainy Siti Nur Afifah yang menjelaskan bahwa pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,298 > 0,05$.¹⁷

Faktor berikutnya yang mempengaruhi tingkah laku konsumen terkait minat untuk menabung di bank syariah yaitu lokasi perusahaan yang termasuk ke dalam faktor eksternal. Menurut Fandy Tjiptono lokasi berperan penting dalam kegiatan pemasaran karena berkaitan dengan bagaimana produk atau layanan bisa lebih mudah disalurkan dari produsen ke konsumen. Semakin strategis lokasinya, semakin mudah pula produk dijangkau oleh pelanggan.¹⁸ Kotler mengungkapkan bahwa salah satu kunci untuk meraih keberhasilan suatu perusahaan adalah lokasi. Pemilihan lokasi dimulai dengan menentukan komunitas. Keputusan ini sangat dipengaruhi oleh potensi

¹⁶ Fatima Abdjul, *Pengaruh Religiusitas dan Pendapatan terhadap Minat Menabung di KC Bank Syariah Indonesia Megamas Manado*, (Skripsi, IAIN Manado, 2023).

¹⁷ Nugrahainy Siti Nur Afifah, *Pengaruh Pendapatan Mahasiswa dan Pengetahuan tentang Bank Syariah terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*, (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020).

¹⁸ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), 345.

pertumbuhan ekonomi dan stabilitas, tingkat persaingan, suasana politik, dan hal-hal lainnya. Secara teoritis, faktor lokasi dapat mempengaruhi tingkat aksesibilitas, lokasi yang strategis seperti dipusat keramaian, mudah terlihat dan dapat diakses dengan transportasi dapat menarik minat masyarakat untuk menabung di bank syariah.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dikerjakan oleh Nurfitriani dan Ulfa Hidayati yang menjelaskan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah dengan nilai t hitung sebesar 3,879 dengan t tabel sebesar 1,661 dan nilai signifikan $0,000 < 0,1$.¹⁹ Pentingnya memilih tempat untuk sebuah usaha akan memperbesar kemungkinan masyarakat memilih bank syariah sebagai pilihan untuk menabung dan melakukan transaksi. Namun demikian, pernyataan tersebut berbeda dengan hasil penelitian Baiq Evi Liana Agustin yang menyatakan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah dengan nilai signifikansinya lebih besar dari alpha sebesar $0,214 > 0,10$.²⁰

Bank syariah merupakan sebuah lembaga keuangan yang tidak beroperasi dengan sistem bunga, melainkan fokus pada penyediaan dana dan layanan lain dalam transaksi pembayaran serta peredaran

¹⁹ Nurfitriani dan Ulfa Hidayati, "Pengaruh Produk dan Lokasi terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah Indonesia KCP Polewali," *BANCO: Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah* 3 (November, 2021).

²⁰ Baiq Evi Liana Agustin, *Pengaruh Lokasi, Promosi dan Pengetahuan terhadap Minat Menabung di Bank NTB Syariah Cabang Kopang (Studi Kasus pada Generasi Milenial Kecamatan Janapria)*, (Skripsi, UIN Mataram, 2023).

uang, dengan kegiatan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam.²¹ Bank syariah berfungsi sebagai solusi alternatif terhadap masalah yang berkaitan dengan bunga bank dan riba. Riba diartikan sebagai pengenaan bunga bank atau penambahan jumlah pinjaman secara tidak sah, dan menurut para ulama riba merupakan sesuatu yang dilarang atau diharamkan. Dengan didirikannya bank syariah bertujuan untuk mendukung dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip syariah dalam berbagai transaksinya. Berikut firman Allah SWT yang berkaitan dengan riba terdapat pada surah Ali-Imran ayat 130:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung.²²

Menurut Tafsir Al-Muyassar dari Kementerian Agama Saudi Arabia, ayat ini menyatakan bahwa Allah melarang umatnya untuk terlibat dalam riba dengan semua bentuknya ketika meminjam atau berhutang, baik dalam jumlah sedikit maupun banyak, sebab riba akan terus meningkat seiring dengan bertambahnya waktu dan tentunya ini bertentangan dengan prinsip syariah yang tidak diterapkan oleh Bank

²¹ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), 2

²² Al-Quran dan Terjemahannya, edisi Kementerian Agama (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran, 2022), QS. Ali-Imran: 130.

Syariah. Karena diketahui bahwa Bank Syariah berfungsi untuk menyalurkan dan mengumpulkan dana dari nasabah.²³

Penelitian ini fokus pada studi kasus di Kabupaten Nganjuk karena penulis tertarik untuk memahami seberapa besar minat masyarakat dalam menabung di bank syariah, mengingat mayoritas penduduknya adalah umat muslim. Tingkat kesadaran masyarakat dalam menabung atau bertransaksi di bank syariah sangat rendah, meskipun berdasarkan informasi dari KUA di Kabupaten Nganjuk menunjukkan bahwa sebagian besar penduduknya adalah muslim. Namun, banyak yang lebih memilih untuk menabung dan bertransaksi menggunakan bank konvensional dibanding bank syariah, padahal bank syariah seharusnya menjadi pilihan utama bagi masyarakat muslim. Terutama bagi masyarakat yang beragama Islam, penting untuk menyadari bahwa bunga bank adalah sesuatu yang diharamkan. Padahal saat ini banyak bank syariah yang telah berdiri dengan menawarkan transaksi berdasarkan akad yang sesuai dengan prinsip syariah tanpa melibatkan riba.

Dilihat dari data observasi yang dilakukan oleh peneliti serta hasil wawancara pada 2 Februari 2025 menggunakan teknik *Accidental Sampling* kepada 30 responden masyarakat Kabupaten Nganjuk, peneliti menemukan bahwa dari 30 responden yang kami survey untuk peminat di bank syariah itu lebih kecil dari pada bank konvensional

²³ Raoda Boga, "Transaksi Riba Dengan Pendekatan Tafsir Al-Quran Surah Ali-Imran [3] Ayat 130," *JAHE: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi*: 41–48.

yaitu sekitar 30%. Berdasarkan semua itu, seharusnya bank syariah dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menabung dengan memberikan informasi tentang operasional bank syariah. Karena dari hasil tanya jawab yang dilakukan peneliti, menunjukkan bahwa pengetahuan 14 dari 30 responden tentang operasional bank syariah sangat terbatas dan mereka beranggapan bahwa bank syariah dan bank konvensional itu sama, padahal faktanya kedua jenis bank itu berbeda. Dari pernyataan 21 responden tersebut bahwa kurangnya minat mereka pada bank syariah disebabkan lokasi bank syariah berada dipusat kota yang jauh dari tempat tinggal mereka.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, Kabupaten Nganjuk memiliki jumlah penduduk yang cukup besar mencapai 1.144.508 jiwa. Sedangkan jumlah Generasi Z di Kabupaten Nganjuk sekitar 164.918 jiwa. Untuk mendorong minat menabung dalam bank syariah di kalangan Generasi Z di wilayah ini bisa diambil beberapa langkah, diantaranya meningkatkan pengetahuan tentang keuangan syariah dengan menjalankan program edukasi yang menjelaskan prinsip keuangan syariah dan manfaatnya, selanjutnya memanfaatkan pemasaran digital dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk menjangkau Generasi Z melalui konten yang menarik dan relevan. Dengan menerapkan strategi tersebut, diharapkan minat menabung dalam bank syariah di kalangan Generasi Z di Kabupaten Nganjuk dapat meningkat secara signifikan.

Alasan pemilihan variabel pengetahuan, pendapatan, dan lokasi perusahaan dalam penelitian ini karena ketiganya sangat relevan dengan cara generasi Z membentuk keputusan keuangan, khususnya dalam hal menabung di bank syariah. Pengetahuan, seperti yang dijelaskan oleh Ujang Sumarwan, adalah segala informasi yang dimiliki seseorang tentang suatu produk. Dalam hal ini, semakin paham generasi Z terhadap konsep bank syariah seperti sistem bagi hasil atau larangan riba, maka semakin besar peluang munculnya minat untuk menabung di dalamnya. Namun, pemahaman saja tidak cukup. Pendapatan menurut Winardi, menentukan kemampuan seseorang dalam memenuhi kebutuhan sekaligus menyisihkan uang. Jadi, meskipun seseorang paham pentingnya menabung, kalau pendapatannya terbatas, keinginan itu belum tentu bisa diwujudkan. Di sisi lain, lokasi perusahaan juga punya pengaruh tersendiri. Fandy Tjiptono menyebut bahwa lokasi yang strategis memudahkan akses, yang tentunya berperan besar bagi generasi Z yang menyukai hal-hal yang praktis dan cepat. Ketiganya saling terhubung, yaitu pengetahuan mendorong kesadaran, pendapatan membuka kemampuan, dan lokasi memastikan kemudahan. Semua ini berujung pada satu hal yakni minat untuk mulai menabung, yang menurut Kotler adalah sikap atau kecenderungan seseorang saat mengambil keputusan terhadap suatu produk atau layanan.

Berdasarkan penjelasan latar belakang dan perbedaan hasil dari penelitian terdahulu, maka penulis tertarik untuk melakukan pengujian

ulang terkait pengaruh dari pengetahuan, pendapatan, dan lokasi perusahaan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah dengan objek penelitian yang berbeda dari sebelumnya. Maka dari itu, penulis akan mengulas hal ini lebih lanjut dalam penelitian kali ini yang berjudul **“Pengaruh Pengetahuan Masyarakat, Tingkat Pendapatan, dan Lokasi Perusahaan terhadap Minat Generasi Z Menabung di Bank Syariah Nganjuk”**

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, identifikasi masalah dalam penelitian ini, yaitu perbankan syariah di Indonesia memang terus berkembang, tapi minat generasi Z di Kabupaten Nganjuk untuk menabung di bank syariah masih rendah. Banyak dari mereka belum paham perbedaan antara bank syariah dan konvensional, bahkan menganggap keduanya sama. Selain itu, pendapatan yang berbeda-beda dan lokasi bank yang kurang strategis juga jadi alasan kurangnya minat. Hal ini menunjukkan masih perlunya peningkatan edukasi dan kemudahan akses agar generasi Z lebih tertarik menabung di bank syariah.

2. Batasan Penelitian

Penelitian ini hanya dilakukan di satu kabupaten, sehingga hasil yang diperoleh mungkin tidak dapat mewakili daerah lain. Variabel yang di analisis hanya meliputi pengetahuan masyarakat,

tingkat pendapatan, dan lokasi perusahaan, serta fokusnya hanya pada generasi Z sehingga tidak relevan bagi kelompok usia lainnya.

C. Rumusan Masalah

Setelah diuraikannya latar belakang masalah di atas, masalah yang dapat diidentifikasi diantaranya:

1. Apakah pengetahuan masyarakat berpengaruh signifikan terhadap minat generasi Z menabung di bank syariah?
2. Apakah tingkat pendapatan berpengaruh signifikan terhadap minat generasi Z menabung di bank syariah?
3. Apakah lokasi perusahaan berpengaruh signifikan terhadap minat generasi Z menabung di bank syariah?
4. Apakah pengetahuan masyarakat, tingkat pendapatan, dan lokasi perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap minat generasi Z menabung di bank syariah?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh signifikan pengetahuan masyarakat terhadap minat generasi Z menabung di bank syariah.
2. Untuk menguji pengaruh signifikan tingkat pendapatan terhadap minat generasi Z menabung di bank syariah.
3. Untuk menguji pengaruh signifikan lokasi perusahaan terhadap minat generasi Z menabung di bank syariah.

4. Untuk menguji apakah terdapat pengaruh secara simultan antara pengetahuan masyarakat, tingkat pendapatan, dan lokasi perusahaan terhadap minat generasi Z menabung di bank syariah.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Diharapkan dapat mendukung kemajuan pengetahuan terutama dalam aspek literasi keuangan, perilaku konsumen, dan ekonomi Islam. Dapat juga menambah wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi Z dalam menabung di bank syariah, seperti tingkat pengetahuan, pendapatan, dan lokasi perusahaan.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Akademis

Diharapkan dapat memperkaya referensi tentang perilaku generasi Z terhadap bank syariah, memberikan kontribusi dalam kajian literasi keuangan syariah, serta menghubungkan aspek pemasaran, keuangan, dan sosial-ekonomi.

b. Bagi Bank Syariah Indonesia

Diharapkan bermanfaat bagi Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat generasi Z menabung, sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam merancang strategi promosi yang tepat, mengembangkan

produk tabungan yang sesuai, dan meningkatkan edukasi masyarakat tentang keuangan syariah.

c. **Bagi Peneliti Selanjutnya**

Diharapkan menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan studi yang lebih mendalam, memperbaiki metode penelitian, atau melakukan analisis di lokasi dan konteks yang berbeda.

F. Ruang Lingkup

Penelitian ini membahas pengaruh pengetahuan masyarakat, tingkat pendapatan, dan lokasi perusahaan terhadap minat generasi Z untuk menabung di bank syariah, dengan fokus pada generasi Z di Kabupaten Nganjuk.

G. Penegasan Variabel

1. Secara Konseptual

a. Variabel Independen

1) Pengetahuan

Ujang Sumarwan menyebutkan bahwa pengetahuan konsumen mencakup semua informasi yang dimiliki konsumen tentang produk dan jasa, termasuk pemahaman terhadap fungsi dan kegunaan produk tersebut.²⁴

²⁴ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), 27.

2) Pendapatan

Menurut Winardi, pendapatan merupakan bagian dari tingkat kehidupan yang bisa dinikmati oleh seseorang di tengah masyarakat. Selain itu, pendapatan juga berperan penting dalam kemampuan seseorang untuk memenuhi kebutuhan atau membayar kembali pinjaman.²⁵

3) Lokasi Perusahaan

Menurut Fandy Tjiptono lokasi berperan penting dalam kegiatan pemasaran karena berkaitan dengan bagaimana produk atau layanan bisa lebih mudah disalurkan dari produsen ke konsumen. Semakin strategis lokasinya, semakin mudah pula produk dijangkau oleh pelanggan.²⁶

b. Variabel Dependen

1) Minat Menabung

Menurut Kotler dalam penelitian Djemuni dan Mochammad Faisal Fadli, minat menabung merupakan sikap atau kecenderungan seseorang dalam memutuskan apakah akan membeli atau tidak suatu produk.²⁷

²⁵ Winardi, *Pengantar Ekonomi* (Jakarta: Gahlia Indonesia, 2001), 56.

²⁶ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), 345.

²⁷ Djemuni dan Mochammad Faisal Fadli, "Analisis Minat Menabung Nasabah PT. BPR Prima Multi Makmur," *JEMBA: Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Bisnis, Akuntansi* 1, no. 2 (Juni, 2021): 140.

2. Secara Operasional

Penelitian ini bermaksud untuk menguji pengaruh pengetahuan masyarakat, tingkat pendapatan, dan lokasi perusahaan terhadap minat generasi Z menabung di bank syariah Nganjuk

H. Sistematika Penulisan

Sistematika atau urutan penulisan terdiri dari enam bab, masing-masing berisi sub-bab penjelasan mengenai bagian-bagian yang tercantum. Berikut adalah kerangka penulisan dalam skripsi:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I berisi tentang uraian singkat yang akan dibahas dalam penelitian, terdiri dari: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan batasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab II menguraikan berbagai teori, konsep dan anggapan dasar tentang teori dari variabel-variabel penelitian, yang meliputi: kajian teoritis, penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III menguraikan metode yang akan digunakan dalam penelitian, terdiri dari: pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala

pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian serta analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab IV berisi tentang deskripsi singkat hasil penelitian, terdiri: deskripsi karakteristik data dan pengujian hipotesis.

BAB V PEMBAHASAN

Bab V terdapat pembahasan yang menjelaskan temuan-temuan penelitian yang telah dikemukakan pada hasil penelitian dan merupakan jawaban dari rumusan masalah I, II, III, dan IV.

BAB VI PENUTUP

Bab VI menguraikan kesimpulan dan saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan yang dilanjutkan dengan bagian akhir skripsi, yakni daftar rujukan, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.