

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip-prinsip syariah atau hukum Islam yang diatur dalam fatwa-fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DNS-MUI) yang berhubungan dengan ekonomi dan keuangan, hal tersebut seperti yang tertera sesuai Undang-Undang No.21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah. Prinsip-prinsip syariah Islam meliputi prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), universalisme (*alamiyah*), kemaslahatan (*maslahah*) serta tidak mengandung unsur-unsur yang haram seperti *gharar*, *maysir*, *riba* dan *zalim*. Sebagai lembaga keuangan, bank syariah juga memiliki tujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.²

Pengetahuan merupakan hasil dari ke-tahu-an dan terjadi setelah seseorang melakukan pengindraan (penglihatan, penginderaan, penciuman, rasa dan raba) terhadap suatu objek tertentu. Saat penginderaan terjadi sampai menghasilkan pengetahuan tersebut sangat dipengaruhi oleh intensitas perhatian persepsi terhadap suatu objek. Pengetahuan amat erat hubungannya dengan pendidikan, yang diharapkan dengan memiliki pendidikan yang tinggi maka akan semakin luas pula pengetahuannya. Pengetahuan masyarakat mengenai bank syariah

² Tim Penyusun, “Perbankan Syariah” , dalam <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/sejarah-perbankan-syariah.aspx> , diakses pada 1 November 2024

sangat mempengaruhi sikap masyarakat terhadap produk-produk yang ditawarkan sehingga semakin baik pengetahuan masyarakat.

Tidak jauh bedanya dengan pengetahuan yang hampir memiliki kesamaan yaitu persepsi. Persepsi adalah proses yang diawali oleh diterimanya stimulus kemudian diteruskan oleh saraf ke otak melalui pusat susunan saraf dan selanjutnya menjadi suatu yang berarti setelah diorganisasikan dan diinterpretasikan. Melalui hal ini setiap individu bisa mengerti mengenai kondisi diri sendiri, seluruhnya apa yang terdapat pada individu misal perasaan, pengalaman, kemampuan berpikir, kerangka acuan, serta aspek-aspek lainnya yang ada pada diri individu akan ikut berperan. Berdasar dari hal tersebut bahwa dalam persepsi sekalipun stimulusnya sama namun dikarenakan dalam hal pengalaman tidak sama, maka terdapat kemungkinan hasil persepsi antara setiap individu dengan individu lain yang menimbulkan perbedaan.

Terkait persepsi masyarakat merupakan tanggapan maupun pengetahuan lingkungan dari kumpulan individu-individu yang saling berhubungan dan berinteraksi karena memiliki nilai, norma, cara dan prosedur. Sedangkan reputasi memiliki makna secara garis besar yaitu suatu persepsi yang menggambarkan keseluruhan perilaku organisasi serta keseluruhan dengan para pemangku kepentingan yang terbentuk dengan seiringnya waktu. Setiap organisasi harus memiliki reputasi yang baik dan membangun guna mempertahankan maupun menjadikan nama dari suatu organisasi tersebut menjadi lebih tinggi dari sebelumnya. Reputasi termasuk aset yang sangat berharga bagi setiap organisasi, begitu pula dengan bank syariah. Reputasi

adalah citra publik yang terbentuk dari persepsi masyarakat terhadap suatu entitas. Dalam industri perbankan syariah, reputasi yang baik sangat penting karena dapat mempengaruhi kepercayaan masyarakat, pertumbuhan bisnis, dan loyalitas nasabah.

Pengetahuan, persepsi masyarakat tentang bank syariah dan reputasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pada suatu bank syariah tersebut. Pengetahuan yang baik tentang bank syariah dapat memberikan pemahaman yang lebih baik kepada masyarakat mengenai prinsip dan nilai-nilai yang dipegang oleh bank syariah. Ini termasuk transaksi berbasis keadilan, larangan riba, dan kesepahaman syariah dalam bisnis dan perdagangan. Dengan pemahaman ini, masyarakat akan lebih cenderung mempercayai bank syariah dan merasa nyaman untuk melakukan transaksi dengan bank syariah. Selain pengetahuan, persepsi masyarakat juga berperan penting dalam membentuk reputasi bank syariah. Persepsi yakni cara seseorang memandang, mengerti, dan menafsirkan suatu situasi atau entitas. Jika masyarakat memiliki persepsi yang positif tentang bank syariah, mereka akan merasa bahwa bank syariah adalah lembaga keuangan yang dapat dipercaya dan bertanggung jawab.³

Di sisi lain, jika pengetahuan dan persepsi masyarakat tentang bank syariah buruk, ini akan berdampak negatif terhadap reputasi bank syariah. Masyarakat mungkin merasa ragu-ragu untuk menggunakan layanan bank syariah, karena

³ Fajar Mujaddid, Pandu Tezar Adi Nugroho. "PENGARUH PENGETAHUAN, REPUTASI LINGKUNGAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT PELAJAR SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN PRODI PERBANKAN SYARIAH DALAM MENABUNG DI BANK SYARIAH" Vol.10, Jurnal Ekonomi Islam, 2019 hlm.19, dalam <https://journal.uhamka.ac.id/index.php/jei/article/view/3458> , diakses pada 7 Maret 2025

mereka mungkin tidak memahami sepenuhnya prinsip dan nilai-nilai yang dipegang oleh bank syariah. Mereka juga mungkin memiliki persepsi negatif tentang bank syariah, seperti anggapan bahwa bank syariah akan memberikan layanan yang lebih lambat atau kurang efisien dibandingkan dengan bank konvensional. Dalam era informasi yang semakin terhubung ini, pengetahuan dan persepsi masyarakat dapat dengan mudah dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti media sosial, iklan, dan pengalaman pribadi. Oleh karena itu, bank syariah perlu melakukan upaya yang terus-menerus untuk meningkatkan pengetahuan dan persepsi masyarakat tentang bank syariah. Ini dapat dilakukan melalui kampanye pemasaran yang efektif, edukasi publik, dan memberikan pengalaman yang baik kepada nasabah atau masyarakat sekitarnya.

Dengan meningkatnya pengetahuan dan persepsi masyarakat tentang bank syariah, bank syariah dapat membangun reputasi yang baik. Reputasi yang baik akan meningkatkan kepercayaan masyarakat dan memperluas basis nasabah, yang pada gilirannya akan menguntungkan bank syariah dalam jangka panjang.

Penelitian ini dilatar belakangi untuk memahami bagaimana faktor-faktor seperti pengetahuan, persepsi masyarakat, dan reputasi mempengaruhi minat masyarakat di Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagung untuk menabung bank syariah. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian terdahulu oleh Ayu Sekar Widowati (2018) ; Ocktaviani Faradila K. (2021) ; Muhlis, Ainur Hasanah (2023). Pada penelitian sekarang memfokuskan dengan menggunakan tiga variabel yaitu pengetahuan, persepsi masyarakat dan reputasi. Berdasarkan uraian diatas, diambil judul penelitian, “Pengaruh Pengetahuan, Persepsi

Masyarakat dan Reputasi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagung)”.

Berdasarkan data hasil dari penelitian sebelumnya pada penelitian Ocktaviani Faradila K. (2021) dengan mengambil data pada Bank Syariah Kabupaten Boyolali sebagai berikut : variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat dalam menabung pada bank syariah; variabel persepsi masyarakat berpengaruh terhadap minat dalam menabung pada bank syariah; variabel reputasi tidak berpengaruh terhadap minat menabung dalam bank syariah.⁴ Dari hasil penelitian diatas, tentunya setiap daerah satu dengan lainnya akan memiliki besaran faktor yang berbeda-beda. Menurut hasil wawancara dengan beberapa warga Desa Plosokandang, yang melatar belakangi kurangnya minat Masyarakat Desa Plosokandang terhadap bank syariah seperti, masyarakat yang kurang paham dengan konsep bank syariah, masyarakat banyak yang sudah lama menggunakan layanan bank konvensional dan cenderung enggan beralih, masyarakat mungkin kurang memahami atau kurang peduli terhadap pentingnya prinsip syariah dalam pengelolaan keuangan sehingga tidak melihat urgensi dalam menggunakan bank syariah. Oleh karena itu, penelitian ini akan dilakukan pada masyarakat Desa Plosokandang, peneliti ingin meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh pengetahuan, persepsi masyarakat dan reputasi terhadap minat menabung dengan objek yang berbeda yaitu pada Desa Plosokandang

⁴ Ocktaviani Faradila K. “ANALISIS PENGARUH PENGETAHUAN, PERSEPSI MASYARAKAT, RELIGIUSITAS, PRODUK, REPUTASI, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOKASI BANK TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MEMILIH MENABUNG PADA BANK SYARIAH”, (Surakarta: Oktober 2021) hlm.6-8

Kabupaten Tulungagung sehingga menjadi pembeda dengan penelitian terdahulu.

B. Rumusan Masalah

Melalui latar belakang permasalahan dari penelitian yang telah diuraikan diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan yaitu :

1. Apakah ada pengaruh pengetahuan masyarakat terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagung?
2. Apakah ada pengaruh persepsi masyarakat terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagung?
3. Apakah ada pengaruh reputasi terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagung?
4. Apakah ada pengaruh secara simultan pengetahuan, persepsi masyarakat dan reputasi terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah tersaji, maka tujuan dari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh pengetahuan masyarakat terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagung.

2. Untuk mengetahui adanya pengaruh persepsi masyarakat terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagung.
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh reputasi terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagung.
4. Untuk mengetahui adanya pengaruh secara simultan pengetahuan, persepsi masyarakat dan reputasi terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagung.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun secara praktis bagi pembaca. Adapun manfaatnya yakni :

1. Secara teoritis

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan, wawasan, serta literatur bagi pembaca mengenai pengetahuan dan persepsi masyarakat tentang bank syariah terhadap reputasi bank syariah. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi perbandingan, pertimbangan dan pengembangan bagi penelitian di waktu yang akan mendatang di bidang yang serupa serta penelitian yang terkait.

2. Secara Praktis

- a. Bagi peneliti

Menambah wawasan dan ilmu serta pengalaman terkait permasalahan yang diteliti.

b. Bagi masyarakat

Yang diharapkan oleh peneliti dari penelitian ini adalah supaya bisa menambah wawasan dan pengetahuan masyarakat tentang bank syariah serta menjadi bahan pertimbangan untuk pemanfaatan bank syariah yang ada.

c. Bagi UIN SATU Tulungagung

Diharapkan dapat menambah informasi dan kepustakaan teruntuk jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN SATU Tulungagung dan memperbanyak pengetahuan bagi pembaca.

d. Peneliti selanjutnya

Diharapkan bisa menjadi bahan referensi atau rujukan untuk peneliti selanjutnya di bidang dan pembahasan yang terkait.

E. Penegasan Istilah

Untuk membahas permasalahan dalam penelitian ini, diperlukan penegasan beberapa kata kunci yang pengertian dan pembatasannya perlu dijelaskan.

1. Menabung

Menurut Raszad dan Purwanto (2021:54) perilaku menabung adalah kegiatan rutin seseorang dalam menyisihkan sebagian pendapatan untuk disimpan supaya dapat mencapai suatu tujuan di masa depan. Adapun perilaku ini mensyaratkan seseorang untuk bisa disiplin dalam hal mengatur keuangan demi terpenuhinya kebutuhan di masa depan.⁵

⁵ Hendra Wijaya Pane, "BAB I PENDAHULUAN" dalam <https://repository.uhn.ac.id> , diakses pada 1 November 2024.

2. Pengetahuan

Mubarak (2011) mendefinisikan pengetahuan sebagai segala sesuatu yang diketahui berdasarkan pengalaman manusia itu sendiri dan pengetahuan akan bertambah sesuai dengan proses pengalaman yang dialaminya. Menurut Bloom, pengetahuan adalah hasil dari tahu dan ini terjadi setelah seseorang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu.⁶

3. Persepsi

Menurut Philip Kotler, persepsi dapat diartikan sebagai proses dimana individu memilih, memuaskan dan menafsirkan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti mengenai dunia. Sedangkan menurut (Sobur:2003) persepsi merupakan proses menerima, menyeleksi, mengorganisasikan, mengartikan, menguji dan memberikan reaksi kepada rangsangan panca indra atau data.⁷

4. Reputasi

Menurut Roy Marthin Tarigan (2014) reputasi perusahaan merupakan asset yang tidak nyata, keadaan reputasi akan bergantung kepada apa yang dilakukan perusahaan sebagai entitas. Lebih dari itu akan tergantung kepada komunikasi dan tanda-tanda yang dipilih untuk diberikan kepada pasar. Simbol dari reputasi, nama perusahaan, jika dikelola dengan baik akan

⁶ Darsini, dkk. "Pengetahuan: Artikel Review", Jurnal Keperawatan Vol.12, No.1, Januari 2019. Dalam <https://e-journal.lppmdianhusada.ac.id/index.php/jk/article/view/96> , diakses pada 1 November 2024.

⁷ Firdayanti B. Hakim, dkk. "Persepsi, Pengambilan Keputusan, Konsep diri dan Values", Jurnal Ilmiah Pascasarjana Vol.1, No.3, Des 2021. Dalam <https://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/Diversity/article/view/3972> , diakses pada 2 November.

mempresentasikan perusahaan agar didukung oleh masyarakat bahkan akan sangat bernilai bagi konsumen.⁸

5. Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagung

Masyarakat yang dimaksud peneliti adalah Masyarakat Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagung. Adapun maksud dari keseluruhan judul pengaruh pengetahuan, persepsi masyarakat dan reputasi akankah berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagung.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Adapun sistematika penulisan proposal skripsi untuk jenis penelitian kuantitatif adalah sebagai berikut :

JUDUL

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

B. Rumusan Masalah

C. Tujuan Penelitian

D. Manfaat Penelitian

E. Penegasan Istilah

F. Sistematika Penulisan Skripsi

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Bank Syariah

⁸ Syaf Tri Yulandra dan Rice Haryati. "Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rio Mini Market di Lbuk Basung Kabupaten Agam". Jurnal Matua, Vol.2, No.4, Desember 2020.

B. Minat Menabung

C. Pengetahuan

D. Persepsi

E. Reputasi

F. Hubungan Pengetahuan Dengan Minat Menabung

G. Hubungan Persepsi Minat Menabung

H. Hubungan Reputasi Dengan Minat Menabung

I. Penulis Terdahulu

J. Kerangka Konseptual

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian

C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

E. Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

B. Pengujian Hipotesis

C. Rekapitulasi Hasil Penelitian

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Di Bank

Syariah Pada Masyarakat Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagung

B. Pengaruh Persepsi Masyarakat Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah

Pada Masyarakat Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagung

C. Pengaruh Reputasi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada

Masyarakat Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagung

D. Pengaruh Secara Simultan Pengetahuan, Persepsi Masyarakat Dan Reputasi

Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Masyarakat Desa

Plosokandang Kabupaten Tulungagung

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran-Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN