

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia sebagai salah satu negara dengan mayoritas penduduknya yang merupakan pemeluk agama Islam membuat semangat dalam mengembangkan ekonomi dengan berbasis Islam muncul, bahkan dimulai saat Islam pertama kali masuk ke Nusantara. Dalam perkembangannya ekonomi syariah mengalami pertumbuhan yang cukup baik, bahkan mempunyai potensi yang besar untuk mengembangkan industri ekonomi syariah yang lebih luas dalam bentuk produk keuangan, seperti perbankan, investasi, dan asuransi syariah.²

Salah satu wujud dan realisasi industri ekonomi syariah di Indonesia adalah lahirnya perbankan syariah pertama di Indonesia pada tahun 1990-an. Bank syariah pertama yang berdiri ini merupakan Bank Muamalat Indonesia. Perbankan yang menggunakan konsep syariah ini berdiri atas gagasan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. Didirikan berdasarkan Akta Pendirian No. 1 tanggal 1 November 1991 dan dibuat dihadapan Yudo Paripurno, SH, Notaris, di Jakarta. Akta pendirian tersebut telah memperoleh pengesahan Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. C2-2413.HT.01.01 tahun 1992

² Luslenika, "Perkembangan Ekonomi Islam di Indonesia: Peluang dan Tantangan," *KALAM* 1, no. 1 (2024).

tanggal 21 Maret 1992 dan telah didaftarkan di kantor Pengadilan Negeri Jakarta Pusat pada tanggal 30 Maret 1992 di bawah No. 970/1992 serta diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 34 tanggal 28 April 1992 tambahan No. 1919A.³

Selanjutnya perbankan dengan konsep syariah ini memperoleh izin untuk beroperasi sebagai bank umum berdasarkan Surat Keputusan Menteri keuangan RI Nomor 1223/MK.013/1991 tanggal 5 November 1991 dan Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 430/KMK.013/1992 tentang Pemberian Izin Usaha Perseroan di Jakarta tanggal 24 April 1992, sebagaimana diubah dengan Surat Keputusan Menteri Keuangan No. 131/KMK.017/1995 tentang Perubahan Keputusan Menteri Keuangan No. 430/KMK.013/1992 tentang Pemberian Izin Usaha Perseroan tanggal 30 Maret 1995 yang dalam keputusannya memberikan izin kepada Perseroan untuk dapat melakukan usaha sebagai bank umum berdasarkan prinsip syariah dan mulai beroperasi tanggal 1 Mei 1992.

Pada awal masa operasionalnya, tatanan sektor perbankan nasional terkait bank syariah belum optimal. Landasan hukum operasi bank pun hanya diakomodir dalam salah satu ayat tentang “bank dengan sistem bagi hasil” pada Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992. Selanjutnya pada tahun 1998, pemerintah dan DPR melakukan pembenahan terhadap UU tersebut menjadi Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 yang secara tegas menjelaskan sistem dalam perbankan di Indonesia, yaitu sistem perbankan konvensional dan syariah.

³ Bank Muamalat, “Profil Bank Muamalat”, dalam <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/profil-bank-muamalat>, diakses 6 Oktober 2024

Dalam periode 1992 sampai dengan 1998, hanya terdapat satu bank umum syariah dan 78 bank perkreditan rakyat syariah (BPRS) yang telah beroperasi. Selanjutnya, pada tahun 1999 dikeluarkan UU No. 23 Tahun 1999 yang berisikan kewenangan Bank Indonesia untuk dapat pula menjalankan tugasnya berdasarkan prinsip syariah. Sehingga, dengan adanya perangkat perundang-undangan tersebut industri Perbankan Syariah berkembang lebih cepat.⁴ Selain itu, pemerintah juga memperkuat regulasi dan dukungan untuk perbankan syariah melalui berbagai kebijakan, seperti Undang-undang No.21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah.

Bank syariah sendiri bisa dikatakan lebih kecil jika dibandingkan dengan bank konvensional dalam hal aset, kantor, dan bank. Namun, dalam perkembangannya, bank syariah berkembang dengan pesat di Indonesia. Pengembangan bank syariah yang berpegang pada prinsip syariah melibatkan penerapan tahapan yang berkelanjutan dan juga perlakuan yang adil serta inisiatif yang berbasis pasar.⁵ Hingga saat ini pada tahun 2024, berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) terdapat sebanyak 14 Bank Umum Syariah (BUS) yang ada di Indonesia, jumlah ini lebih banyak dibandingkan dengan tahun sebelumnya.⁶ Bahkan

⁴ Retno Anisa Larasati dan Inal Kahfi, "Analisis Perkembangan Perbankan Syariah Sebagai Landasan Pendidikan Ekonomi Muslim," *Jurnal Serambi Ilmu* 21, no. 2 (2020).

⁵ Alviatus Soleha, Rini Puji Astuti, dan Riski Febri Yanti, "Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu Peluang Dan Tantangan Masa Depan Terhadap Perbankan Syariah Di Indonesia," *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu* 2 (2024): 76–82.

⁶ Otoritas Jasa Keuangan (OJK), "Statistik Perbankan Syariah", dalam <https://www.ojk.go.id/>, diakses 7 Oktober 2024

kelembagaan bank syariah Indonesia mengalami pertumbuhan yang baik, hal ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1
Jumlah Bank di Indonesia pada Tahun 2020 - Juli 2024

No	Tahun	Bank Umum Syariah	Unit Usaha Syariah	Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	Jumlah Bank
1	2020	14	20	163	197
2	2021	12	21	164	197
3	2022	13	20	167	200
4	2023	13	20	169	202
5	2024	14	19	173	206

Sumber: <https://www.ojk.go.id/id/>

Selain mengalami tren positif di kancah domestik, industri keuangan syariah Indonesia juga mampu meraih posisi ke-3 dalam *Islamic Finance Development Indicator 2023* yang dipublikasikan oleh *Islamic Finance Development Report 2023*. Tidak hanya itu, Indonesia juga meraih peringkat ke-3 dalam *Global Islamic Economy Indicator Score* dimana keuangan syariah menjadi salah satu indikatornya.

Dalam menjaga momentum pertumbuhan ekonomi, industri jasa keuangan syariah Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan yang baik. Pada akhir Desember 2023, total aset keuangan syariah di Indonesia mencapai Rp2.582,25 triliun dan belum termasuk dengan saham syariah. Angka tersebut meningkat sebesar 9,04% (yoy) dari sebelumnya Rp2.368,24. Pertumbuhan ini didorong oleh pertumbuhan yang baik pada masing-masing sektor. Aset perbankan syariah tumbuh sebesar 11,21% (yoy), pasar modal syariah mencatatkan peningkatan sebesar 7,43% (yoy), dan industri keuangan non-bank syariah yang terdiri dari PPDP syariah dan PVML syariah mengalami pertumbuhan yang mengesankan sebesar

12,98% (yoy). Dengan pencapaian ini mencerminkan industri keuangan syariah semakin besar untuk dapat berkontribusi dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional.⁷ Dengan semakin berkembangnya industri keuangan syariah, market share industri keuangan syariah saat ini mencapai angka 10,95%.

Meskipun perkembangan bank syariah cukup positif, ternyata bank syariah masih belum menjadi pilihan utama masyarakat dalam melakukan kegiatan ekonominya dikarenakan kurangnya pemahaman masyarakat terkait bank syariah.⁸ Problematika yang dihadapi oleh bank syariah yaitu tentang bagaimana cara mereka menarik masyarakat agar mereka tertarik atau bahkan berminat dan bersedia untuk menjadi nasabah di bank syariah. Untuk merealisasikan hal tersebut, tentunya bank syariah harus membuat strategi untuk melakukan pemasaran dengan tepat supaya dapat bersaing secara kompetitif.⁹

Terdapat beberapa alasan yang menjadikan minat atau tidaknya masyarakat dalam menggunakan jasa bank syariah. Minat sendiri mempunyai hubungan yang erat dengan dorongan dalam diri individu yang kemudian menimbulkan keinginan untuk berpartisipasi pada suatu yang diminatinya. Faktor yang menjadi pertimbangan seseorang untuk menjadi nasabah di bank syariah diantaranya disebabkan oleh tingkat

⁷ Departemen Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan, *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia* (Jakarta, 2023).

⁸ Abd Rahman R dan U I N Alauddin Makassar, “Problematika Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia” 4, no. 2 (2023): 36–41.

⁹ Desi Nurhabibah, “Problematika dan Solusi Dalam Ekonomi Syariah di Indonesia” 9, no. November (2024): 87–98.

literasi keuangan syariah di masyarakat.¹⁰ Semakin tinggi pengetahuan keuangan seseorang, semakin kecil kesalahan keuangannya. Pada tahun 2024 Otoritas Jasa Keuangan (OJK) kembali melakukan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang kali ini bekerja sama dengan Badan Pusat Statistik (BPS).

Gambar 1.1
Tingkat Literasi Keuangan Tahun 2024



Sumber: *Data SNLIK 2024.*

Hasil dari Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2024 menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan penduduk Indonesia berada pada angka 65,43% dan untuk indeks inklusi keuangan berada pada angka 75,02%. Selain itu, Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) juga mengukur tingkat literasi dan inklusi keuangan syariah. Hasilnya menunjukkan tingkat literasi keuangan syariah di Indonesia berada pada angka 39,11%. Sementara itu, untuk indeks inklusi keuangan syariah berada pada angka 12,88%. Penelitian terdahulu yang

¹⁰ Arif Nur Kholbi, Imam Sopingi, dan Kusnul Ciptanila Yuni Kusuma, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Personal Religius Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia,” *Journal Of Institution And Sharia Finance* 6, no. 2 (2024).

dilakukan oleh Tarisya Ativya Lubis dan Khairunnisa menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah.¹¹ Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Hasibuan dan Nurbaiti menunjukkan hasil yang berbeda, yaitu variabel literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah.¹²

Selain faktor literasi keuangan, faktor religiusitas yang merupakan kesadaran atau sikap yang muncul dalam diri seseorang berdasarkan kepercayaan kepada suatu agama. Sikap religius merupakan kondisi yang terdapat pada individu yang dapat menyebabkan mereka berperilaku sesuai dengan tingkat ketaatan beragama mereka. Aktivitas keagamaan tidak hanya terjadi ketika seseorang beribadah tetapi juga ketika mereka terlibat dalam kegiatan lainnya yang dimotivasi oleh kekuatan lain.¹³

Penelitian terdahulu mengenai variabel religiusitas yang dilakukan oleh Waadarmah menunjukkan bahwa variabel religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.¹⁴ Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Faleria De'eny menunjukkan bahwa

¹¹ Tarisya Ativya Lubis dan Khairunnisa, "Pengaruh Religiusitas Dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah UMSU)," *EKSISBANK* 8, no. 1 (2024).

¹² Siti Khoiriah Hasibuan dan Nurbaiti, "Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Literasi Keuangan Syariah, dan Lokasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syari'ah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Sosa)," *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 8, no. 1 (2023): 275–292.

¹³ Ancok dan Nashori Suroso, *Psikologi Islami : solusi Islam atas problem-problem psikologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005). hlm. 76

¹⁴ Waadarmah, "Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Kabupaten Bima Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Dengan Pengetahuan Sebagai Variabel Moderasi," *Al Fiddhoh: Journal of Banking, Insurance, and Finance* 3, no. 1 (2022): 16–27.

variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.¹⁵

Faktor lain dalam hal ini adalah promosi yang merupakan kegiatan penting dalam memasarkan suatu produk atau layanan dari suatu perusahaan termasuk lembaga keuangan perbankan. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha dalam mempromosikan produk dan juga jasa yang dimilikinya baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan adanya kegiatan promosi yang dilakukan dapat memberikan informasi serta pengetahuan kepada masyarakat atas produk maupun jasa yang ada di bank syariah.

Dalam hal ini, promosi tidak hanya menarik perhatian calon nasabah, tetapi juga bersifat membujuk. Sehingga dalam melakukan kegiatan promosinya bank harus bisa memanfaatkan sebaik mungkin sarana yang tersedia guna memperoleh nasabah baru. Penggunaan strategi yang tepat akan menumbuhkan ketertarikan masyarakat terhadap bank syariah. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siti Fauzah Rosadah menunjukkan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.¹⁶ Berbanding terbalik dengan penelitian

¹⁵ Faleria De'eny, *Pengaruh Religiusitas, Promosi, Dan Persepsi Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Gununggede Kabupaten Blitar)*, (Tulungagung: Skripsi UIN Sayyid Ali Rahmatullah, 2023).

¹⁶ Siti Fauzah Rosadah, *Pengaruh pengetahuan, promosi dan lokasi terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah pada masyarakat Desa Mekarwangi*, (Bandung: Skripsi UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2023).

yang dilakukan oleh Putri Dhea Annisa yang menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah.¹⁷

Mengacu pada Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen, minat atau niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan.¹⁸ Dalam konteks ini, literasi keuangan syariah dapat mempengaruhi sikap masyarakat terhadap bank syariah, sementara promosi dan religiusitas dapat mempengaruhi norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi minat seseorang untuk menjadi nasabah bank syariah.

Salah satu sektor yang berkaitan dengan perbankan yakni sektor perputaran perekonomian yang berdasarkan pada permintaan dan penawaran atau sering disebut dengan perdagangan. Dimana aktivitas perdagangan seringkali dijumpai di pasar, karena pasar memfasilitasi perdagangan dan pendistribusian serta alokasi sumber daya pada masyarakat. Salah satu pasar yang memiliki potensi adalah Pasar Ngemplak Tulungagung yang merupakan salah satu contoh pasar tradisional yang memiliki peran penting dalam perekonomian lokal Tulungagung maupun kota-kota disekitarnya. Dengan jumlah pedagang yang tidak sedikit dan merupakan pasar grosir, Pasar Ngemplak menjadi

¹⁷ Putri Dhea Annisa, *Pengaruh Pengetahuan Produk, Promosi, Lokasi dan Persepsi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat di Desa Tenggor)*, (Tulungagung: UIN Sayyid Ali Rahmatullah, 2023).

¹⁸ Dr. Mahyarni, "Theory of Reasoned Action dan Theory of Planned Behavior (Sebuah kajian historis tentang perilaku)," *Jurnal EL-RIYASAH* 4 (2013): 13–23.

salah satu pusat kegiatan ekonomi yang strategis. Pedagang di Pasar Ngemplak memiliki kebutuhan akan akses keuangan yang mudah dan aman untuk mendukung kegiatan usaha mereka atau hanya sekedar untuk tempat menyimpan uang. Dalam hal ini, bank syariah dapat menjadi pilihan yang tepat untuk memenuhi kebutuhan keuangan pedagang dengan menawarkan produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, terdapat potensi yang bisa dioptimalkan oleh bank syariah untuk meningkatkan pangsa pasarnya di kalangan pedagang dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat pedagang untuk menjadi nasabah bank syariah, seperti literasi keuangan syariah, religiusitas, dan promosi.

Berdasarkan pemaparan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait **“Pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas dan promosi terhadap minat menjadi nasabah bank syariah (Studi kasus pedagang di Pasar Ngemplak Tulungagung)”**.

B. Identifikasi Masalah

Sebelum menentukan batasan, terlebih dahulu peneliti melakukan identifikasi terhadap masalah yang dibahas, maka muncul permasalahan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Dari hasil survei yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dimana tingkat literasi keuangan syariah pada masyarakat yang masih belum optimal menyebabkan perbankan syariah kurang dikenal dibandingkan perbankan konvensional. Hal ini mendorong peneliti untuk meneliti lebih lanjut apakah literasi keuangan syariah

di kalangan pedagang berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

2. Tingkat religiusitas di kalangan pedagang yang beragam baik dari segi pengalaman, praktik, maupun pemahaman terhadap prinsip syariah menjadikan peneliti tertarik dalam melakukan penelitian mengenai pengaruh religiusitas terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.
3. Promosi yang dilakukan oleh perbankan syariah yang bisa dikatakan belum begitu masif menyebabkan bank syariah mengalami kesulitan dalam bersaing dengan kompetitornya. Hal ini juga menyebabkan kurang dikenalnya bank syariah di kalangan masyarakat. Sehingga peneliti ingin meneliti lebih lanjut pengaruh variabel promosi dalam penelitian ini.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat diambil rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah?
2. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah?

4. Apakah literasi keuangan syariah, religiusitas dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mendapatkan jawaban dari pertanyaan yang menjadi rumusan masalah di atas, antara lain:

1. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.
2. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh religiusitas terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.
3. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh promosi terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.
4. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas dan promosi secara bersama-sama terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

E. Kegunaan Penelitian

a) Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan literatur dan kajian ilmu mengenai ekonomi syariah terutama lembaga keuangan syariah khususnya pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas dan promosi terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

b) Kegunaan Praktis

a. Bagi Lembaga Perbankan Syariah

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi pihak lembaga keuangan syariah terutama perbankan syariah dalam merancang ataupun menjadi bahan evaluasi dalam meningkatkan minat masyarakat terutama di kalangan pedagang untuk menjadi nasabah bank syariah.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam menambah arsip dokumen perbendaharaan bagi Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung serta menambah pertimbangan referensi untuk karya ilmiah selanjutnya.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan menambah literatur dan tambahan informasi bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitian yang berkaitan dengan pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas dan promosi terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Ruang lingkup pada penelitian ini membahas 4 variabel, yaitu variabel Literasi Keuangan Syariah(X1), Religiusitas (X2) dan Promosi (X3) sebagai variabel independent dan Variabel Minat menjadi nasabah bank syariah (Y) sebagai variabel dependen.

2. Keterbatasan Penelitian

Dikarenakan keterbatasan waktu, biaya, pikiran dan tenaga yang dimiliki peneliti, maka penelitian ini hanya berfokus pada pengaruh variabel Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas dan Promosi terhadap Minat menjadi nasabah bank syariah. Adapun fokus dari penelitian ini adalah para pedagang di Pasar Ngemplak Tulungagung

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a. Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan syariah adalah suatu wawasan, informasi serta pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang mengenai ekonomi, keuangan dan perbankan yang berbasis syariah serta mempunyai kemampuan dalam membedakan sistem keuangan syariah dengan sistem keuangan konvensional serta bisa mengambil keputusan terbaik untuk mengelola keuangan berdasarkan literasi yang dimiliki.¹⁹

b. Religiusitas

Menurut Hayati dalam Subhan religiusitas merupakan penghayatan keagamaan atau kedalaman kepercayaan yang diekspresikan dengan melakukan ibadah sehari-hari.²⁰

c. Promosi

¹⁹ Dian Sugiarti, "Literasi Keuangan Syariah Generasi Z dan Minatnya pada Perbankan Syariah : Studi Kasus pada Siswa SMK di Jakarta," *JIEI : Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 1 (2023): 766–772.

²⁰ Subhan El Hafiz dan Yonathan Aditya, "Kajian Literatur Sistematis Penelitian Religiusitas di Indonesia: Istilah, Definisi, Pengukuran, Hasil Kajian, serta Rekomendasi," *Indonesian Journal for The Psychology of Religion* 1, no. 1 (2021): 1–22.

Promosi merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh sebuah Perusahaan untuk menonjolkan keunggulannya dan membujuk calon pembeli untuk melakukan pembelian.²¹

d. Minat

Minat adalah kecenderungan terhadap sesuatu atau dorongan yang kuat dari dalam seseorang untuk melakukan segala sesuatu yang diinginkan.²²

e. Nasabah

Nasabah merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang disediakan atau ditawarkan oleh bank.²³

f. Bank Syariah

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan usahanya dan operasionalnya sesuai dengan prinsip syariah dan menurut jenisnya terbagi atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah.²⁴

2. Definisi Operasional

Berdasarkan penjelasan konseptual di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini ingin membuktikan apakah terdapat pengaruh dari variabel literasi keuangan syariah, religiusitas dan promosi terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

²¹ Frity Sundariani, "Manajemen Startegi Promosi Produk Pembiayaan Perbankan Syariah," *Jurnal Al-Wadi'ah* 1, no. 2 (2023).

²² Dwi Nastiti, "Buku Ajar Asesmen Minat Dan Bakat Teori Dan Aplikasinya," *Buku Ajar Asesmen Minat Dan Bakat Teori Dan Aplikasinya* (2021). hlm. 15

²³ Kasmir, *Pemasaran Bank*, Revisi. (Jakarta: Kencana, 2010). hlm. 82

²⁴ Muhamad, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah Lainnya*, ed. Monalisa (Depok: RAJAGRAFINDO PERSADA, 2020). hlm. 116

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi ini terbagi menjadi tiga bagian, yaitu bagian awal, bagian utama dan bagian akhir. Untuk mempermudah pembahasan dan penulisan skripsi ini, penulis akan menguraikan terlebih dahulu mengenai sistematika penulisan skripsi yang terdiri dari:

1. Bagian Awal

Pada bagian awal ini terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

2. Bagian Utama

Bagian utama terdiri dari beberapa bab seperti dijelaskan berikut ini.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab 1 ini terdiri dari beberapa sub bab yang meliputi; latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian, diantaranya religiusitas, literasi keuangan syariah, minat menjadi nasabah, promosi, bank syariah. Selain itu, pada bab ini juga berisi tentang kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini memuat tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini akan menjelaskan tentang hasil analisis terhadap variabel-variabel yang diteliti dan pengujian hipotesis.

BAB V PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang hasil penelitian, pembahasan dan menjawab pertanyaan yang terdapat pada rumusan masalah.

BAB VI PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran yang dibuat berdasarkan hasil temuan dan pertimbangan dari peneliti.

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini memuat uraian tentang daftar pustaka, lampiran-lampiran dan riwayat hidup.