

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi dan digitalisasi yang semakin berkembang pesat saat ini menjadikan industri perbankan mengalami perubahan signifikan pada berbagai aspek termasuk pada sistem pelayanan, produk, dan inovasi teknologi. Perbankan syariah menjadi salah satu industri perbankan yang turut menyesuaikan diri dengan perubahan signifikan tersebut. Perbankan syariah sebagai sistem keuangan yang berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, menawarkan alternatif pengelolaan keuangan bagi masyarakat Indonesia yang mayoritasnya beragama Islam agar sesuai dengan syariat.² Kegiatan operasional perbankan syariah menghadapi beberapa tantangan yang cukup besar dalam usaha mempertahankan keberadaan sekaligus mengembangkan daya saing secara maksimal. Persaingan antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional yang semakin ketat di era saat ini menjadikan lembaga perbankan syariah memerlukan hadirnya strategi inovatif agar bisa menggaet serta mempertahankan nasabah secara berkelanjutan. Perkembangan kemajuan industri perbankan syariah yang signifikan di pasar keuangan syariah berdampak luas terhadap perekonomian masyarakat. Perbankan syariah turut

² Ali Muhajil, dkk., “Peran dan Tantangan Perbankan Syariah dalam Sistem Keuangan Global”, *JIMMI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin*, 1.1 (2024), hlm. 13—14

andil dalam mendorong perubahan ekonomi melalui aktivitas yang produktif, menciptakan nilai tambah, serta inklusif bagi seluruh lapisan masyarakat.³

Bank Syariah Indonesia (BSI) hadir sebagai lembaga keuangan syariah terbesar di Indonesia yang mempunyai tanggung jawab besar untuk menjadi pionir dalam kemajuan perbankan syariah nasional. Bank Syariah Indonesia merupakan bank syariah hasil penggabungan dari tiga bank syariah milik BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah, dan BNI Syariah, yang resmi beroperasi mulai tanggal 1 Februari 2021. Dengan melakukan merger terhadap tiga bank syariah, pemerintah berharap dapat mendorong munculnya lembaga keuangan baru yang lebih berdaya saing dan mendukung inklusi keuangan, sekaligus menjadi pemicu pertumbuhan ekonomi.⁴

Berdasarkan latar belakang tujuan untuk meningkatkan efisiensi, daya saing, dan kinerja, merger atau penggabungan ini juga dimaksudkan untuk memperkuat basis modal, demi terwujudnya struktur perbankan yang lebih sehat, kuat, dan efisien. Tujuan lain dari penggabungan tiga bank syariah milik BUMN ini yaitu untuk mendorong ekspansi bank syariah ke skala yang lebih besar, yang pada akhirnya memungkinkan masuk ke pasar global serta menjadi motor utama pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia. Harapan dari merger bank-bank syariah yaitu adanya peningkatan efisiensi dalam penghimpunan dana, operasional, dan pengeluaran. Proses ini diharapkan mendukung

³ Indri Faadilah dan Aldianto Ilham, “Prospek Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia dalam Era Digital”, *Jurnal Kajian dan Pengembangan Umat*, 7.1 (2024), hlm.23—24

⁴ Ilfa Dianita S., Heri Irawan, dan Andi Deah Salsabila Mulya, “Peran Bank Syariah Indonesia dalam Pembangunan Ekonomi Nasional”, *Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi, dan Bisnis Islam*, 3.2 (2021), hlm. 152

pertumbuhan berkelanjutan perbankan syariah sebagai pendorong utama ekonomi nasional, serta menempatkan bank syariah BUMN pada posisi sejajar dengan bank BUMN lainnya, memberi dampak positif dalam kebijakan dan transformasi sistem perbankan.⁵

Tabel 1.1 Data Pengguna Seluruh Jenis Bank Syariah di Indonesia Tahun 2025

Bank Syariah	Jumlah Nasabah/Pengguna
Bank Syariah Indonesia	± 22,6–23 juta nasabah
Bank Muamalat Indonesia	± 6 juta nasabah
BCA Syariah	± 500 ribu–1 juta nasabah
Bank Mega Syariah	± 1 juta nasabah
CIMB Niaga Syariah	± 2 juta

Sumber: OJK, 2025

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, dapat diketahui bahwa Bank Syariah Indonesia memiliki jumlah nasabah paling besar dibandingkan bank syariah lainnya seperti BCA Syariah, Bank Mega Syariah, CIMB Niaga pada unit syariahnya, maupun Bank Muamalat Indonesia. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan dan minat masyarakat terhadap BSI relatif lebih tinggi dibanding bank syariah lainnya. Besarnya jumlah nasabah BSI juga menandakan bahwa inovasi teknologi, kualitas layanan, serta reputasi yang dimiliki BSI mampu menarik minat masyarakat untuk menggunakan layanan perbankan syariah. Selain itu, BSI sebagai hasil merger bank-bank syariah BUMN memiliki jaringan yang lebih luas, layanan digital yang lebih berkembang, serta citra perusahaan yang kuat di masyarakat. Oleh karena itu, BSI dinilai sangat relevan dan layak dijadikan objek penelitian.

⁵ Syaugina Salsabil, “Perspektif Fenomena Merger terhadap Bank Syariah di Indonesia”, *JPSI: Jurnal Perbankan Syariah Indonesia*, 1.1 (2022), 1—10, hlm. 4

Minat masyarakat dalam menempatkan dana di bank syariah memegang peranan penting dalam menjaga kelangsungan operasional serta kestabilan lembaga perbankan syariah. Hal ini disebabkan dana yang dihimpun dari masyarakat, baik dalam bentuk tabungan, giro, maupun deposito, merupakan komponen utama Dana Pihak Ketiga (DPK) yang menjadi dasar bagi bank syariah dalam menjalankan fungsi intermediasi, khususnya dalam penyaluran pembiayaan ke sektor riil dan pembiayaan aktivitas usaha lainnya. Rendahnya minat menabung dapat menimbulkan keterbatasan likuiditas, yang pada akhirnya berdampak pada menurunnya efisiensi operasional serta menghambat pertumbuhan aset dan kualitas layanan kepada nasabah. Berbagai temuan empiris mengungkapkan bahwa semakin besar dana masyarakat yang berhasil dihimpun melalui produk tabungan, semakin meningkat pula kemampuan bank syariah dalam menghasilkan keuntungan dan mendukung pembiayaan produk yang sesuai dengan prinsip syariah. Dengan demikian, partisipasi masyarakat dalam menabung tidak hanya berkontribusi pada penguatan likuiditas, tetapi juga berperan dalam menjaga keberlanjutan usaha bank syariah dalam jangka panjang.⁶

Dalam penelitian ini, Kabupaten Tulungagung dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki potensi pasar perbankan yang cukup besar, ditinjau dari jumlah penduduk usia produktif (usia 15 – 64 tahun) yang relatif tinggi dan aktivitas ekonomi masyarakat yang terus berkembang.

⁶ Dita Indah Sari dan Johan Afandy, “Minat Menabung di Bank Syariah Ditinjau dari Literasi Keuangan Syariah, Pendapatan dan Religiusitas”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10.03 (2024), 2428—2437, hlm. 1—3

Tabel 1.2 Jumlah Penduduk Usia Produktif Kabupaten Tulungagung Tahun 2024 (Ribu Jiwa)

Generasi	Kelompok Umur	Jumlah
Generasi X	45 – 64	253.408
Milenial	29 – 44	237.957
Generasi Z	15 – 28	247.864
Total		739.229

Sumber: <https://tulungagungkab.bps.go.id>

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Tulungagung, jumlah penduduk Kabupaten Tulungagung pada tahun 2024 mencapai sekitar 739.229 jiwa, yang terdiri dari masyarakat usia produktif (usia 15 – 64 tahun) dengan tingkat kebutuhan layanan keuangan yang semakin meningkat. Jumlah penduduk yang besar tersebut menunjukkan adanya potensi penghimpunan dana masyarakat melalui produk tabungan, termasuk pada Bank Syariah Indonesia (BSI), sehingga minat menabung masyarakat menjadi aspek penting untuk dikaji dalam rangka mendukung keberlangsungan dan penguatan kinerja perbankan syariah di daerah.

Minat menabung masyarakat di bank syariah tidak hanya disebabkan karena faktor individu dan kualitas layanan, tetapi juga ditentukan oleh tingkat inovasi teknologi yang diterapkan oleh perbankan syariah. Inovasi teknologi, seperti layanan *mobile banking* syariah, *internet banking*, dan *digital onboarding*, berperan penting dalam meningkatkan kemudahan akses, kecepatan transaksi, serta kenyamanan nasabah dalam mengelola tabungan sesuai prinsip syariah. Penerapan teknologi yang inovatif mampu memperkuat persepsi efisiensi dan keamanan layanan, sehingga membangun kepercayaan nasabah terhadap bank syariah. Selain itu, integrasi teknologi dengan produk dan layanan syariah turut meningkatkan pemahaman nasabah terhadap fitur,

manfaat, dan akad yang digunakan, sehingga dapat mendorong peningkatan minat menabung. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dalam perbankan syariah berkontribusi positif terhadap minat dan keputusan nasabah untuk menggunakan produk tabungan, karena inovasi teknologi menciptakan pengalaman layanan yang lebih praktis, transparan, dan kompetitif. Pengembangan inovasi teknologi menjadi strategi penting bagi bank syariah dalam meningkatkan minat menabung masyarakat serta memperkuat daya saing dan keberlanjutan operasional di tengah persaingan industri perbankan yang semakin digital.⁷

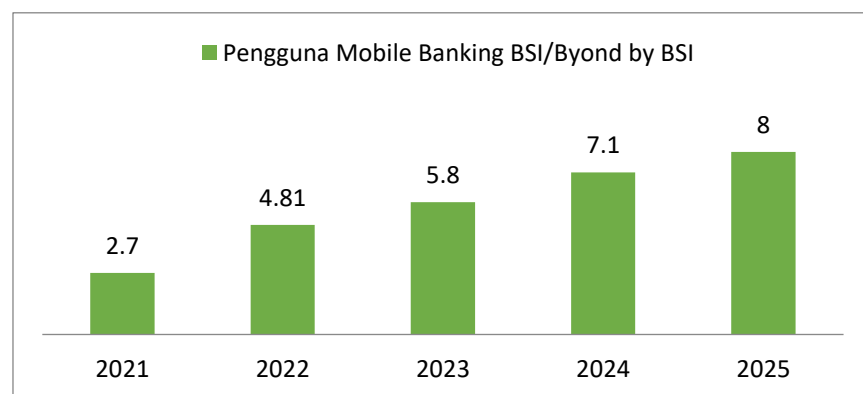
Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai bank syariah modern, memiliki tuntutan untuk menghadirkan layanan yang tidak hanya berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah, tetapi juga harus efisien, mudah diakses, dan cepat dalam pelaksanaannya oleh masyarakat. Respons BSI terhadap tren digitalisasi ini terlihat dari migrasi layanan *mobile banking* mereka. Inovasi digital, termasuk teknologi finansial berbasis prinsip Islam, menjadi krusial untuk memenuhi kebutuhan nasabah modern. Perpaduan antara inovasi digital dan teknologi keuangan syariah, BSI dapat memastikan bahwa produk-produk keuangan syariah dapat diakses dengan lebih cepat, efisien, dan aman, sekaligus menjadi jembatan antara nilai-nilai syariah dan kemudahan teknologi.⁸ Sebagai respons terhadap tuntutan pasar akan layanan perbankan

⁷ Mohamad Salman, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking pada Bank Syariah”, *Jurnal Perbankan Syariah*, 1.2 (2023), 31—37, hlm. 31—32

⁸ Afifah Ammanda, “Bank Digital Syariah: Inovasi Teknologi Finansial Berbasis Prinsip Islam di Era Ekonomi Digital”, *Jurnal Manajemen dan Pendidikan Dasar*, 5.5 (2025), 2643—2655, hlm. 2652—2653

yang semakin terintegrasi dan efisien, kehadiran aplikasi “BYOND by BSI” menandai sebuah inovasi teknologi signifikan dalam ekosistem perbankan syariah modern. Aplikasi ini dirancang tidak hanya untuk menarik minat nasabah baru melalui fitur-fitur yang lebih inovatif dari aplikasi sebelumnya yaitu *BSI mobile*, tetapi juga untuk meningkatkan kenyamanan dalam bertransaksi perbankan, sejalan dengan prinsip-prinsip syariah. Dengan demikian, BYOND by BSI menjadi instrumen strategis untuk memperkuat posisi bank dalam persaingan ketat, sekaligus memenuhi harapan nasabah akan kemudahan akses dan pengalaman perbankan digital yang unggul.⁹

Gambar 1.1 Grafik Pengguna *Mobile Banking* BSI/Byond by BSI



Sumber: Bank Syariah Indonesia

Inovasi teknologi memiliki peran penting dalam memengaruhi minat menabung masyarakat melalui penerapan layanan perbankan berbasis digital, khususnya pada perbankan syariah yang terus beradaptasi dengan perkembangan era digital. Pemanfaatan teknologi seperti *mobile banking*,

⁹ Indyra Muthia Amanda, Markoni Badri, dan Claudya Nurcahaya, “Analisis Kepuasan Nasabah Memilih Byond By BSI Berdasarkan Kualitas Layanan dan Keamanan Pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Palembang”, *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital*, 2.3 (2025), 229—245, hlm. 242—244

internet banking, serta strategi *digital marketing* mampu meningkatkan kemudahan akses, mempercepat transaksi, dan menciptakan sistem layanan yang lebih efisien serta transparan, sehingga mendorong ketertarikan masyarakat untuk menggunakan produk tabungan. Berbagai hasil penelitian empiris menjelaskan bahwa *digital marketing* dan kemudahan akses layanan digital berpengaruh positif terhadap minat menabung, terutama pada generasi Z di bank syariah, yang menegaskan bahwa integrasi teknologi dalam aspek pelayanan dan promosi dapat memperkuat keputusan nasabah dalam menyimpan dananya di bank.¹⁰

Hubungan kualitas layanan dan minat menabung masyarakat menjelaskan bahwa mutu pelayanan merupakan faktor penting dalam mempengaruhi keputusan nasabah untuk memanfaatkan produk tabungan, termasuk pada Bank Syariah Indonesia (BSI). Kualitas layanan yang tercermin melalui keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, serta bukti fisik layanan mempunyai peranan penting dalam menciptakan pandangan positif dan meningkatkan kepuasan nasabah.¹¹ Pada Bank Syariah Indonesia, kualitas layanan tidak hanya dinilai dari aspek teknis, tetapi juga mencakup kesesuaian dengan prinsip syariah, transparansi akad, dan profesionalisme sumber daya manusia. Berbagai penelitian empiris membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah

¹⁰ Devi Amalia Puspa dan Mahmudatus Sadiyah, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Digital Marketing dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Generasi Z pada Bank Syariah”, *QURANOMIC: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3.1 (2024), hlm. 38—40

¹¹ Hamdi Agustin, dkk., “Pengembangan Konsep Kualitas Layanan Bank Syariah Berdasarkan Perspektif Islam”, *Jurnal Tabarru’: Islamic Banking and Finance*, 6.2 (2023), 785—794, hlm. 786—787

Indonesia (BSI) karena mampu meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan dalam menyimpan dana. Perbaikan kualitas layanan menjadi pendekatan krusial bagi BSI untuk meningkatkan minat masyarakat dalam menabung dan memperkuat posisi kompetitif di sektor perbankan syariah.¹²

Penilaian perusahaan di mata masyarakat juga menjadi faktor penting karena berkaitan langsung dengan reputasi. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), bank perlu untuk menjaga reputasinya. Menurut Muhlis, dkk, (2023) faktor reputasi dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung, sehingga nasabah memiliki keyakinan bahwa harapan yang diinginkan dari bank tersebut dapat terpenuhi. Reputasi buruk pada bank syariah dapat memicu nasabah untuk beralih dari bank tersebut. Keadaan tersebut membuat masyarakat akan cenderung memilih bank yang memiliki reputasi baik. PT Bank Syariah Indonesia (BSI) pada tahun 2023 mengalami penurunan reputasi yang mana hal tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa reputasi bank dapat meningkatkan minat menabung masyarakat, dengan perkiraan kenaikan 24,4% untuk setiap peningkatan 1% dalam reputasi bank. BSI juga telah mengalami pertumbuhan jumlah nasabah yang signifikan sejak merger, mencapai 20,5 juta nasabah di semester I 2024. Hal ini menunjukkan bahwa seiring berjalannya waktu, reputasi Bank Syariah Indonesia (BSI) telah

¹² Fikri Wijaya, dkk., “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) (Studi pada Masyarakat Kecamatan Merlung)”, *AL ITMAMY: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 5.1 (2023), 01—16, hlm. 4—5

mengalami perbaikan yang cukup.¹³

Pada Mei 2023, BSI mengalami gangguan akses terhadap sistem internalnya dan diduga menjadi sasaran serangan *ransomware* oleh kelompok peretas LockBit 3.0. Insiden siber tersebut membuka peluang bagi para peretas untuk memperoleh berbagai data nasabah, termasuk nama, konfigurasi host, informasi domain, pengaturan *local drive*, akses berbagi jarak jauh, serta perangkat penyimpanan eksternal. Meskipun berstatus sebagai bank syariah paling besar di Indonesia, Bank Syariah Indonesia tetap menghadapi risiko yang umum dialami sektor perbankan, terutama terkait pencurian data pribadi nasabah. Insiden kebocoran data di Bank Syariah Indonesia menimbulkan dampak besar, bukan hanya pada sisi finansial dan reputasi bank, tetapi juga meningkatkan risiko bagi nasabah terhadap berbagai jenis penipuan dan pencurian identitas. Kejadian ini menyoroti sejumlah persoalan dalam keamanan siber yang memerlukan penanganan serius, mulai dari perlindungan data pribadi dan finansial, pembaruan sistem keamanan, hingga peningkatan pemahaman tentang pentingnya keamanan digital.¹⁴

Peristiwa tersebut menimbulkan dampak yang signifikan, bukan hanya pada kegiatan operasional bank, tetapi juga pada seberapa besar kepercayaan masyarakat terhadap sistem keamanan perbankan syariah di Indonesia. Dari

¹³ Muhlis dan Ainur Hasanah, “Pengetahuan Produk dan Reputasi Bank Serta Pengaruhnya terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia”, *ABHATS: Jurnal Islam Ulii Albab*, 4.1 (2023), 28—38, hlm. 35—36

¹⁴ Revalina Annisa Antoine, dkk., “Penyalahgunaan Data Pribadi dalam Teknologi Transaksi Digital di Industri Perbankan Digital (Studi Kasus PT. Bank Syariah Indonesia)”, *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 2.1 (2025), 316—327, hlm. 317

sudut pandang hukum, masalah mengenai kebocoran data pribadi sudah diatur melalui sejumlah peraturan, termasuk Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) beserta pembaruannya dalam UU Nomor 19 Tahun 2016, serta Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP). Selain menimbulkan ketidaknyamanan bagi nasabah, serangan peretas terhadap BSI juga dapat mengakibatkan kerugian pada citra dan reputasi bank tersebut. Dalam situasi seperti ini, penerapan manajemen krisis menjadi sangat penting. Prinsip-prinsip utama seperti kesadaran akan munculnya krisis, ketepatan dalam bertindak, kecepatan respon, serta tanggung jawab harus menjadi landasan dalam setiap aktivitas dan keputusan yang diambil oleh otoritas terkait dan terutama oleh perusahaan ketika menghadapi kondisi krisis melalui penerapan manajemen krisis.¹⁵

Permasalahan penelitian ini adalah kebutuhan Bank Syariah Indonesia untuk secara optimal meningkatkan daya tariknya dalam menghimpun dana masyarakat, khususnya melalui produk tabungan. Kerangka teoritis dalam penelitian ini akan menggabungkan beberapa teori untuk memahami bagaimana BSI dapat menarik minat menabung masyarakat. Penelitian ini menguji tiga variabel independen, yaitu inovasi teknologi yang didasarkan pada teori difusi inovasi (*Diffusion of Innovation Theory*) oleh Everett Rogers. Inovasi teknologi (seperti aplikasi *mobile banking*, *digital*

¹⁵ Nicky Maulana, dkk., “Manajemen Krisis PT. BSI Tbk Pasca Peretasan Data Nasabah”, *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4.1 (2024), 8244-8258, hlm. 8247

onboarding, dan integrasi layanan *fintech*) merupakan keunggulan kompetitif yang harus diadopsi dan dikomunikasikan oleh BSI. Semakin tinggi persepsi masyarakat terhadap manfaat relatif dan kemudahan penggunaan inovasi digital BSI, maka semakin cepat dan luas adopsi layanan tersebut, yang secara langsung berdampak pada minat menabung masyarakat (Mutiarra & Muchlis, 2024).

Teori kualitas layanan dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) yang menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan layanan yang dirasakan pelanggan berdasarkan perbandingan mengenai harapan (*expectations*) dan kinerja layanan yang diterima (*perceived performance*). Apabila kinerja layanan melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dinilai sangat baik, sebaliknya apabila kinerja layanan berada di bawah harapan, maka kualitas pelayanan dinilai rendah. Teori ini memfokuskan bahwa kualitas pelayanan bersifat subjektif dan ditentukan oleh pandangan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Reputasi yang didukung oleh teori reputasi (*Reputation Theory*), yang menekankan bahwa citra kolektif bank di mata publik terutama terkait kepatuhan syariah (*syariah compliance*), kinerja keuangan, dan tanggung jawab sosial merupakan aset yang sangat berharga. Reputasi positif berfungsi sebagai penyaring risiko bagi calon nasabah yang masih ragu, sehingga mereka akan cenderung memilih bank dengan kredibilitas dan keandalan yang terbukti, yang pada akhirnya memfasilitasi keputusan menjadi nasabah.

Untuk menganalisis mekanisme keputusan di tingkat individu,

penelitian ini akan mengadopsi *Theory Planned Behavior* (TPB) sebagai teori pendukung utama. Teori ini relevan karena berfokus pada niat perilaku (*Behavioral Intention*) calon nasabah, yang diprediksi oleh tiga komponen yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Ketiga variabel independen utama akan diintegrasikan ke dalam kerangka TPB, yaitu inovasi teknologi BSI akan memengaruhi kontrol perilaku yang dirasakan calon nasabah (kemudahan akses dan transaksi), kualitas pelayanan akan membentuk sikap terhadap perilaku (evaluasi positif terhadap pelayanan yang diberikan), dan reputasi akan memengaruhi baik sikap maupun norma subjektif (dukungan sosial dan kepercayaan). Penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi faktor pendorong, tetapi juga menjelaskan secara rinci bagaimana ketiga faktor tersebut mempengaruhi keputusan individu untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Meskipun banyak studi yang menguji pengaruh inovasi teknologi, kualitas layanan, dan reputasi secara parsial terhadap kepuasan atau loyalitas nasabah yang sudah ada, terdapat gap mendasar, yaitu minimnya penelitian yang secara eksplisit dan komprehensif menganalisis pengaruh simultan ketiga variabel tersebut.

Penelitian ini memilih Bank Syariah Indonesia sebagai objek penelitian karena BSI merupakan bank syariah terbesar di Indonesia yang memiliki jumlah nasabah cukup banyak serta jangkauan layanan yang luas, sehingga dianggap mampu menggambarkan kondisi perbankan syariah secara nyata di masyarakat. Selain itu, BSI terus melakukan pengembangan inovasi teknologi melalui berbagai layanan digital seperti mobile banking, QRIS, dan pembukaan

rekening secara online. Hal tersebut sesuai dengan variabel penelitian mengenai inovasi teknologi karena masyarakat usia produktif cenderung lebih tertarik menggunakan layanan perbankan yang praktis, cepat, dan berbasis digital.

Di samping itu, kualitas layanan yang diberikan BSI juga menjadi salah satu pertimbangan penting masyarakat dalam memilih bank. Pelayanan yang ramah, kemudahan transaksi, serta kecepatan pelayanan dapat memengaruhi kenyamanan nasabah dan mendorong minat masyarakat untuk menabung. Tidak hanya itu, BSI juga memiliki reputasi yang cukup baik di masyarakat karena merupakan hasil penggabungan beberapa bank syariah milik pemerintah, sehingga tingkat kepercayaan masyarakat terhadap BSI relatif tinggi. Reputasi tersebut menjadi faktor penting, khususnya bagi masyarakat usia produktif yang cenderung lebih selektif dalam menentukan lembaga keuangan yang akan digunakan.

Beberapa penelitian terdahulu telah banyak mengulas mengenai interaksi antara inovasi dan reputasi terhadap loyalitas maupun kepuasan nasabah, penelitian yang secara spesifik memfokuskan pada determinan minat menabung masyarakat di Bank Syariah Indonesia (BSI) masih relatif terbatas. Keterbatasan ini mengindikasikan adanya celah riset yang signifikan, mengingat pentingnya peningkatan kepuasan nasabah sebagai indikator vital sustainabilitas dan ekspansi pasar. Beberapa studi memang menyinggung bahwa reputasi yang baik dapat mendorong nasabah untuk menabung dan inovasi produk perbankan sangat menentukan tingkat

persaingan.¹⁶

Akan tetapi, sampai saat ini masih belum terdapat penelitian yang secara khusus mengkaji bagaimana inovasi teknologi, dipadukan dengan kualitas layanan dan reputasi secara simultan dapat mempengaruhi minat menabung masyarakat di Bank Syariah Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk dilakukan dengan tujuan untuk mengkaji secara komprehensif **“Pengaruh Inovasi Teknologi, Kualitas Layanan, dan Reputasi terhadap Minat Menabung Masyarakat Usia Produktif di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.”**

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang peneliti ajukan ini dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut:

- a. Reputasi perusahaan adalah salah satu faktor krusial yang dijadikan pertimbangan oleh nasabah dalam memutuskan untuk menyimpan dananya di bank syariah. Hal ini dikarenakan apabila perusahaan memiliki citra yang buruk akibat tindakan yang pernah dilakukan, maka masyarakat cenderung enggan untuk menggunakan jasa perusahaan tersebut, meskipun pada era saat ini perusahaan telah melakukan perbaikan dan pembenahan atas kesalahan yang pernah terjadi.

¹⁶ Lutfiana Maulida dan Muhammad Qoes Atieq, “Optimalisasi Program Simpanan Berhadiah dalam Upaya Meningkatkan DPK Pada BSI KCP Rembang Sudirman”, *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10.03 (2024), 2945—2953, hlm. 2946

- b. Melalui reputasi dan kualitas layanan dari bank, apakah mampu menimbulkan minat masyarakat dalam menggunakan jasa di bank syariah. Mengingat bahwa kepuasan dan kepercayaan merupakan hal yang sulit didapatkan.
- c. Masalah yang timbul dari minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia yaitu apabila nasabah hendak menggunakan layanan bank syariah, faktor-faktor apa saja yang memengaruhi proses pengambilan keputusannya seperti inovasi teknologi yang mempermudah, kualitas layanan yang diberikan, dan reputasi bank mampu membuat masyarakat atau calon nasabah mengambil keputusan menabung di bank tersebut.

2. Batasan Penelitian

Pembatasan penelitian bertujuan untuk membatasi perluasan permasalahan yang terdapat dalam penelitian ini. Maka, batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Penelitian ini hanya berfokus pada faktor yang dapat mempengaruhi minat menabung masyarakat diantaranya yaitu inovasi teknologi, kualitas layanan, dan reputasi.
- b. Peneliti hanya melakukan penelitian pada emiten Bank Syariah Indonesia dan masyarakat usia produktif di Kabupaten Tulungagung.
- c. Data yang diambil merupakan data primer dan data sekunder. Data primer akan diambil dari hasil menyebarkan kuesioner pada masyarakat usia produktif di Kabupaten Tulungagung, dan data

sekunder tersebut diambil dari website

<https://tulungagungkab.bps.go.id> dan www.bankbsi.co.id.

- d. Data penelitian ini menggunakan data tahun sebelumnya yaitu tahun 2024.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah inovasi teknologi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat usia produktif di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat usia produktif di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung?
3. Apakah reputasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat usia produktif di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung?
4. Apakah inovasi teknologi, kualitas layanan, dan reputasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat usia produktif di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menguji apakah inovasi teknologi berpengaruh signifikan minat menabung masyarakat usia produktif di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.
2. Untuk menguji apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat usia produktif di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.
3. Untuk menguji apakah reputasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat usia produktif di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.
4. Untuk menguji apakah inovasi teknologi, kualitas layanan, dan reputasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat usia produktif di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat, baik manfaat secara praktis maupun secara teoritis. Adapun kegunaan penelitian ini yaitu:

1. Secara Praktis
 - a. Bagi Bank Syariah Indonesia

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan evaluasi dan pengembangan inovasi produk serta peningkatan kualitas pelayanan

yang lebih optimal bagi Bank Syariah Indonesia, sehingga dapat meningkatkan minat menabung masyarakat di Bank Syariah Indonesia secara berkelanjutan.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi media penyalur informasi tambahan bagi mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, khususnya mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan bahan rujukan dan acuan bagi penelitian lebih lanjut dengan pengembangan isu terbaru sehingga dapat mendorong perkembangan keilmuan yang berkaitan dengan inovasi teknologi, kualitas layanan, dan reputasi terhadap minat menabung masyarakat di Bank Syariah Indonesia.

2. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan pengaruh antara inovasi teknologi, kualitas layanan, dan reputasi terhadap minat menabung masyarakat di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung, yang mana penelitian akan dilakukan pada masyarakat usia produktif di Kabupaten Tulungagung.

F. Ruang Lingkup

Ruang lingkup yang diajukan dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk menghindari pembahasan yang luas mengenai topik penelitian ini.

Variabel yang dikaji dan diteliti dalam penelitian ini hanya berfokus pada variabel bebas dan variabel terikat. Dimana variabel terikat dapat dipengaruhi oleh variabel lainnya, sedangkan variabel bebasnya tidak dipengaruhi oleh variabel lainnya. Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah inovasi teknologi (X1), kualitas layanan (X2), dan reputasi (X3). Sedangkan variabel terikat (Y) adalah minat menabung masyarakat.

G. Penegasan Variabel

1. Definisi Konseptual

a. Inovasi Teknologi

Inovasi teknologi merupakan suatu pengembangan teknologi baru yang membawa perubahan besar dalam suatu proses bisnis atau produk. Kegunaan dari inovasi teknologi dalam suatu bisnis yaitu dapat meningkatkan produktivitas, meningkatkan kualitas produk atau layanan, dan meningkatkan kemampuan untuk melakukan adaptasi yang lebih cepat terhadap perubahan pasar.¹⁷

b. Kualitas Layanan

Menurut Tjiptono (2011), kualitas layanan ditentukan oleh seberapa baik perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan sesuai dengan apa yang diinginkan.¹⁸ Kualitas layanan

¹⁷ Tintin Suhaeni, "Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung)", *Jurnal Riset Bisnis dan Inovasi*, 4.1 (2018), hlm. 59

¹⁸ Dedeh Kurniasih, *Kepuasan Konsumen: Studi terhadap Word Of Mouth, Kualitas Layanan dan Citra Merek*, (Banten: Bintang Sembilan Visitama, 2021), hlm. 15

adalah cara konsumen menilai pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan.

c. Reputasi

Reputasi merupakan gambaran menyeluruh mengenai kinerja perusahaan di masa lalu serta prospek yang dimilikinya di masa depan, yang tercermin melalui berbagai langkah yang telah dilakukan jika dibandingkan dengan pesaing di industri tersebut.¹⁹

d. Minat Menabung

Minat untuk menabung adalah kecenderungan seseorang sebelum mengambil langkah dalam menanggapi keinginan untuk menyimpan uang (Hikmah, 2020). Minat menabung juga dapat diartikan sebagai keputusan yang diambil oleh setiap individu terkait dengan penyimpanan (Iradianty dan Azizah, 2023). Razi et al. (2023) menyatakan bahwa minat menabung dapat dianggap sebagai minat untuk membeli, yang merupakan tindakan yang timbul sebagai respons terhadap sesuatu yang menunjukkan hasrat konsumen untuk melakukan transaksi.²⁰

2. Definisi Operasional

Dari penjelasan definisi konseptual di atas, maka maksud penelitian ini adalah untuk menguji adanya pengaruh inovasi teknologi,

¹⁹ Syubhan Akib, dkk., *Komunikasi Korporat*, (Lombok Barat: Seval Literindo Kreasi, 2025), hlm. 19

²⁰ Stanislaus Kostka Wiyar Galih Ovika, dkk., “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung: Sebuah Kajian Literatur”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah*, 4.1 (2024), 275—290, hlm. 278

kualitas layanan, dan reputasi terhadap minat menabung masyarakat di Bank Syariah Indonesia. Dimana penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel inovasi teknologi, kualitas layanan, dan reputasi memiliki pengaruh terhadap minat menabung masyarakat usia produktif Kabupaten Tulungagung di Bank Syariah Indonesia.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan yang digunakan yaitu berdasarkan pedoman skripsi yang telah ditetapkan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas mengenai bagian awal yang terdiri dari latar belakang penelitian, identifikasi masalah dan batasan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup, penegasan variabel, dan sistematika penulisan.

Latar Belakang

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan adanya mayoritas masyarakat Kabupaten Tulungagung yang beragama Islam sebesar 98,56% sehingga keberadaan Bank Syariah Indonesia sebagai lembaga perbankan syariah terbesar menjadi relevan. Subjek penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah masyarakat usia produktif (15 – 64 tahun) karena masyarakat usia ini dianggap sebagai

kelompok yang memiliki pendapatan yang cenderung stabil sehingga memungkinkan mereka untuk mengambil keputusan menabung. Sedangkan menabung merupakan salah satu indikator penting dalam meningkatkan kesejahteraan dan inklusi keuangan masyarakat.

Saat ini Indonesia berada dalam era globalisasi dan digitalisasi sehingga perilaku masyarakat dalam mengelola keuangan juga mengalami perubahan. Di era saat ini masyarakat cenderung menginginkan layanan dalam hal apapun yang serba cepat. Dengan adanya teknologi maka dapat mempermudah transaksi keuangan masyarakat sehingga inovasi teknologi dipilih menjadi variabel apakah dapat mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menabung. Selain itu, kualitas layanan dan reputasi dari suatu bank apakah juga turut memperuhi keputusan pemilihan masyarakat untuk menabung di Bank Syariah Indonesia, karean masyarakat dalam kelompok usia tersebut cenderung selektif dalam memilih lembaga keuangan untuk menyimpan dananya.

Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang peneliti ajukan ini dapat diidentifikasi permasalahannya, yaitu reputasi perusahaan adalah salah

satu faktor krusial yang dijadikan pertimbangan oleh nasabah dalam memutuskan untuk menyimpan dananya di bank Syariah, melalui reputasi dan kualitas layanan dari bank apakah mampu menimbulkan minat masyarakat dalam menggunakan jasa di bank syariah, masalah yang timbul dari minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia apabila nasabah hendak menggunakan layanan bank syariah, faktor-faktor apa saja yang memengaruhi proses pengambilan keputusannya seperti inovasi teknologi, kualitas layanan dan reputasi.

Pembatasan penelitian bertujuan untuk membatasi perluasan permasalahan yang terdapat dalam penelitian ini. Maka, batasan masalah dalam penelitian ini hanya berfokus pada faktor yang dapat mempengaruhi minat menabung masyarakat diantaranya yaitu inovasi teknologi, kualitas layanan, dan reputasi. Peneliti hanya melakukan penelitian pada emiten Bank Syariah Indonesia dan masyarakat usia produktif di Kabupaten Tulungagung. Data yang diambil merupakan data primer dan data sekunder. Data primer akan diambil dari hasil menyebarkan kuesioner pada masyarakat usia produktif di Kabupaten Tulungagung, dan data sekunder tersebut diambil dari website <https://tulungagungkab.bps.go.id> dan www.bankbsi.co.id.

Data penelitian ini menggunakan data tahun sebelumnya yaitu tahun 2024.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah inovasi teknologi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat usia produktif di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat usia produktif di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung?
3. Apakah reputasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat usia produktif di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung?
4. Apakah inovasi teknologi, kualitas layanan, dan reputasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat usia produktif di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menguji apakah inovasi teknologi berpengaruh signifikan minat menabung masyarakat usia produktif di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.

2. Untuk menguji apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat usia produktif di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.
3. Untuk menguji apakah reputasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat usia produktif di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.
4. Untuk menguji apakah inovasi teknologi, kualitas layanan, dan reputasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat usia produktif di Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas tiap variabel yang digunakan dalam penelitian, terdapat kajian penelitian terdahulu yang digunakan sebagai bahan penunjang penelitian, kerangka konseptual yang dipaparkan berdasarkan rumusan masalah, dan juga hipotesis penelitian. Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Theory of Planned Behavior* yang mana dalam teori ini dijelaskan bahwa minat atau niat seseorang dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam penelitian ini inovasi teknologi berperan sebagai kontrol perilaku, kualitas layanan berperan sebagai sikap terhadap perilaku, dan reputasi berperan sebagai norma subjektif.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada metode penelitian memuat pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian serta analisis data.

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, yaitu jenis penelitian yang berfokus pada pertanyaan mengenai hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya.

Populasi, Sampling, dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah kelompok masyarakat usia produktif (usia 15 – 64 tahun) di Kabupaten Tulungagung. Dan sampling yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, sedangkan rumus pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer yang berasal dari hasil tanggapan kuesioner dan sumber data sekunder berasal dari website resmi BPS Tulungagung.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Teknik kuesioner (angket).

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan yang memuat gambaran umum objek penelitian, deskripsi data, dan pengujian hipotesis. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian memenuhi syarat untuk dilakukan pengujian sesuai sampel yang ditentukan.

BAB V PEMBAHASAN

Pada bab ini ditujukan untuk menjawab masalah penelitian, kemudian menafsirkannya menggunakan logika dan teori yang sudah ada untuk memberikan jawaban dari hipotesis penelitian. Berdasarkan hasil pengujian dan penelitian, variabel inovasi teknologi dan reputasi dapat berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat usia produktif di Bank Syariah Indonesia, sedangkan variabel kualitas layanan tidak berpengaruh secara positif terhadap minat menabung masyarakat usia produktif di Bank Syariah Indonesia.

BAB VI PENUTUP

Pada bab ini memuat bagian yang terdiri dari kesimpulan yang disajikan dari hasil penelitian dan pembahasan serta

saran yang dibuat untuk ditujukan kepada para peneliti dalam bidang sejenis untuk dikembangkan atau dilanjutkan.