

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang**

Bank syariah di Indonesia saat ini berkembang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Ditambah dengan berkembangnya bank umum syariah yang semakin membantu meningkatkan posisi bank syariah (Jalaludin, 2015). Bank syariah ialah lembaga dibidang *financial* (keuangan) yang mempunyai peran sangat penting kepada orang yang sedang menginginkan dana. Menurut Zirek et al., (2016) kehadiran bank syariah dapat meningkatkan perannya dalam pembangunan ekonomi Indonesia dan menjaga stabilitas keuangan nasional. Meningkatnya dana pihak ketiga, pembiayaan bank syariah, serta aktiva akan menjadi pendorong perkembangan ekonomi.

Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Bank Syariah, kegiatan usaha yang dilakukan pada bank syariah mengacu pada prinsip dan ketentuan syariat Islam. Jenis bank syariah umumnya memiliki klasifikasi menjadi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dan Bank Umum Syariah (BUS). Dalam operasionalnya yang paling berbeda ciri khas antara bank syariah dengan bank konvensional yaitu tidak mengimplementasikan penggunaan riba (bunga). Pernyataan ini juga ditegaskan oleh Fatwa MUI No. 1 Tahun 2004 bahwa diharamkannya bunga karena di dalamnya ada unsur riba. Mengharamkan adanya bunga dalam mengalokasikan pembiayaan dan menjalankan konsep *profit-loss sharing* pada bank syariah akan menekan bahkan menurunkan aktivitas tidak produktif serta tindakan spekulatif di perekonomian (Setiawan, 2020).

Perbankan syariah di Indonesia terus berkembang dilihat dari *market share* industri perbankan syariah yang terus mengalami peningkatan jika dibanding tahun sebelumnya, yaitu meningkat dari 6,17% pada desember 2019 menjadi 6,51% pada desember 2020 (OJK, 2020). Tetapi meskipun perbankan syariah di Indonesia berkembang sangat pesat, tidak menutup kemungkinan jika bank umum syariah belum mampu mencapai skala besar. Bahkan masih kalah dibandingkan dengan industri keuangan konvensional. Terlihat dari data yang dipaparkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Perbandingan Indikator Bank Umum Syariah dan Bank Umum Konvensional (Miliar Rp)

Indikator	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Bank Umum Syariah						
Aset	213.423	254.184	288.027	316.691	350.364	346.373
DPK	174.895	206.407	238.393	257.606	288.978	286.485
Pembiayaan	76.515	94.752	119.699	146.573	172.492	171.156
Bank Umum Konvensional						
Aset	6.095.908	6.729.799	7.387.144	8.068.346	8.562.974	9.177.894
DPK	4.413.056	4.836.758	5.289.377	5.630.448	5.998.648	6.665.390
Kredit	4.092.104	4.413.414	4.781.931	5.358.012	5.683.757	5.547.618

Sumber : OJK 2020 (data diolah)

Tabel 1 menjelaskan mulai tahun 2015 sampai dengan 2020 bank umum syariah dan bank umum konvensional masih terus mengalami kenaikan, kecuali di bank umum syariah pada tahun 2020 sempat mengalami penurunan. Namun melihat tabel perbandingan tersebut, *market share* masih dikuasai oleh bank umum konvensional dan memiliki perbedaan yang masih sangat jauh. Padahal negara muslim terbesar adalah Indonesia yaitu jumlah penduduk sebesar 270,20 juta jiwa, sekitar 87,2% atau 229 jiwa beragama Islam. Melihat yang mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, menjadikan bank umum syariah peluang besar untuk mendapatkan pangsa pasar. Bank umum syariah menawarkan produk dengan berlandaskan islami dan tidak ada bunga atau riba, seharusnya dengan hal tersebut dapat menarik minat masyarakat Indonesia yang mayoritas penduduk beragama Islam (Utami & Handayani, 2019). Tetapi pada kenyataannya Indonesia dengan jumlah penduduk mayoritas muslim tidak menjadikan bank umum syariah menjadi yang paling utama.

Tabel 1 juga menjelaskan bahwa nasabah bank umum syariah masih sangat rendah dan memiliki perbedaan yang jauh di banding bank umum konvensional karena keinginan masyarakat bertransaksi di bank umum syariah masih sedikit. Dikitnya masyarakat menggunakan bank umum syariah untuk menabung disebabkan oleh persepsi masyarakat Indonesia yang beranggapan operasional di bank umum syariah belum memadai, belum modern, dan layanan maupun produknya belum bisa seperti bank umum konvensional.

Beberapa kekhawatiran telah berdampak pada pertumbuhan bank umum syariah. Diantaranya pengetahuan, kesadaran dan minat yang masih rendah. Pemahaman yang rendah tentang bank syariah bisa menyebabkan rendahnya minat menabung pada bank umum syariah. Pengetahuan terkait dengan bank syariah masih sangat minim, menurut Survei Nasional Literasi Keuangan 2019 yang dikeluarkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), disebutkan bahwa rata-rata literasi keuangan masyarakat Indonesia adalah 8,93%. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian (Chaouch, 2017) bahwa calon nasabah dan yang sudah menjadi nasabah saat ini, tahu tentang keberadaan bank syariah namun tidak mengetahui informasi yang memadai tentang dasar-dasar bank syariah.

Tantangan bank umum syariah lain adalah bagaimana caranya masuk kedalam industri perbankan yang dapat dipercayai oleh masyarakat. Namun untuk dipercayai masyarakat terhadap bank dengan sistem operasional menggunakan prinsip syariah masih terhalang oleh bank sistem konvensional yang memang mereka lebih unggul. Menurut Aneetha (2021) banyak masyarakat yang sudah mempercayakan transaksi nya kepada bank konvensional. Berbanding terbalik dengan bank syariah yang masih dipandang sebelah mata oleh masyarakat, karena masyarakat belum mempercayai bank syariah. Seharusnya dengan adanya merger, bank syariah mampu meningkatkan kepercayaan publik terhadap bank syariah untuk mengalihkan masyarakat dari bank konvensional ke bank syariah. Namun pada kenyataannya, tidak dapat dipungkiri bahwa masyarakat masih meragukan dalam bertransaksi di bank syariah karena polemik keabsahan transaksi di bank syariah masih menjadi perbincangan di masyarakat (Aneetha, 2021).

Produk yang ada di bank umum syariah tidak akan di temukan di bank umum konvensional. Karena di bank umum syariah menggunakan prinsip seperti akad *mudharabah*, *musyarakah*, *istishna*, *ijarah* dan akad lainnya, sebab operasional bank umum konvensional menerapkan sistem bunga. Karakteristik berbeda tersebut yaitu, adanya bank umum syariah beserta produknya tentu bisa di jadikan opsi yang seharusnya bisa digunakan untuk menabung. Namun pada kenyataannya pengetahuan mengenai segala sesuatu yang ada di bank umum syariah sekarang ini dapat mempengaruhi bank umum syariah, karena sampai saat ini masyarakat yang mengetahui tentang bank umum syariah hanya beberapa. Bahkan, di lingkungan

mahasiswa banyak yang belum tahu produk ataupun jasa yang ada di bank umum syariah. Hal tersebut terjadi sebab promosi pihak bank umum syariah masih sangat kurang. Pernyataan tersebut dibuktikan oleh Sidharta (2017) dalam hasil penelitian menunjukkan bahwa bank syariah sangat jarang dalam mengadakan promosi. Promosi yang dilakukan bank syariah kurang menarik sehingga membuat masyarakat tidak menggunakan bank syariah (Sidharta, 2017).

Menanggapi hal tersebut bank syariah harus berupaya lebih keras terkait dengan mekanisme yang tepat guna meningkatkan minat nasabah menabung, yaitu dengan menawarkan pemberian pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat tentang sistem bank syariah. Dengan hal tadi bank umum syariah bisa menggerakkan operasional nya dengan efisien dan bisa bersaing dengan bank umum konvensional. Salah satu komponen dalam masyarakat yang bisa menjadi nasabah bank umum syariah adalah mahasiswa.

Mahasiswa merupakan *market share* yang memiliki peluang dan layak untuk menambah jumlah nasabah bank umum syariah. Mahasiswa bisa memberikan pengaruh yang besar dan mengambil peran yang besar dalam pertumbuhan serta perkembangan ekonomi negara. Karena pada kalangan mahasiswa dibutuhkan tabungan, salah satunya adalah tabungan yang digunakan untuk menyimpan sebagian uang bulanan dan untuk kepentingan lainnya (Rakhmah & Wahyuni, 2016). Bagi mahasiswa yang sedang belajar dengan spesifikasi jurusan Islam, contoh program studi Ekonomi syariah / Islam ataupun perbankan syariah. Jurusan tersebut mempunyai standar pendidikan berbasis Islam yang tentunya mempelajari ekonomi berlandaskan islami, sehingga mahasiswa prodi tersebut dianggap sebagai kelompok dengan memiliki keinginan yang tinggi guna menggunakan produk atau jasa bank syariah karena relevan dengan pembelajarannya.

Namun, nyatanya mahasiswa ekonomi syariah ataupun mahasiswa perbankan syariah yang belum memakai sistem bank syariah masih banyak. Hal ini telah dibuktikan oleh (Yuliani & Meliza, 2019) menunjukkan hasil penelitian bahwa masih banyak mahasiswa program studi ekonomi syariah yang belum menggunakan bank syariah. Ada 12 mahasiswa yang menyimpan uangnya di bank syariah dari 56 mahasiswa, yang lain menabung di bank konvensional, di rumah, dan tidak menabung. Hal tersebut terlihat bahwa keinginan mahasiswa untuk

berpartisipasi memakai bank syariah untuk menabung sangat sedikit dan bank syariah belum dimanfaatkan secara optimal bagi mahasiswa dalam sehari-hari.

Menyadari masih rendahnya minat mahasiswa dalam menyimpan tabungan di bank umum syariah, jadi krusial pada pihak manajemen bank umum syariah buat tahu dampak atau faktor apa saja yang mampu menghipnotis minat mahasiswa untuk menabung. Karena minat menabung nasabah maupun mahasiswa dipengaruhi oleh pengaruh lingkungan internal dan external. Pengetahuan merupakan pengaruh utama yang diduga berdampak pada minat menabung di bank syariah. Jika mahasiswa menangkap pemahaman yang baik terkait bank umum syariah, hal itu bisa berpengaruh terhadap preferensi mereka untuk menggunakan bank syariah sebagai tempat menabung uang nya. Informasi yang mahasiswa miliki tentang berbagai jenis produk maupun jasa ataupun pengetahuan tentang fungsionalitas produk dan jasa, memiliki pengaruh positif antara pengetahuan dan minat nasabah saat menabung pada bank syariah (Chotifah, 2018). Semakin banyak informasi yang tersedia, konsumen akan mendapatkan keuntungan dari menyimpan tabungan di bank syariah.

Beberapa hasil penelitian menunjukkan adanya *research gap* dalam bentuk perbedaan hasil penelitian. Berdasarkan hasil penelitian Fadli (2018) adanya pengaruh yang signifikan variabel pengetahuan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menabung di bank syariah. Selain itu, penelitian Novianti & Hakim (2021) menunjukkan adanya pengaruh pengetahuan perbankan syariah terhadap minat menabung. Namun, temuan penelitian ini bertentangan dengan temuan Ismanto (2018) bahwa buat menabung pada bank syariah tidak perlu di imbangi dengan pengetahuan tentang bank syariah yang komprehensif. Karena pengetahuan tidak mempengaruhi minat menabung pada bank syariah (Mujaddid & Nugroho, 2019).

Selain pengetahuan, minat menabung mahasiswa juga di pengaruhi oleh kepercayaan. Landasan terpenting dalam menjalankan bisnis perbankan adalah kepercayaan, baik dari segi pengumpulan dan pendistribusian dana. Masyarakat tentu akan menyimpan uang nya di bank jika berlandaskan atas kepercayaan. Melalui hal ini, kepercayaan pasti terus terbangun baik menurut penyimpan dana, bank, dan sampai debitur. Kepercayaan ini penting karena semua pihak pastinya

ingin merasa diuntungkan. Dengan kata lain, semakin besar kepercayaan seseorang pada bank syariah pasti juga dapat membuat seseorang tertarik untuk menyimpan tabungannya di bank syariah (Wijayani, 2017). Menurut penelitian (Andriani & Halmawati, 2019; Khotimah, 2018) menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kepercayaan dan minat menjadi nasabah bank syariah. Berbeda dengan penelitian Aziz & Hendrasto (2020) analisis statistik dalam riset ini menghasilkan bahwa kepercayaan tidak mempengaruhi minat nasabah untuk menabung.

Faktor ketiga adalah promosi. Promosi juga merupakan bagian dari penentu dalam mengambil tindakan dalam lingkup bisnis. Yaitu sebagai alat untuk berkomunikasi yang menghubungkan antara perusahaan dengan pelanggannya. Selain berfungsi untuk sarana komunikasi, promosi digunakan juga untuk menarik calon pelanggan agar memakai produk yang ditawarkan. Menurut (Aziz & Hendrasto, 2020; Istiqomah, 2016; Ortega & Alhifni, 2017) dalam hasil penelitian tersebut menghasilkan bahwa adanya pengaruh antara promosi terhadap minat menabung di bank syariah. Bertentangan dengan hasil kajian Darmawan et al., (2019) promosi bank syariah di Jawa Tengah tidak ada pengaruh antara promosi dan minat menabung masyarakat di bank syariah (Aisya & Riyadi, 2020).

Merujuk pada masalah dan beberapa penelitian terdahulu yang telah dijelaskan masih ada perbedaan hasil (*gap research*), maka peneliti perlu melakukan penelitian lebih lanjut terkait dengan minat menabung di bank umum syariah. Kebaruan kajian ini akan menguji secara simultan variabel pengetahuan, kepercayaan, dan promosi, karena pada penelitian sebelumnya belum ditemukan judul penelitian yang membahas secara bersama-sama variabel tersebut. Serta kebaruan dari penelitian ini juga terdapat pada populasi yang diteliti yaitu mahasiswa UPN Veteran Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah, Politeknik Negeri Jakarta dan Universitas Indonesia. Adapun alasan menggunakan mahasiswa dari perguruan tinggi tersebut karena letak keempat perguruan tinggi tersebut wilayahnya sangat strategis untuk pusat perekonomian yang memiliki potensi besar mengembangkan bank umum syariah dan di dalam perguruan tinggi tersebut mempunyai jurusan yang berkaitan dengan ekonomi Islam yaitu prodi ekonomi syariah ataupun prodi perbankan syariah. Mahasiswa menggunakan jasa perbankan untuk menabung dan bertransaksi, maka peneliti memilih objek mahasiswa karena

ingin mengetahui bagaimana pengetahuan, kepercayaan, dan promosi bisa mempengaruhi minat mereka buat menabung di bank umum syariah.

## **I.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang permasalahan tersebut, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung mahasiswa di bank umum syariah?
2. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung mahasiswa di bank umum syariah?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat menabung mahasiswa di bank umum syariah?
4. Bagaimana pengaruh pengetahuan, kepercayaan, dan promosi secara simultan terhadap minat menabung mahasiswa di bank umum syariah?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini untuk:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung mahasiswa di bank umum syariah.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung mahasiswa di bank umum syariah.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap minat menabung mahasiswa di bank umum syariah.
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan, kepercayaan, dan promosi secara simultan terhadap minat menabung mahasiswa di bank umum syariah.

#### **I.4 Manfaat Penelitian**

Pada tujuan penelitian di atas, maka peneliti mengharapkan mempunyai beberapa manfaat dari penelitian yang diperoleh yaitu:

##### **1. Aspek Teoritis**

Penelitian ini secara teoritis manfaat yang diharapkan ialah sebagai sumber literatur bagi peneliti berikutnya jika menggunakan tema yang serupa, serta bisa menjadi kanzah ilmu dan bahan kajian ilmiah bagi akademisi di bidang bank umum syariah dan diharapkan penelitian ini memberikan manfaat bagi seluruh pembaca.

##### **2. Aspek Praktis**

###### **a. Bagi Akademisi**

Sebagai kajian ilmiah Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta terkait dengan minat menabung mahasiswa menggunakan perbankan syariah sebagai tempat untuk menabung.

###### **b. Bagi Praktisi**

Diharapkan dengan adanya kajian ini sebagai pertimbangan bagi praktisi perbankan syariah yang memiliki kaitan erat dengan pengembangan bank umum syariah untuk lebih memperhatikan pengaruh pengetahuan, kepercayaan, dan promosi terhadap minat menabung mahasiswa di bank umum syariah.

###### **c. Bagi Regulator**

Diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan tambahan terkait aspek-aspek yang mempunyai pengaruh pada mahasiswa untuk memakai bank syariah, agar lembaga keuangan seperti bank umum syariah di Indonesia dan pemerintah bisa terus berkembang dan dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi bank umum syariah dalam rangka meningkatkan minat menabung mahasiswa kedepannya.