

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Informasi merupakan data yang telah di olah atau dibentuk menjadi sesuatu yang bermakna dan bermanfaat bagi penggunanya. Namun data adalah kumpulan fakta mentah dari suatu kejadian dalam organisasi. Indonesia merupakan negara dengan jumlah muslim terbesar di dunia yang memiliki populasi 273,52 juta per tanggal januari 2023.¹ Hal inilah yang menjadikan industri lembaga keuangan Islam selalu berkembang dengan sangat pesat salah satunya ialah perbankan syariah.

Menurut data statistik perbankan syariah pada Agustus 2022 bahwa sudah ada 12 unit Bank Umum Syariah (BUS), 21 unit Unit Usaha Syariah (UUS) dan 164 unit BPRS. Selain itu juga total aset perbankan syariah mengalami kenaikan yang positif setiap tahunnya, pada tahun 2019 BUS dan UUS memiliki total aset 524,564 miliar dan meningkat pada tahun 2022 menjadi 703,167 miliar. Data ini juga yang menunjukkan bahwasannya kinerja bank syariah baik secara aset, kredit ataupun pembiayaan lebih unggul di bandingkan dengan perbankan konvensional. Meskipun perkembangan perbankan syariah sangat pesat, tetapi masih banyak juga masyarakat yang belum memahami tentang sistem perbankan syariah yang mengakibatkan naik turunnya pertumbuhan aset di

¹ “Indonesia Mendominasi Jumlah Penduduk di Asia Tenggara, Berapa Besarnya” <https://databoks.katadata.co.id/>, di akses pada 27 April 2023 pukul 02.17

tahun 2020, pertumbuhan aset naik sebesar 13,11% dan menurun di tahun 2021 sebesar 12,22% hal inilah yang mengakibatkan market share tidak selalu mengalami kenaikan yang cukup signifikan.²

Sesuai dengan observasi peneliti yang dilakukan di dua kelas perbankan syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten bahwasannya masih banyak mahasiswa yang belum pindah dari bank konvensional, mereka masih banyak menggunakan bank konvensional dibandingkan bank syariah yang pada dasarnya mereka merupakan mahasiswa jurusan perbankan syariah, menurut mereka bank konvensional lebih lama beroperasinya dibanding bank syariah yang menjadikan mereka lebih mempercayai bank konvensional dari pada bank syariah. Banyak pula yang belum mengetahui produk dan akad apa saja yang digunakan oleh bank syariah. Hal inilah yang dapat dilihat bahwasannya mereka belum mengetahui lebih banyak tentang bank syariah.

Menurut Sabil sebagai Direktur Pengawasan Lembaga Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Regional 7 Sumatera Bagian Selatan yang mengatakan bahwasannya Indonesia masuk kedalam 10 pasar besar perekonomian Islam, namun hanya saja perbankan syariah kekurangan sumber daya manusia yang mengerti akan bidangnya. Maka dari itu sangat dibutuhkan sarjana dengan lulusan bisnis syariah. Selain itu, sosialisasi perbankan syariah masih kurang karena faktor kurang pemahaman perbankan syariah. Hingga saat

² Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik Perbankan Syariah-Agustus 2022*, <https://www.ojk.go.id>, di akses pada 28 Desember 2022 pukul 11:20

ini market share perbankan syariah masih rendah di bandingkan perbankan konvensional.³

Perkembangan bank syariah ini tidak didasari dengan literasi keuangan yang baik. Suatu literasi atau pengetahuan masyarakat tentang bank syariah merupakan faktor penting untuk perkembangan bank syariah. Pengetahuan masyarakat terhadap bank syariah masih kurang dan masyarakat hanya mengetahui tentang riba dan nilai tambah di label halal yang lebih menjanjikan pada kebaikan-kebaikan untuk akhirat dibandingkan bank konvensional.⁴ Walaupun produk-produk bank syariah tidak kalah menarik dari bank konvensional yang dimana di bank syariah menawarkan bagi hasil yang tidak kalah menguntungkan dari bunga bank konvensional, tetapi banyak masyarakat yang belum memahami akad-akad yang ada di bank syariah. Maka dengan ini bank syariah harus mampu lebih menarik minat masyarakat bukan hanya masyarakat muslim saja melainkan untuk semua kalangan masyarakat (termasuk non muslim).

Masalah pekonomian di dunia semakin kompleks dan hal inilah yang mengakibatkan masyarakat berpikir bahwasannya sebuah literasi keuangan yang baik sangat di butuhkan dalam mengelola keuangan. Melek nya suatu pemahaman akan literasi keuangan ini masih minim, hal ini dapat dilihat dari masih banyaknya masyarakat yang bersikap konsumtif dari pada

³ “Peminat Perbankan Syariah di Indonesia Masih Rendah” <https://www.gatra.com/>, di akses pada 27 April 2023 pukul 02.05

⁴ Wiwiek Rabiatul Adawiyah, “Pertimbangan, Pengetahuan, Dan Sikap Konsumen Individu Terhadap Bank Syariah”, *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 11, No. 2, 2010. h. 199

berinvestasi atau menabung untuk masa yang akan datang. Suatu pengelolaan yang efektif sangat di butuhkan untuk kehidupan sehari-hari agar mempermudah dalam mengambil suatu keputusan. Seseorang yang memiliki pendapatan yang cukup namun masih sering mengalami masalah finansial karena kurangnya pemahaman dalam menerapkan literasi keuangan dan berperilaku kurang bijak dalam mengambil suatu keputusan pembelanjaan keuangan.⁵

Di dalam lingkup lembaga keuangan yaitu bank, pelayanan merupakan suatu unsur yang penting yang harus di perhatikan dalam penerapannya. Suatu lembaga keuangan harus memiliki sumber daya manusia yang berkompeten dan memiliki keterampilan juga pengetahuan dibidangnya untuk bisa mengelola bank dengan baik sesuai dengan prosedur yang berlaku dan dapat meningkatkan profitabilitas bank syariah. Selain berkompeten, para pegawai yang terlibat dalam bank syariah harus inovatif dan kreatif untuk mengembangkan produk-produk namun sesuai dengan layanan syariat Islam. Menurut Statistika Perbankan Syariah (SPS) di 3 sampai 5 tahun terakhir persentase pertumbuhan nasabah bank syariah lebih unggul dibandingkan konvensional, namun dalam segi jumlah nasabah masih dikuasai oleh bank konvensional. Beberapa alasan yang menjadikan bank konvensional lebih unggul dalam jumlah nasabah di banding bank syariah adalah :

1. Bank konvensional memberikan pelayanan berupa pengundian kepada nasabah hal ini juga merupakan cara marketing dalam memikat nasabah.

⁵ Baiq Fitri Arianti, *Literasi Keuangan (Teori dan Implementasinya)*, (Jawa Tengah : CV. Pena Persada, 2021), h. 1

2. Sering hadir dalam *event* sebagai sponsor.
3. Pelayanan yang diberikan juga berupa mobil berjalan untuk memudahkan masyarakat dikampung.
4. Menaikan suku bunga untuk pengusaha yang memiliki deposito di atas 1 M.⁶

Selain itu, sumber daya manusia juga perlu adanya sosialisasi terkait dunia perbankan syariah secara jelas baik secara materi ataupun terjun langsung memberikan praktik dilapangan. Sosialisasi ini juga merupakan salah satu bentuk promosi yang dilakukan oleh bank syariah untuk menarik minat atau hati masyarakat. Karena dari sosialisasi ini masyarakat langsung mendapatkan pemahaman terkait bank syariah itu sendiri.⁷ Promosi yang sekarang banyak dilakukan ialah melalui media internet, internet sendiri sudah menjadi faktor yang paling mempengaruhi dalam dunia budaya, ekonomi juga sosial. Di era sekarang ini manusia sudah sangat dipermudah oleh akses digital mulai dari berbicara, berkomunikasi dan mengambil suatu keputusan. Demikian juga halnya dengan pemasaran, seiring berjalannya waktu melaksanakan pemasaran sudah dilakukan dengan menggunakan digital marketing yang dimana menggunakan teknik pemasaran yang berbasis internet yang semakin berkembang dan juga banyak dibutuhkan oleh masyarakat.⁸ Tidak dapat dipungkiri bahwasannya

⁶ “Alasan Kenapa Bank Syariah Kalah Saing dengan Bank Konvensional”, <https://www.finansialku.com/> di akses pada 27 April 2023 pukul 02.00

⁷ Riyan Pradesyah, “Pengaruh promosi dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuing)”, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 1, No. 20, 2020, h.115

⁸ Dewi Komala Sari, dkk (ed) , *Digital Marketing*, (Sidoarjo:Umsida Press, 2021), h. 7

sosial media merupakan salah satu situs promosi yang banyak digunakan sekarang ini, banyak nasabah yang melakukan penilaian terhadap produk dan juga layanan yang disediakan pada bank syariah tersebut.

Perkembangan sektor bank syariah di Indonesia sudah banyak disekitaran kita, mayoritas penduduk Indonesia muslim inipun yang membantu perkembangan bank syariah. Didalam ajaran Islam sikap konsumen wajib mencerminkan hubungan antara dirinya dengan sang khalik yakni Allah SWT yang dimana untuk selalu memilih hal-hal yang baik dan halal juga tidak memiliki sifat yang tamak agar hidupnya selalu selamat baik di dunia ataupun akhirat kelak. Hal-hal inilah yang disebut dengan faktor emosional yaitu tingkat religiusitas, karena pada tingkat religiusitas ini ialah seorang nasabah memilih untuk memiliki hubungan dengan bank syariah karena didalam prosedur kerja bank syariah menggunakan syariat Islam. Nasabah memiliki kepercayaan bahwa bank syariah mengharamkan riba bagi umat Islam. Kepercayaan ini hadir melalui proses yang cukup lama hingga kedua pihak saling percaya. Jika keduanya sudah saling percaya maka kerja sama yang dilakukan akan sangat mudah dan berdampak baik untuk memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak.⁹

Kota Serang adalah wilayah baru hasil pemekaran kabupaten Serang Provinsi Banten. Sebagai Ibu Kota Provinsi kehadirannya adalah sebuah konsekuensi logis dari keberadaan

⁹ Rahma Bellani Oktavindria Iranati, "Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Tangerang Selatan)", (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2017), h. 4

Provinsi Banten. Sejak terbentuk Kota Serang terdiri dari 6 (enam) Kecamatan yakni Kecamatan Serang, Kecamatan Kasemen, Kecamatan Walantaka, Kecamatan Curug, Kecamatan Cipocok Jaya dan Kecamatan Taktakan. Kota Serang memiliki luas Wilayah 266,77 Km² dengan jumlah penduduk sekitar 523.384 Jiwa dengan mayoritas penduduknya yang beraga Islam maka sangat memungkinkan bagi masyarakat kota Serang untuk bergabung sebagai nasabah di bank syariah.¹⁰

Di kota Serang sudah memiliki 10 unit bank umum syariah dan unit usaha syariah yang dimana terdiri dari beberapa kantor cabang juga kantor cabang pembantu. Karena hal ini menjadikan penulis tertarik untuk menjadikan Kota Serang sebagai objek dalam penelitian ini. Berdasarkan dari pemaparan-pemaparan yang telah diuraikan diatas, maka penulis ingin mengangkat penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan, Pelayanan, Digital Marketing, Dan Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Memilih Bank Syariah (Studi Mahasiswa FEBI UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten)”**

B. Identifikasi Masalah

Minat mahasiswa di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten dalam memilih bank syariah timbul karena adanya beberapa faktor yang mempengaruhi, diantaranya literasi keuangan, pelayanan, digital marketing dan religiusitas.

¹⁰ <https://dpupr.serangkota.go.id>, di akses pada tanggal 27 April 2023 pukul 02:45

1. Literasi keuangan yang baik terkait bank syariah itu sendiri merupakan hal yang penting sebagai landasan utama mahasiswa untuk bergabung sebagai nasabah di bank syariah.
2. Pelayanan suatu poin penting yang harus dilakukan oleh bank syariah, ialah melakukan pelayanan sesuai dengan prosedur yang berlaku dan sesuai dengan syariat Islam untuk memberikan kepercayaan kepada nasabah bahwa bank syariah menjalankan akad-akadnya sesuai dengan syariat Islam. Dan menimbulkan rasa kepercayaan nasabah itu sendiri terhadap bank syariah.
3. Digital marketing atau pemasaran yang dilakukan melalui media internet tidak kalah pentingnya dari pengetahuan juga pelayanan. Promosi ini merupakan batu lompatan untuk memberitahukan bahwa bank syariah memiliki banyak sekali keuntungan didalamnya yang dijalankan dengan prinsip syariah. Promosi ini juga merupakan salah satu poin penting untuk meningkatkan minat mahasiswa untuk bergabung di bank syariah.
4. Tingkat religiusitas, umat Islam banyak yang belum berpindah dari bank konvensional ke bank syariah karena belum banyak yang paham terkait perubahan tingkah laku.

C. Batasan Masalah

Karena melihat banyak sekali faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam memilih bank syariah, maka batasan masalah penelitian ini terkait pengaruh literasi keuangan, pelayanan, digital marketing dan religiusitas terhadap

minat mahasiswa memilih bank syariah (Studi Mahasiswa FEBI UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten).

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang sudah dipaparan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah literasi keuangan secara parsial berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam memilih bank syariah?
2. Apakah pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam memilih bank syariah?
3. Apakah digital marketing secara parsial berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam memilih bank syariah?
4. Apakah religiusitas secara parsial berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam memilih bank syariah?
5. Apakah literasi keuangan, pelayanan, digital marketing dan religiusitas berpengaruh terhadap simultan terhadap minat mahasiswa dalam memilih bank syariah?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan paparan latar belakang diatas maka tujuan dari penelitian ini antara lain adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan berpengaruh secara parsial terhadap minat mahasiswa dalam memilih bank syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap minat mahasiswa dalam memilih bank syariah.

3. Untuk mengetahui pengaruh digital marketing berpengaruh secara parsial terhadap minat mahasiswa dalam memilih bank syariah.
4. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas berpengaruh secara parsial terhadap minat mahasiswa dalam memilih bank syariah.
5. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, pelayanan, digital marketing dan religiusitas berpengaruh terhadap simultan terhadap minat mahasiswa dalam memilih bank syariah.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan atau bank
Penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat bagi bank dan dapat dijadikan sebagai informasi bagi bank syariah untuk selalu meningkatkan kinerja dan kualitas pelayanan bank. Dan juga sebagai saran untuk bank syariah bagaimana pengaruh literasi keuangan, pelayanan, digital marketing dan religiusitas dapat menarik minat mahasiswa dalam memilih bank syariah.
2. Bagi penulis
Dengan penelitian ini diharapkan penulis dapat menambah pengetahuan atau wawasan di dunia lembaga keuangan syariah khususnya perbankan syariah. Dan juga menambah wawasan khususnya tentang pengaruh literasi keuangan, pelayanan, digital marketing dan religiusitas terhadap minat mahasiswa dalam memilih bank syariah.

3. Bagi Akademisi

Dengan penelitian ini diharapkan memiliki manfaat bagi para pembacanya, dan juga sebagai informasi ilmiah dan dapat menambah referensi kepustakaan khususnya di jurusan perbankan syariah.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Didalam bab ini peneliti akan menjelaskan atau memaparkan mengenai latar belakang penelitian dan juga berisi tentang identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN TEORITIS

Didalam bab ini peneliti akan memaparkan mengenai kajian teori yang berisikan teori-teori terkait dengan permasalahan yang akan dikaji yaitu literasi keuangan, pelayanan, digital marketing dan religiusitas terdapat minat mahasiswa dalam memilih bank syariah, hasil penelitian terdahulu, hipotesis dan kerangka berfikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Di dalam bab ini peneliti akan memaparkan metode analisis data yang digunakan untuk melakukan penelitian ini. Bab ini juga berisi tempat dan waktu penelitian, metode penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data dan teknis analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Didalam bab ini peneliti akan memaparkan mengenai gambaran umum, pengujian data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini merupakan bab penutup yang berisikan kesimpulan dan juga saran yang berkaitan mengenai penelitian ini.