

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut pasal 1 angka 1 undang-undang Nomor 1 tahun 2008 tentang perbankan syariah, perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.¹

Munculnya bank syariah di Indonesia dilatar belakangi dengan adanya perkembangan bank-bank syariah di negara islam. Pada awal periode 1980-an, diskusi mengenai ekonomi syariah sebagai pilar ekonomi islam mulai dilakukan. Para tokoh yang terlibat dalam kajian tersebut adalah Karnaen A Permataatmadja, M.Dahardjo, A.M. Saefuddin, M.Amin Aziz, dan lain-lain. Akan tetapi praksara lebih khusus untuk mendirikan bank islam di Indonesia baru dilakukan pada tahun 1990, dimana Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 18-20 Agustus 1990 menyelenggarakan lokakarya bunga bank dan perbankan di Cisarua, Bogor Jawa Barat. Hasil lokakakrya tersebut kemudian dibahas pada musyawarah Nasional IV MUI yang berlangsung di Hotel Sahid Jaya Jakarta, 22-25 Agustus 1990. Berdasarkan

¹ Panji Adam, *fatwa-fatwa ekonomi syariah konsep, metodologi, dan impelementasinya pada lembaga keuangan syariah* (Jakarta, Amzah 2018) hal 228.

amanat Musyawarah Nasional IV MUI dibentuk kelompok kerja untuk membentuk bank islam di Indonesia sebagai bank syariah pertama di Indonesia dan mulai beroperasi sejak tanggal 2 Mei 1992.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia dapat dilihat dari beragamnya produk-produk perbankan syariah yang mampu membuat konsumen tertarik untuk memakai jasa perbankan syariah seperti pada produk penghimpunan dana yang akan diturunkan lagi menjadi produk tabungan, giro dan deposito. Awalnya perbankan syariah hanya dikenal oleh sebagian kecil masyarakat akan tetapi dengan terus berkembangnya perbankan syariah sekarang sudah banyak masyarakat di pelosok desa yang sudah mengenal perbankan syariah.

Masalah utama yang dihadapi lembaga keuangan syariah ini adalah bagaimana perusahaan menarik pelanggan dan mempertahankannya agar perusahaan dapat bertahan dan berkembang. Untuk mewujudkan tujuan tersebut maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat. Karena pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam setiap kegiatan yang berhubungan langsung dengan kebutuhan konsumen. Agar pemasaran sesuai sasaran maka pemasar harus memperhatikan perilaku konsumen dengan baik. Seperti penciptaan produk, penentuan pasar sasaran, dan promosi yang tepat sesuai kebutuhan konsumen.

Sebagai bagian dari pemasaran di dalam lembaga perbankan syariah harus dengan tepat mengambil keputusan untuk menghadapi masalah utama yang dihadapi perbankan syariah yaitu bagaimana perbankan syariah menarik nasabah agar nasabah tertarik untuk menggunakan jasa perbankan syariah. Strategi yang diambil oleh pemasar harus melihat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain: faktor kebudayaan, kelas sosial, keluarga, status, kelompok atau komunitas, usia, pekerjaan, gaya hidup dan lain-lain. Faktor-faktor ini dapat memberi petunjuk bagi pemasar untuk melayani pembeli secara efektif. Selain faktor-faktor yang berpengaruh dalam membentuk perilaku konsumen yang telah disebutkan, omer menuturkan bahwa perilaku ekonomi sangat ditentukan oleh tingkat keimanan seseorang atau masyarakat. Perilaku ini kemudian membentuk kecenderungan perilaku konsumsi dan produksi di pasar. Dalam arti lain religiusitas juga merupakan faktor pembentuk perilaku konsumen.²

Pada dasarnya dalam islam semua aspek kehidupan di atur dengan begitu rapih tak terkecuali dengan masalah konsumsi dimana seorang muslim harus mencerminkan hubungannya dengan Allah Swt. Hubungan tersebut dapat tercermin dari perilaku tidak berlebih-lebihan atau boros. Disisi lain juga tidak boleh berperilaku kikir, selain itu tidak boleh mengkonsumsi

² Muhlis, *Perilaku Menabung di Perbankan Syariah Jawa Tengah*, disertasi (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), hlm.44.

makanan yang diharamkan oleh Allah Swt. Sebagaimana di jelaskan oleh Allah Swt dalam al-Qur'an surat AL-A'raf:31.

﴿يٰٓبٰنِيٓ اٰدَمُ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ﴾ (الاعراف/٧: ٣١-٣١)

*“hai anak adam, pakailah pakaiannmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan” (Q.S AL-A'raf:31).*³

Religiusitas berasal dari kata religion (agama). Dalam pandangan islam agama adalah ad-din yang berarti nasihat, pedoman dan aturan hidup. Agama secara hakiki menyelaras kehidupan agar menjadi lebih baik selaras antara dunia dan akhirat. Dengan kenyataan bahwa mereka harus tunduk dan patuh dibawah ketentuan yang berlaku didalamnya.⁴

Menurut Suhardiyanto religiusitas adalah hubungan pribadi dengan pribadi ilahi dengan yang maha kuasa, maha pengasih lagi maha penyayang (Tuhan) yang berkonsekuensi hasrat untuk berkenan melaksanakan kehendak-Nya dan menjauhi yang tidak dikehendaki-Nya (Larangan-Nya)⁵.

Selain membahas faktor-faktor perilaku konsumen, akan dibahas juga faktor yang mempengaruhi konsumsi. Keynes

³ Al-Qur'an dan Terjemahnya Kemenag RI. (Surabaya: Duta Ilmu, 2008), hal 122

⁴ Khairunas Rajab, *Psikologi Agama penguatan nilai-nilai islam dalam psikologi* (Yogyakarta: Aswaja Presindo, 2014), hlm.28.

⁵ Fauzan, *Pengaruh Religiusitas Terhadap Etika Berbisnis Studi pada RM, Padang di kota Malang*, jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.15, No. 1, Maret 2011, hal 56.

menyatakan bahwa konsumsi di pengaruhi oleh pendapatan disposable. Pendapatan disposable adalah pendapatan yang siap untuk dibelanjakan pendapatan disposable yang digunakan untuk menabung merupakan pendapatan yang tersisa karena tidak habis digunakan untuk konsumsi. Secara tidak langsung tabungan masyarakat ditentukan oleh besarnya pendapatan dan juga besarnya konsumsi. Selain itu, tabungan juga ditentukan oleh tingkat suku bunga, disposable income yang ada pada dasarnya digunakan untuk memenuhi kebutuhan pengeluaran konsumsi dan sebagian lain digunakan untuk menabung.⁶

Minat menabung merupakan bagian atau salah satu elemen penting dari perilaku nasabah dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang serta jasa ekonomi. Secara umum, perilaku pengambilan keputusan untuk membeli atau mempergunakan jasa tertentu dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu: harga, servis yang di tawarkan, lokasi, kemampuan tenaga penjual, periklanan.

Berdasarkan uraian yang telah di kemukakan di atas, dan belum ada peneliti yang mengkaji tentang Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Perbankan Syariah, maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul **Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di**

⁶ Ernita Dewi Et. Al, *Analisis Pertumbuhan Ekonomi, Investasi, dan Konsumsi di Indonesia*, Jurnal Kajian Ekonomi (Online) Vol.1 No.02, 2013.

Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasiswa Uin Sultan Maulana Hasanuddin Banten Jurusan Perbankan Syariah Angkatan Tahun 2018)

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka identifikasi masalah dari penelitian ini adalah mengenai Pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah.

C. Batasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian lebih terarah, terfokus, dan tidak menyimpang dari sasaran pokok penelitian. Oleh karena itu, penulis akan membatasi penelitian ini pada:

1. Fokus penelitian hanya mengenai pengaruh tingkat Religiusitas yaitu peneliti hanya berfokus kepada dimensi keyakinan, dimensi praktik agama, dimensi pengalaman, dimensi pengetahuan agama dan dimensi pengamalan.
2. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa jurusan perbankan syariah universitas islam negeri sultan maulana hasanuddin Banten.
3. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa angkatan tahun 2018.

D. Perumusan Masalah

Melalui batasan masalah di atas, maka untuk mempermudah penelitian ini, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah tingkat religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa jurusan perbankan syariah universitas islam negeri sultan Maulana Hasanuddin Banten angkatan tahun 2018?
2. Apakah disposable income berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa jurusan perbankan syariah universitas islam negeri sultan Maulana Hasanuddin Banten angkatan tahun 2018?
3. Apakah tingkat religiusitas dan disposable income bersama-sama berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa jurusan perbankan syariah universitas islam negeri sultan Maulana Hasanuddin Banten angkatan tahun 2018?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan utama yang ingin dicapai penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah tingkat religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa jurusan perbankan syariah universitas islam negeri sultan Maulana Hasanuddin Banten angkatan tahun 2018
2. Untuk mengetahui apakah disposable income berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa jurusan perbankan

syariah universitas islam negeri sultan maulana hasanuddin banten angkatan tahun 2018

3. Untuk mengetahui apakah tingkat religiusitas dan disposable income bersama-sama berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa jurusan perbankan syariah universitas islam negeri sultan maulana hasanuddin banten angkatan tahun 2018

F. Manfaat Penelitian

1. Akademisi

Hasil ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan para pembaca, serta dapat menambah rujukan untuk referensi pembaca yang ingin melakukan penelitian mengenai analisis tingkat religiusitas dan disposable income terhadap minat menabung mahasiswa di perbankan syariah universitas islam negeri sultan maulana hasanuddin banten angkatan tahun 2018.

2. Praktisi

Sebagai referensi untuk perbankan syariah untuk lebih mengenal perilaku konsumen atau nasabahnya dan memberikan masukan dalam rangka perumusan strategi dan penentuan kebijakan pemasaran tentang perilaku menabung mahasiswa di perbankan syariah.

G. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori-teori sebagai hasil dari studi pustaka. Teori yang didapat akan menjadi landasan pendukung mengenai masalah yang di teliti oleh penulis, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode analisis yang digunakan dalam penelitian dan data-data yang digunakan beserta sumber data.

BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum, objek penelitian, pengujian hipotesis, dan analisis data.

BAB V : PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian yang diperoleh.

