

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri perbankan di Indonesia merupakan gambaran yang sangat baik tentang bagaimana perekonomian negara berkembang. Ada bank konvensional dan bank syariah yang beroperasi di dalam sektor keuangan Indonesia. Kedua sistem tersebut secara substansial berbeda dalam berbagai aspek, termasuk bagaimana mereka beroperasi, bagaimana mereka mengelola keuangan, bagaimana pendapatan didistribusikan, dan bagaimana mereka mengawasi bank.¹ Perbedaan tersebut diharapkan dapat memberikan peluang untuk membuat masyarakat tertarik dengan transaksi syariah bebas riba, khususnya masyarakat muslim.

Keberadaan bank konvensional dan bank syariah pada umumnya berfungsi sebagai perantara dalam jasa lalu lintas pembayaran. Peranan perbankan syariah dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah menjadi semakin penting untuk mencapai perekonomian yang lebih seimbang dan juga menjadi ukuran keberhasilan sistem ekonomi Islam. Produk dan jasa yang ditawarkan bank syariah berbeda dengan yang ditawarkan oleh bank konvensional. Seperti konsep musyarakah, mudharabah, murabahah, ijarah, dan istishna. Prinsip ini tidak termasuk bunga seperti cara bank konvensional dalam mengelolanya.

¹ Uun Sunarsih Dan Meitry Nurachma Wijayantie, "Penentuan Keputusan Mahasiswa Untuk Menabung Di Perbankan Syariah," *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen* 18, No. 02 (2 November 2021), 91.

Secara umum, pengetahuan bank syariah dengan aturan bagi hasil dan prinsip syariah Islam sudah dikenal luas oleh masyarakat. Pengetahuan akan perbankan syariah merupakan motivasi penting agar mampu menjelaskan produk atau layanan perbankan syariah kepada masyarakat umum untuk menarik minat dan meyakinkan mereka agar menyimpan uang di bank syariah, maka dari itu masyarakat membutuhkan sejumlah besar pengetahuan tentang perbankan syariah secara lebih dalam.² Pengetahuan akan perbankan syariah sangat penting bagi masyarakat, karena sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk maupun jasa seseorang harus mengetahui bagaimana manfaat yang akan dihasilkan dari suatu produk atau jasa yang akan digunakan.

Masyarakat umum memiliki tingkat pemahaman dan pendapat yang berbeda-beda tentang bagi hasil dan bunga bank. Ada yang bersedia menerima bagi hasil tetapi tidak menerima bunga bank, ada pula yang mau menerima bagi hasil tetapi tetap menerima bunga bank. Perilaku ini menjadi fenomena yang menarik, sebagai contoh pengetahuan dan perilaku masyarakat dalam menyikapi kebijakan *dual banking system*.³

Berbeda dengan masyarakat umum yang mayoritas belum mengetahui prinsip dasar perbankan syariah. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri jurusan Perbankan Syariah telah diajari mata kuliah yang berkaitan dengan perbankan syariah, sehingga idealnya mereka sudah mengenal dan memiliki pemahaman yang baik tentang perbankan syariah

² G.W.I. Awal Habibah Dan Afriani Nur Hasanah, "Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Dibank Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Pagar Puding Kec. Tebo Ulu)," *Jurnal Margin : Journal Of Islamic Banking* 1, No. 1 (September 2021), 45.

³ Anita Rahmawaty, "Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syari'ah Terhadap Minat Menggunakan Produk Di Bni Syari'ah Semarang," *Jurnal Addin* 8, No. 1 (Februari 2014), 6.

secara umum serta sistem perbankan syariah. Mahasiswa termasuk salah satu target yang layak menjadi suatu pertimbangan dalam menambah jumlah nasabah bank syariah.

Berdasarkan pembahasan diatas peneliti memilih mahasiswa perbankan syariah karena mahasiswa prodi perbankan syariah lebih memahami bagaimana sistem operasional dan prinsip-prinsip yang diterapkan pada bank syariah. Selain itu peran mahasiswa perbankan syariah juga diharapkan dapat memperluas sektor perbankan syariah serta menjadi contoh kepada masyarakat agar lebih memilih untuk menggunakan jasa perbankan syariah. Berdasarkan dari penjelasan tersebut dilakukan observasi awal kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri jurusan Perbankan Syariah angkatan 2019, 2020, dan 2021 untuk melihat pengguna dari jasa Bank Syariah yang paling dominan. Dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data Pengguna Jasa Bank Syariah
Mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Kediri
Tahun 2023

No	Mahasiswa Perbankan Syariah Tahun Angkatan	Pengguna Bank Syariah	
		Ya	Tidak
1	2019	93	108
2	2020	108	67
3	2021	43	122
Jumlah		244	297

Sumber : Hasil Kuesioner (Data Diolah)

Berdasarkan hasil data diatas, menunjukkan bahwa mahasiswa perbankan syariah angkatan 2020 paling banyak dalam menggunakan jasa bank syariah yaitu berjumlah 108 mahasiswa. Dapat diartikan bahwa mahasiswa percaya kepada Bank Syariah dengan menyimpan dananya di Bank

Syariah. Akan tetapi masih banyak diantara mereka yang masih menggunakan atau memilih menjadi nasabah bank konvensional, hal tersebut dikarenakan bank konvensional adalah pilihan orang tua mereka, dan ada pula yang menggunakan Bank tersebut karena instansi mereka bekerja atau institusi tempat mereka belajar.

Bank syariah menawarkan pilihan bagi masyarakat umum serta mahasiswa ataupun pelajar untuk menyimpan uang mereka di bank syariah karena tidak membebankan bunga pada tabungan. Kinerja perbankan syariah harus terus ditingkatkan dengan memastikan nasabah puas dengan tingkat kepercayaan dan pelayanan yang mereka dapatkan selama menggunakan produk perbankan syariah.⁴ Jadi, perbankan syariah harus memiliki pemahaman tentang perilaku konsumen, khususnya dalam konteks pasar kontemporer, di mana nasabah potensial sangat selektif terhadap aktivitas keuangan yang mereka lakukan.

Candrianto mendefinisikan perilaku konsumen sebagai studi tentang bagaimana individu, komunitas, dan organisasi membuat keputusan tentang apa yang akan dibeli dan dimana membelinya.⁵ Menurut definisi yang diberikan oleh Mangkunegara dalam buku Aditya Wardhana menjelaskan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan yang dilakukan individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan produk atau jasa yang dapat dipengaruhi

⁴ Sunarsih Dan Wijyantie, "Penentuan Keputusan Mahasiswa Untuk Menabung Di Perbankan Syariah," 92.

⁵ Candrianto, *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar* (Malang: Literasi Nusantara, 2021), 8.

lingkungan.⁶ Dapat dikatakan bahwa perilaku konsumen yang dilakukan oleh seseorang sangat berhubungan dengan keputusan yang akan diambil, baik dalam hal membeli barang maupun jasa.

Menurut penjelasan Assael pengambilan keputusan dalam buku yang ditulis oleh Yenni Arfah adalah tindakan mengevaluasi dan memilih dari sejumlah kemungkinan berdasarkan kepentingan tertentu dengan memilih opsi yang dipandang paling menguntungkan. Pengetahuan digabungkan dalam proses mengevaluasi dua atau lebih perilaku potensial dan memilih salah satunya, yang dikenal sebagai keputusan pembelian.⁷

Ada sejumlah faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah antara lain: kebudayaan (budaya, kelas sosial), sosial (kelompok referensi, keluarga, peran, dan status), pribadi (usia, profesi, gaya hidup, kepribadian, dan ekonomi), dan psikologis (motivasi, persepsi, pengetahuan (pembelajaran), keyakinan, dan sikap). Faktor ini bukanlah sesuatu yang dapat dipengaruhi oleh pemasar, tetapi sangat berguna dalam menentukan pelanggan mana yang mungkin tertarik pada suatu produk. Faktor lain yang bisa terpengaruh oleh pemasar antara lain adalah “4P”: *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi).⁸

Berdasarkan faktor tersebut nasabah akan mempertimbangkan keputusan untuk memilih menabung di bank syariah, karena perilaku konsumen akan menentukan apa, berapa banyak, dimana, dan kapan mereka

⁶ Aditya Wardhana Dkk., *Perilaku Konsumen (Teori Dan Implementasi)* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2022), 25.

⁷ Yenni Arfah, *Keputusan Pembelian Produk* (Padang Sidempuan: Pt Inovasi Pratama Internasional, 2022), 2.

⁸ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2015), 10.

membeli produk yang mereka butuhkan, maka perbankan syariah harus mampu membaca peluang dan segera mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsekuensinya perilaku pembeli akan berdampak pada keputusan pembelian untuk produk tertentu.⁹ Sebelum mengidentifikasi masalah penelitian, kegiatan observasi awal dijadikan sebagai bahan acuan pertama untuk mendapatkan sebuah informasi awal sebelum menentukan masalah. Yang berarti, identifikasi masalah perlu membutuhkan observasi awal, sehingga masalah yang diidentifikasi adalah masalah yang nyata dan akurat. Kuesioner disebar kepada 35 responden sebagai observasi awal, maka alasan nasabah memilih keputusan menabung di bank syariah adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2
Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menabung Di Bank Syariah
Mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Kediri
Tahun 2023

Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan		Jumlah
Kebudayaan	Budaya	0
	Kelas Sosial	1
Sosial	Kelompok Referensi	0
	Keluarga	0
	Peran dan Status	0
Pribadi	Usia	0
	Profesi	0
	Gaya Hidup	3
	Kepribadian	3
	Kondisi Ekonomi	4
Psikologi	Motivasi	5
	Persepsi	4
	Pengetahuan	12
	Kepercayaan dan Sikap	3

⁹ Gede Adi Wirapradnyana, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menjadi Nasabah Bank Syariah," *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi* 1, No. 1 (Desember 2013), 98.

Total	35
-------	----

Sumber : hasil kuesioner (data diolah)

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa faktor yang berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa menabung di bank syariah terletak pada faktor pengetahuan karena menduduki jumlah responden yang tinggi yaitu 12 responden. Sedangkan faktor kelas sosial 1 responden, faktor gaya hidup 3 responden, faktor kepribadian 3 responden, faktor ekonomi 4 responden, faktor motivasi 5 responden, faktor persepsi 4 responden dan faktor kepercayaan 3 responden. Jadi dapat disimpulkan faktor pengetahuan mempengaruhi perilaku keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah.

Alasan memilih variabel pengetahuan dikarenakan mahasiswa perbankan syariah IAIN Kediri telah memperoleh pengetahuan tentang perbankan syariah dari mata kuliah antara lain : ilmu perbankan, produk dan operasional bank syariah, manajemen SDI Bank syariah, manajemen pemasaran bank syariah, manajemen risiko bank syariah, manajemen dana bank syariah dan masih banyak lainnya. Pemahaman yang diperoleh mahasiswa dari mata kuliah tersebut dapat dijadikan pengetahuan terhadap keputusan menabung di bank syariah. Selain itu, pengetahuan tentang perbankan syariah juga dapat diperoleh dari informasi melalui berbagai sumber, seperti televisi, internet, radio, majalah, surat kabar, pamflet, dan bahkan pengalaman sendiri.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang permasalahan tersebut menggunakan judul penelitian **“Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di**

Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2020 IAIN Kediri)”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka peneliti dapat menyimpulkan adanya rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengetahuan mahasiswa mengenai perbankan syariah?
2. Bagaimana keputusan mahasiswa menabung di bank syariah?
3. Bagaimana pengaruh pengetahuan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah yang dijelaskan di atas, tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengetahuan mahasiswa mengenai perbankan syariah.
2. Untuk mengetahui keputusan mahasiswa menabung di bank syariah
3. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah.

D. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini memiliki manfaat praktis dan teoritis.

Penelitian ini dapat digunakan untuk:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan yang bermanfaat, khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan seseorang.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi dalam peningkatan pengetahuan, wawasan, dan pengalaman yang dapat digunakan dalam penelitian, khususnya yang berkaitan dengan pengetahuan konsumen yang merupakan salah satu dari beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan.

b. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan tambahan untuk perbandingan dan referensi bagi mahasiswa maupun akademisi yang melakukan penelitian.

c. Bank Syariah

Di harapkan penelitian ini dapat menjadi solusi atas permasalahan bagaimana nasabah memilih menabung, khususnya nasabah bank syariah. Sehingga dapat menjadi referensi untuk meningkatkan jumlah nasabah pada bank syariah

E. Penelitian Terdahulu

Berikut Telaah Pustaka yang digunakan penulis:

1. Najilla Aurora Dytia (2020), dengan judul penelitian “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Penabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2016 IAIN Kediri)”.

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa nilai Multiple R yaitu 0,922 menunjukkan bahwa harga memiliki hubungan yang kuat dengan keputusan menjadi nasabah penabung di Bank Syariah yang dilakukan oleh mahasiswa IAIN Kediri. Kesimpulan ini berdasarkan temuan penelitiannya yang menunjukkan bahwa korelasi seluruh variabel harga terhadap keputusan pelanggan ditunjukkan dengan besarnya Multiple R. Sedangkan koefisien determinan R square sebesar 0,851, menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pelanggan. keputusan menabung sebesar 85,1%, sedangkan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini mempengaruhi sisanya sebesar 14,9%. Mengingat korelasinya mendekati angka 1, maka dapat disimpulkan bahwa harga sangat mempengaruhi keputusan nasabah.¹⁰

Persamaannya yaitu pada variabel Y (keputusan). Kesamaan lainnya yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif dan objek yang diteliti adalah mahasiswa perbankan syariah IAIN Kediri. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel X, yaitu jika peneliti terdahulu menggunakan harga sebagai variabel X sedangkan penelitian ini menggunakan pengetahuan sebagai variabel X.

2. Prayoga Bayu Permana (2021) dengan judul penelitian “Pengaruh pengetahuan konsumen terhadap keputusan memilih produk pembiayaan murabahah (studi kasus anggota BMT KSPPS Harapan Umat Tulungagung”.

¹⁰ Najila Aurora Dytia, “‘Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Penabung Di Bank Syariah’ (Studi Pada Mahasiswaperbankan Syariah Angkatan 2016)” (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Kediri, 2021), 65–66.

Berdasarkan hasil perhitungan korelasi, pengetahuan konsumen terhadap pengambilan keputusan menunjukkan nilai sebesar 0,796. Sedangkan hasil perhitungan sig (0,000) < 0,05 = H_a diterima, H_o ditolak, artinya pengetahuan konsumen mempengaruhi keputusan memilih produk pembiayaan murabahah di kspps bmt harapan umat tulungagung. Nilai tersebut terletak pada rentang interval koefisien antara 0,70-0,90 jadi dapat dikatakan terdapat pengaruh kuat/tinggi. Jadi berdasarkan hasil koefisien determinasi persial yang telah diujikan, didapatkan nilai square 0,641 yang berarti variabel-variabel yang dipengaruhi variabel pengetahuan konsumen sebesar 0,634 atau 63,4%.¹¹

Persamaan dari penelitian ini terletak pada variabel X (Pengetahuan) dan variabel Y (Keputusan). Kemudian, sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Adapun perbedaan penelitian terdahulu yaitu objek penelitian terdahulu pada nasabah Kspps Bmt Harapan Umat Tulungagung. Sedangkan objek pada penelitian ini yaitu mahasiswa prodi perbankan syariah IAIN Kediri Angkatan Tahun 2020.

3. Intan Yuniar Fadillah (2019) berjudul “pengaruh pengetahuan dan kepercayaan terhadap keputusan nasabah menabung di bank BRI Syariah KC Madiun. “

Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa variabel (X1 dan X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y). Keputusan pelanggan untuk menabung sangat dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan dan kepercayaan

¹¹ Prayoga Bayu Permana, ““Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Memilih Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus Anggota Bmt Kspps Harapan Umat Tulungagung’.” (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Kediri, 2021), 91.

mereka. Hal ini sangat terlihat dari nilai dari $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $82,161 > 3,090$ dengan tingkat kepentingan $0,000 < 0,005$, hal ini mengandung arti bahwa pengujian spekulasi mengakui H1 menolak H0, sehingga secara simultan atau bersama-sama faktor-faktor dari pengetahuan dan kepercayaan pada dasarnya memengaruhi keputusan nasabah. Sedangkan nilai koefisien determinasi (R^2) pada R square sebesar 0,629 sehingga variabel pengetahuan dan kepercayaan bisa menjelaskan variabel keputusan nasabah menabung sebesar 0,629 atau 62,9% dan sisanya 37,1% dijelaskan oleh faktor lain.¹²

Persamaan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pengetahuan dan keputusan sebagai variabel dan juga menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini fokus pada pengetahuan dan kepercayaan terhadap keputusan nasabah Imenabung, sedangkan penelitian ini hanya fokus pada satu variabel yaitu pengetahuan terhadap keputusan nasabah.

4. Arief firdy firmansyah (2019) Berjudul “pengaruh pengetahuan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah perbankan syariah.”

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ketika H₁ diterima, maka variabel pengetahuan nasabah X₁ dan kualitas pelayanan X₂ berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pada bank BNI Syariah Surabaya. Penelitian ini menunjukkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak. Selain itu juga

¹² Intan Yuniar Fadillah, ““Pengaruh Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Bri Syariah Kc Madiun”” (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islami Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2019), 86.

mendapatkan nilai koefisien nasabah sebesar 55,1% dan kualitas pelayanan sebesar 55,1%. Sedangkan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini berdampak pada sisanya sebesar 44,9%.¹³

Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel pengetahuan dan keputusan nasabah. Selain itu penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian ini fokus pada pengetahuan dan kualitas pelayanan. Dan juga penelitian arief firdy firmansyah menggunakan regresi linier berganda. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana.

5. Seima Maratus Sholihah (2019) berjudul “pengaruh pengetahuan konsumen dan periklanan terhadap keputusan nasabah menabung pada BRI Syariah KCP Ponorogo.”

Berdasarkan hasil uji statistik secara simultan (bersama) menghasilkan nilai signifikansi 0,002 0,05 dan nilai F tabel adalah $6,523 > 309$. Hal ini menjelaskan mengapa H1 diterima dan H0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan nasabah dalam menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo dipengaruhi secara simultan oleh periklanan dan pengetahuan konsumen.¹⁴

¹³ Arief Firdy Firmansyah, “Pengaruh Pengetahuan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah.” (Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya, 2019), 91.

¹⁴ Seima Maratus Sholihah, “Pengaruh Pengetahuan Konsumen Dan Periklanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Padabri Syariah Kcp Ponorogo.” (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam , Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2019), 81.

Persamaan Studi ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan pengukuran yang sama dengan variabel pengetahuan dan keputusan menabung. Sementara perbedaannya adalah peneliti terdahulu memusatkan perhatian pada dua faktor X, sedangkan fokus penelitian ini hanya menggunakan satu variabel X.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah suatu jawaban sementara dari suatu permasalahan yang sedang dikaji. Jawaban ini bersifat sementara dan masih harus dilakukan penelitian lebih lanjut untuk membuktikan kebenarannya.¹⁵

H_a : Terdapat pengaruh pengetahuan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah

H_0 : Tidak terdapat pengaruh pengetahuan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah

¹⁵ Amin Dan Linda Yurike Susan Sumendap, *164 Model Pembelajaran Kontemporer* (Yogyakarta: Pusat Penerbitan Lppm, 2022), 286.