

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dewasa ini, dunia perbankan semakin berkembang seiring dengan waktu yang terus berjalan. Semakin banyak yang melibatkan perbankan untuk mempermudah aktivitas sehari-hari yang berkenaan dengan penyaluran uang. Ketika industri perbankan berkembang pesat, hal itu memberikan banyak perubahan pada pertumbuhan ekonomi di seluruh dunia.

Perbankan syariah mencakup segala hal terkait dengan bank syariah dan entitas bisnis syariah yang mencakup aspek organisasi, kegiatan usaha, dan metode operasional yang mereka terapkan. Peningkatan sistem perbankan syariah di Indonesia dilakukan sebagai bagian dari *dual banking system* atau sistem perbankan ganda yang terintegrasi dalam kerangka Arsitektur Perbankan Indonesia (API), dengan tujuan memberikan pilihan layanan perbankan yang lebih komprehensif kepada penduduk Indonesia.<sup>1</sup>

Bank syariah adalah institusi keuangan yang menjalankan aktivitasnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, menghindari praktik-praktik seperti maysir (perjudian), gharar (ketidakpastian berlebihan), Riba (bunga) dan penipuan. Bank syariah menerapkan prinsip bagi hasil dengan adil baik dalam pengumpulan dana maupun pemberian pembiayaan, di mana keuntungan atau kerugian dibagi secara merata.<sup>2</sup> Praktek operasional bank syariah secara jelas mencerminkan prinsip-prinsip yang terdapat dalam Al-Qur'an dan hadis.

---

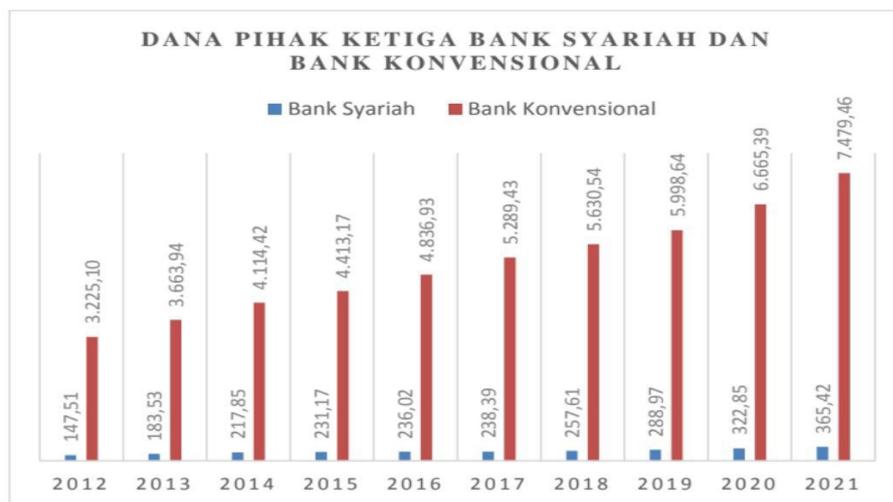
<sup>1</sup> Andriani, A., & Putri, O. A., "Perkembangan teknologi finansial dan total pembiayaan: analisis strategi Bank syariah di Indonesia", *Jurnal of Economics and Policy Studies*, 3 (2022), hlm. 1-14.

<sup>2</sup> Ahmad Supriyadi, "Bank Syariah Dalam Perspektif Filosofis, Yuridis Dan Sosiologis Bangsa Indonesia", (2017), h.3.

Ketaatan terhadap prinsip-prinsip Al-Qur'an memberikan jaminan terhadap keadilan dan keseimbangan yang diperlukan dalam kegiatan perbankan, serta memastikan bahwa aktivitas komersial berada pada lintasan yang benar.

Dalam Peraturan Bank Indonesia No. 8/14/PBI/2006 Pasal 2 ayat (1) PBI, dan Pasal 34 ayat 1 Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, dijelaskan bahwa perbankan diwajibkan untuk menerapkan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* yang terdiri dari transparansi dan akuntabilitas. Bank syariah wajib patuh terhadap aturan hukum dan melaksanakan tanggung jawabnya dengan independensi, keadilan, dan kesetaraan dalam setiap tahap pelaksanaannya.<sup>3</sup>

**Gambar 1.1**  
**Grafik Dana Pihak Ketiga Bank Syariah dan Bank Konvensional**



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

Dana Pihak Ketiga (DPK) merupakan dana yang diperoleh oleh bank dari masyarakat dalam bentuk tabungan, giro, dan deposito. Menurut Peraturan Bank Indonesia No. 10/19/PBI/2008, dana pihak ketiga bank, kemudian

<sup>3</sup> Moh. Amin Rukmiati Rumadan, Noor Shodiq Askandar, "Pengaruh Implementasi Syariah Governance Terhadap Loyalitas Nasabah", E-JRA Vol. 07 No. 01 (2018), h.32–45.

disebut DPK, merupakan kewajiban bank kepada individu dalam mata uang rupiah maupun valuta asing.<sup>4</sup> Berdasarkan gambar 1.1, dapat diketahui bahwa jumlah Dana Pihak Ketiga selama sepuluh tahun terakhir telah mengalami peningkatan. Data menunjukkan bahwa jumlah DPK Bank Konvensional dari tahun 2012 hingga 2021 telah mencapai Rp 7.479,46 Triliun, sementara jumlah dana pihak ketiga bank syariah dalam periode yang sama telah mencapai Rp 365,42 Triliun. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa jumlah dana pihak ketiga bank konvensional jauh lebih besar daripada bank syariah.<sup>5</sup> Tetapi disisi lain, menurut OJK kinerja perbankan syariah dalam beberapa indikator menunjukkan performa yang lebih baik dibandingkan perbankan konvensional. Pertumbuhan aset perbankan syariah pada tahun 2022 sebesar 15,63% (yoy) lebih tinggi dibandingkan dengan perbankan konvensional sebesar 9,50 % (yoy) selama tahun 2022. Demikian pula pertumbuhan pembiayaan perbankan tren positif yang lebih baik dibanding dengan perbankan konvensional dengan mencatatkan pertumbuhan sebesar 20,44% (yoy) di bulan Desember 2022, lebih tinggi dibandingkan dengan perbankan konvensional sebesar 10,72% (yoy).<sup>6</sup> Hal ini bisa diartikan bahwa masyarakat sudah mulai mempertimbangkan keberadaan perbankan syariah, bank yang beroperasi menggunakan prinsip-prinsip Islam yang tidak hanya berfokus pada keuntungan tetapi juga kesejahteraan masyarakat.

---

<sup>4</sup> Ari Kristin Prasetyoningrum, “Risiko Bank Syariah”, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), h.93.

<sup>5</sup> <https://www.ojk.go.id/id>, (Diakses pada 29 Mei 2024, pukul 21.05).

<sup>6</sup> [https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/OJK-Luncurkan-Buku-Laporan-Perkembangan-Keuangan-Syariah-Indonesia-\(LPKSI\)-2022.aspx](https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/OJK-Luncurkan-Buku-Laporan-Perkembangan-Keuangan-Syariah-Indonesia-(LPKSI)-2022.aspx) (Diakses pada 29 Mei 2024, pukul 21.49).

Secara umum, sebagian besar masyarakat sudah mengetahui bahwa prinsip yang diberikan oleh bank syariah dalam setiap produknya adalah prinsip bagi hasil dan juga prinsip yang berpegang teguh pada Islam. Dalam Islam, tidak ada prinsip *time value of money* yang didasarkan pada bunga seperti dalam transaksi ekonomi konvensional, karena konsep keuntungan tanpa risiko atau mendapatkan hasil tanpa biaya sangat tidak diperbolehkan.<sup>7</sup> Pengetahuan ini membantu mereka menjelaskan produk dan layanan bank syariah untuk menarik minat dan meyakinkan orang untuk menggunakan serta melakukan pembelian.

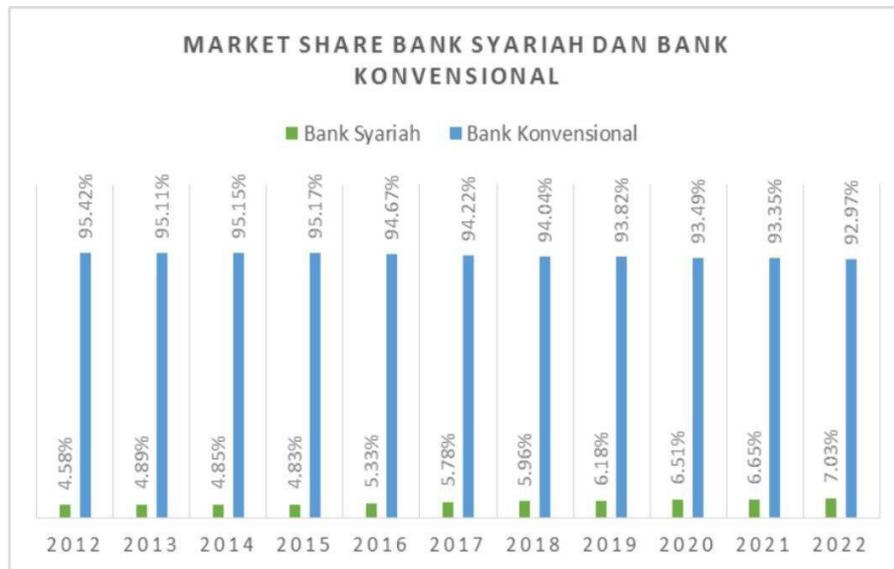
Menurut Sangadji dan Sopiiah dalam penelitian Raja Titif Aerma, menyatakan bahwa pengetahuan adalah informasi yang tersimpan dalam ingatan. Pengetahuan yang dimiliki konsumen akan memengaruhi keputusan mereka dalam berbelanja, termasuk jenis produk yang dibeli, jumlahnya, tempat pembelian, dan waktu pembelian, semuanya dapat dipengaruhi oleh pengetahuan yang dimiliki konsumen tentang hal-hal tersebut.<sup>8</sup> Dengan perkembangan tersebut, orang-orang yang belum menggunakan layanan perbankan syariah memerlukan pemahaman, pembelajaran, dan informasi lebih lanjut tentang konsep perbankan syariah. Penting bagi masyarakat untuk memiliki pemahaman tentang perbankan syariah karena sebelum mereka memutuskan untuk menggunakan produk atau layanan dari bank syariah, sangat penting untuk mereka memahami manfaat yang ditawarkan oleh produk atau layanan tersebut.

---

<sup>7</sup> Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah Di Indonesia* (UGM PRESS, 2018), hlm 12.

<sup>8</sup> Titif Raja Titif Aerma, "Pengaruh Brand Image Dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent Pada Masyarakat Desa Pasar Baru Kecamatan Pangean", (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2021).

**Gambar 1.2**  
**Grafik Market Share**  
**Bank Syariah dan Bank Konvensional (2012- 2022)**



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

Menurut informasi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada gambar 1.2, selama sepuluh tahun terakhir, pangsa pasar masih didominasi oleh bank konvensional. Data terbaru pada tahun 2022 menunjukkan bahwa pangsa pasar bank konvensional mencapai 92,97%, sedangkan bank syariah hanya memiliki 7,03%.<sup>9</sup>

Beberapa kendala yang dihadapi perbankan syariah di Indonesia antara lain adalah kurangnya upaya edukasi masyarakat tentang perbankan syariah. Banyak masyarakat yang belum memahami bank syariah dan proses kerjanya. Berdasarkan data Kementerian Agama RI, jumlah penduduk Indonesia yang beragama Islam mencapai sekitar 241,7 juta orang pada akhir tahun lalu atau setara dengan 87,02% dari total penduduk Tanah Air.<sup>10</sup> Dalam konteks ini,

<sup>9</sup> <https://www.ojk.go.id/id>, (Diakses pada 29 Mei 2024, pukul 21.39).

<sup>10</sup> Satu Data, <https://satudata.kemenag.go.id/dataset/detail/jumlah-penduduk-menurut-agama>, (diakses pada tanggal 29 Mei 2024, pukul 22.05).

bank syariah sebenarnya memiliki potensi besar karena sistemnya yang berbeda dengan bank konvensional, terutama dalam hal penerapan prinsip-prinsip Islam.<sup>11</sup> Menurut Abdullah Firman Wibowo, lemahnya pangsa pasar bank syariah dibandingkan bank konvensional disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat mengenai konsep syariah yang diterapkan bank syariah.<sup>12</sup>

Tidak seperti masyarakat umum yang sebagian besar belum mengetahui dasar-dasar dari konsep yang diterapkan bank syariah, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kediri sudah mempelajari mata kuliah yang membahas tentang perbankan syariah. Memilih target mahasiswa sebagai generasi peningkat pengguna bank syariah merupakan suatu tindakan layak untuk dipertimbangkan. Alasan penelitian ini menggunakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri dibandingkan dengan Fakultas lain dikarenakan berdasarkan survei yang telah peneliti lakukan, menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam lebih banyak mendapatkan mata kuliah mengenai bank syariah yang belum tentu ada dalam mata kuliah Fakultas lain di IAIN Kediri. Dengan demikian, dipastikan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sudah mempelajari prinsip-prinsip yang diterapkan bank syariah. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti memilih mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kediri untuk dijadikan subjek penelitian.

---

<sup>11</sup> Ferry Khusnul Mubarak, dkk. "Pengaruh BOPO, NPF, ROA Dan Inflasi Terhadap Aset Perbankan Syariah Di Indonesia", Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah, 7.1 (2021), 136.

<sup>12</sup> Alinea.id, Market share bank syariah hanya 6,4% jauh dibawah bank konvensional, <https://www.alinea.id/bisnis/market-share-bank-syariah-hanya-6-4-b2c7V95Rq>(Diakses pada 29 Desember 2023 pukul 00.47).

**Tabel 1.1**  
**Mata Kuliah Mengenai Perbankan Syariah yang Pernah di Tempuh**  
**oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri**

<b>Program Studi</b>	<b>Mata Kuliah</b>	<b>SMT.</b>
Ekonomi Syariah	Ilmu Perbankan	2
	Lembaga Keuangan Syariah	4
	Manajemen Bank Syariah	5
	Aspek Hukum Bank Syariah	5
	Konsep dan Teknik Bagi Hasil	6
Perbankan Syariah	Ilmu Perbankan	2
	Produk dan Operasional Bank Syariah	3
	Ekonomi Moneter & Ke-Bank Sentralan	4
	Manajemen SDI Bank Syariah	4
	Manajemen Pemasaran Bank Syariah	4
	Manajemen Resiko Bank Syariah	5
	Manajemen Dana Bank Syariah	5
	Manajemen Pembiayaan Bank Syariah	5
	LKS NB	6
	Teknologi Informasi Perbankan	6
	Manajemen Strategik Bank Syariah	6
	Konsep dan Teknik Bagi Hasil	6
	Seminar Pemasaran Bank Syariah	7
Akuntansi Syariah	Ilmu Perbankan	3
	Manajemen Lembaga Keuangan Syariah	4
	Akuntansi Perbankan	7
	Komputerisasi Akuntansi dan Perbankan Syariah	7
Manajemen Bisnis Syariah	Ilmu Perbankan	3
	Manajemen Lembaga Keuangan Syariah	7

Sumber: Buku Pedoman Akademik 2020/2021.

Berdasarkan data tabel 1.1, dapat diketahui bahwa mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri mempelajari mata kuliah yang membahas perbankan syariah. Dengan mengikuti mata kuliah tersebut, para mahasiswa dapat memahami dasar-dasar perbankan syariah, konsep dan prinsip perbankan syariah, mekanisme perbankan syariah, konsep dan teknik bagi hasil dalam perbankan syariah, strategi dalam perbankan syariah serta pembahasan lain mengenai perbankan syariah. Mahasiswa Fakultas Ekonomi

dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kediri lebih memahami tentang bank syariah yang berhubungan dengan materi yang ditempuh.

**Tabel 1.2**  
**Data Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri Angkatan 2020-2022**

<b>Tahun Angkatan</b>	<b>Ekonomi Syariah</b>	<b>Perbankan Syariah</b>	<b>Akuntansi Syariah</b>	<b>Manajemen Bisnis Syariah</b>	<b>Total</b>
2020	173	152	33	72	430
2021	191	165	104	202	662
2022	190	150	101	204	645

Sumber: Data dari Kantor Akademik FEBI IAIN Kediri

Pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kediri tahun angkatan 2020 berjumlah 430 mahasiswa, untuk tahun angkatan 2021 berjumlah 662 mahasiswa dan untuk tahun angkatan 2022 berjumlah 645 mahasiswa. Berdasarkan data uraian tersebut, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri angkatan tahun 2021 memiliki keunggulan dengan jumlah mahasiswa terbanyak jika dibandingkan dengan tahun angkatan 2020 maupun angkatan 2022. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti memilih mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri tahun angkatan 2021 untuk dijadikan subjek penelitian.

Selanjutnya, peneliti melakukan observasi terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tahun angkatan 2021 dengan jumlah 662 mahasiswa untuk mengetahui banyaknya mahasiswa aktif yang bersedia untuk mengisi kuesioner penelitian yang telah di sebar oleh peneliti.

**Tabel 1.3**  
**Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kediri**  
**Angkatan 2021 Yang Mengisi Kuesioner**

<b>Program Studi</b>	<b>Mahasiswa yang mengisi kuesioner</b>	<b>Mahasiswa yang tidak mengisi kuesioner</b>
Ekonomi Syariah	79 Mahasiswa	112 Mahasiswa
Perbankan Syariah	107 Mahasiswa	58 Mahasiswa
Akuntansi Syariah	65 Mahasiswa	39 Mahasiswa
Manajemen Bisnis Syariah	82 Mahasiswa	120 Mahasiswa
<b>Total</b>	<b>333 Mahasiswa</b>	<b>329 Mahasiswa</b>

Sumber: Hasil Kuesioner (Data diolah peneliti, Februari 2024).

Berdasarkan pada tabel 1.3 dapat diketahui bahwa tidak semua mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri angkatan tahun 2021 yang mengisi kuesioner hanya 333 mahasiswa yang mengisi kuesioner, sisanya sebanyak 329 mahasiswa tidak mengisi kuesioner yang telah disebar oleh peneliti. Mahasiswa program studi Ekonomi Syariah yang mengisi kuesioner 79 mahasiswa, program studi Perbankan Syariah yang mengisi kuesioner sebanyak 107 mahasiswa, program studi Akuntansi Syariah yang mengisi kuesioner 65 mahasiswa dan program studi Manajemen Bisnis Syariah yang mengisi kuesioner 82 mahasiswa.

Berdasarkan uraian tersebut, dikarenakan tidak semua mahasiswa mengisi kuesioner dan adanya keterbatasan waktu maka peneliti memilih untuk melanjutkan penelitian dengan menggunakan data 333 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri angkatan 2021. Dari data 333 Mahasiswa aktif yang mengisi kuesioner, peneliti mengetahui banyaknya mahasiswa yang menjadi nasabah bank syariah. Berikut ini data dari hasil observasi dengan menggunakan kuesioner.

**Tabel 1.4**  
**Data Mahasiswa IAIN Kediri Angkatan Tahun 2021 yang Merupakan**  
**Pengguna Bank Syariah**

No.	Program Studi	Pengguna Bank Syariah		Total
		Ya	Tidak	
1.	Ekonomi Syariah	76	3	79 Mahasiswa
2.	Perbankan Syariah	98	9	109 Mahasiswa
3.	Akuntansi Syariah	56	9	65 Mahasiswa
4.	Manajemen Bisnis Syariah	79	3	82 Mahasiswa
<b>Total</b>		<b>309</b>	<b>24</b>	<b>333 Mahasiswa</b>

Sumber: Hasil Kuesioner (Data diolah peneliti, Februari 2024).

Pada tabel 1.4 menunjukkan dari 333 populasi yang diterima, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan tahun 2021 yang merupakan pengguna Bank Syariah sebanyak 309 mahasiswa. 76 merupakan mahasiswa Ekonomi Syariah, 98 merupakan mahasiswa Perbankan Syariah, 56 merupakan mahasiswa Akuntansi Syariah dan 79 merupakan mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah.

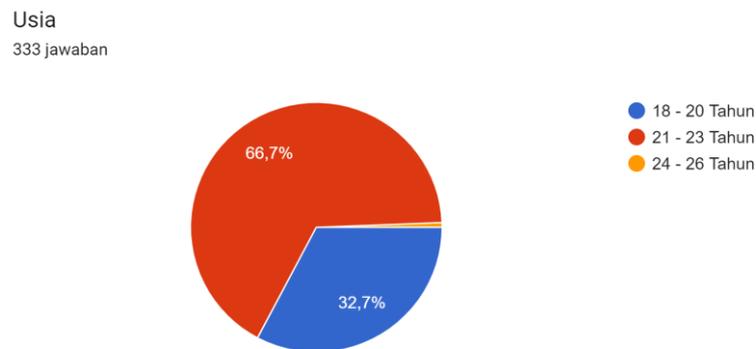
Menurut artikel yang disusun oleh Dr. Ahmad Nizar Rangkut, S. Si., M. Pd, metodologi berdasarkan jumlah banyaknya populasi dalam konteks penelitian kuantitatif ada dua, yaitu penelitian populasi dan penelitian sampel. Ketika peneliti mampu mengumpulkan data dari seluruh populasi, mereka melakukan penelitian populasi. Jika populasinya kecil, hal ini dapat dilakukan. Meskipun demikian, penelitian dapat dilakukan dengan cara memperoleh sampel dari populasi jika terlalu besar untuk mengumpulkan data dari seluruh populasi. Metode ini sering disebut dengan penelitian sampel.<sup>13</sup> Dalam penelitian ini, peneliti memilih mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kediri angkatan 2021 yang berjumlah 662

---

<sup>13</sup> insyahada.ac.id, menentukan sampel penelitian, <https://www.uinsyahada.ac.id/bagaimana-menentukan-jumlah-sampel-dalam-penelitian/> (Diakses pada 29 Mei 2024, pukul 14.10).

mahasiswa, tetapi dikarenakan terbatasnya waktu dan tidak semua mahasiswa mengisi kuesioner didapatkan data mahasiswa yang mengisi kuesioner sebanyak 333 mahasiswa. Dari 333 mahasiswa tersebut yang merupakan pengguna sekaligus mahasiswa yang menabung di bank syariah sebanyak 309 mahasiswa, maka 309 mahasiswa tersebut yang menjadi populasi sebenarnya dalam penelitian ini sesuai dengan data-data yang sudah dilampirkan sebelumnya.

**Gambar 1.3**  
**Grafik Usia Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**  
**IAIN Kediri Angkatan 2021 Yang Mengisi Kuesioner**

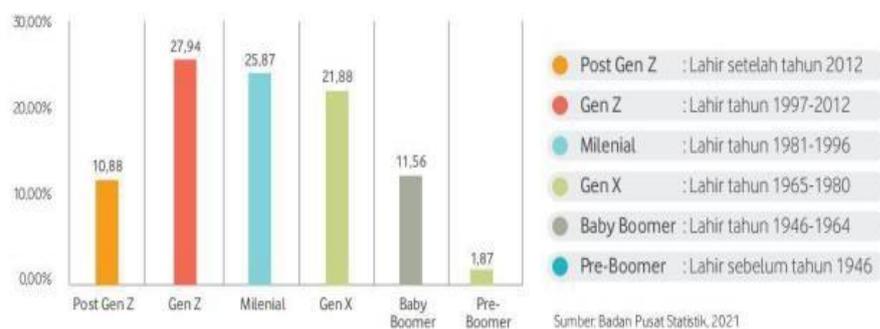


Sumber: Hasil Kuesioner (Data diolah peneliti, Februari 2024).

Berdasarkan gambar 1.3, dapat diketahui dari hasil kuesioner yang telah diisi oleh responden, menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kediri angkatan 2021 masuk dalam kategori generasi Z. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kediri angkatan 2021 tersebut rata-rata berumur 18-23 tahun, hal ini dapat berdampak baik untuk perkembangan bank syariah ke depannya. Orang-orang yang termasuk dalam Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, dikenal karena kepiawaiannya dalam menggunakan teknologi, kemampuan berkomunikasi di media sosial, ekspresif, dan kecenderungan

toleransi dan *multi tasking*. Generasi Z pada akhirnya akan muncul sebagai kelompok yang akan menentukan sejauh mana kemajuan negara ini.<sup>14</sup> Diharapkan peran generasi Z seperti mereka dapat memperluas industri perbankan syariah dan mampu memberikan contoh kepada orang lain untuk menggunakan bank syariah.

**Gambar 1.4**  
**Struktur Umur Penduduk Indonesia Berdasarkan Generasi**



Sumber : Badan Pusat Statistik, 2021.

Dari ilustrasi dalam Gambar 1.3 di atas, terlihat bahwa generasi Z menempati posisi paling mendominasi dengan persentase sebesar 27,94%, setara dengan sekitar 74,93 juta orang, atau 27,94% dari populasi dunia. Generasi Z lahir pada tahun 1997-2012, generasi ini merupakan generasi pemimpin harapan untuk kemajuan bangsa di masa depan. Kemudian pada urutan kedua diduduki oleh generasi milenial, yang terdiri dari 69,38 juta orang atau setara 25,87% yang lahir antara tahun 1981-199. Indonesia menghadapi semakin banyak tantangan dan peluang yang rumit karena komposisi demografinya yang beragam. Oleh karena itu, penting untuk

<sup>14</sup> Ceria Febiana and others, “Pembentukan Karakter Wirausaha Pada Gen Z Menghadapi Society 5.0”, *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23.1 (2023), 319–24.

menciptakan kebijakan yang memajukan kepentingan semua warga negara.<sup>15</sup> Menarik minat generasi Z untuk memilih bank syariah merupakan tindakan yang sangat layak dipertimbangkan. Generasi Z memiliki karakteristik yang unik dan juga melek akan teknologi. Tidak heran jika sekarang ini sebagian besar dari generasi Z memiliki penghasilan sendiri, penghasilan tersebut bisa di dapatkan dengan mudah oleh generasi Z melalui jualan *online* hingga menjadi konten kreator. Oleh karena itu, bank syariah diharapkan mampu untuk menggaet generasi-generasi muda untuk menggunakan bank syariah yang jelas menggunakan prinsip islami dan juga tidak hanya berfokus pada keuntungan.

Perilaku konsumen menurut Eibeirt dan Griffin dalam penelitian Rudy Irwansyah, mencakup upaya konsumen dalam menilai barang yang akan mereka beli dan gunakan. Hal ini mencakup penilaian tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk yang diperoleh, pilihan membeli, waktu dan lokasi transaksi, metode memperoleh barang dan metode pembayaran yang digunakan.<sup>16</sup> Dalam buku yang ditulis oleh Yenni Arfah, Assael telah menjelaskan bahwa pengambilan keputusan merupakan suatu proses mempertimbangkan dua atau lebih perilaku yang mungkin dan kemudian memilih yang paling menguntungkan.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> GoodStats Data, Sensus BPS: Saat ini Indonesia di dominasi oleh Generasi Z, <https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv> (Diakses 29 Mei 2024, pukul 16.32).

<sup>16</sup> Rudy Irwansyah, dkk. "Perilaku Konsumen", (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021), h. 3-4.

<sup>17</sup> Yenni Arfah, B Nasution, and R J Siregar, "Keputusan Pembelian Produk: PT Inovasi Pratama Internasional", *Astuti, Miguna*.(Nov 2021). *Manajemen Pemasaran: UMKM Dan Digital Social Media*, 2022.

Secara umum, nasabah yang hendak melakukan penyetoran dana akan mempertimbangkan pilihan bank berdasarkan keuntungan dan kemudahan yang ditawarkan. Setiap nasabah akan menimbang faktor-faktor tertentu saat memilih bank tempat menabungnya. Faktor-faktor ini menjadi pertimbangan utama bagi nasabah dalam mencari kepuasan dalam menjaga dana mereka di bank, karena nasabah berusaha mencari kepuasan yang optimal.<sup>18</sup>

Menurut Tjiptono, melakukan pembelian melibatkan konsumen dalam mengidentifikasi suatu kebutuhan, meneliti suatu produk, dan mempertimbangkan segala kemungkinan untuk memecahkan kebutuhan tersebut sebelum memutuskan untuk membelinya.<sup>19</sup>

Kotler dan Armstrong menyebutkan empat faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk menabung:<sup>20</sup>

1. Faktor kebudayaan yang terdiri dari budaya, sub-budaya dan kelas sosial.
2. Faktor sosial yang terdiri dari kelompok, keluarga, peran dan status.
3. Faktor pribadi yang terdiri dari usia dan tahap daur hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup dan kepribadian konsep diri.
4. Faktor psikologi yang terdiri dari motivasi, persepsi, pengetahuan, kepercayaan dan sikap.

Keempat faktor tersebut tentunya mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen untuk menabung di bank syariah. Bank syariah harus mampu membaca peluang dan dengan cepat memastikan keinginan dan

---

<sup>18</sup> Amelta Nur Indahsari, "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah Pada Guru MI dan MTS Di Kecamatan Pesantren Kediri", 7, 2020, h. 11.

<sup>19</sup> Fandy Tjiptono, "Pemasaran Jasa-Prinsip", *Penerapan, Dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta*, 2014.

<sup>20</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Cetakan pertama (Jakarta: Erlangga, 1997), 154-173.

kebutuhan konsumen karena perilaku konsumen akan mempengaruhi keputusan mereka tentang apa yang akan mereka beli.<sup>21</sup>

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller sebagaimana dikutip dalam penelitian Febsri Susanti, pemasar dari bank syariah harus mengenali situasi yang memicu kebutuhan khusus dengan cara mengumpulkan data dari sejumlah konsumen. Dengan informasi yang diperoleh, mereka dapat merancang strategi pemasaran yang menarik minat konsumen.<sup>22</sup> Sebelum menetapkan pertanyaan penelitian, observasi awal digunakan sebagai sumber pengetahuan pertama. Hal ini menyiratkan bahwa untuk memastikan adanya suatu masalah, observasi awal harus dilakukan. Peneliti melakukan survei yang dilakukan kepada 33 partisipan yang masih bagian dari populasi dalam penelitian ini sebagai observasi awal. Berdasarkan survei tersebut, diketahui faktor berikut ini yang mempengaruhi keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri yang Aktif menabung di bank syariah adalah:

**Tabel 1.5**  
**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri Angkatan 2021 Menabung di Bank Syariah**

<b>Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan</b>		<b>Jumlah</b>
Budaya	Budaya	0
	Sub-budaya	0
	Kelas Sosial	1
Sosial	Kelompok Referensi	2
	Keluarga	0
	Peran dan Status	1
	Usia dan Tahap Daur Hidup	0

<sup>21</sup> Gede Adi Wirapradnyana, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menjadi Nasabah Bank Syariah', *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 1.1 (2013).

<sup>22</sup> Febsri Susanti, 'Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Klien Dalam Memilih Radio Carano Sebagai Media Promosi Iklan', 2015.

Pribadi	Pekerjaan	0
	Situasi Ekonomi	1
	Gaya Hidup	1
	Kepribadian	1
Psikologi	Motivasi	1
	Persepsi	3
	Pengetahuan	14
	Kepercayaan dan Sikap	8
<b>Total</b>		<b>33</b>

Sumber: Hasil Kuesioner (Data diolah peneliti, Februari 2024).

Sesuai hasil data yang diperoleh dari tabel 1.5, dapat diketahui keputusan mahasiswa menabung di bank syariah paling banyak dipengaruhi oleh faktor pengetahuan dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 14 responden. Sedangkan faktor peran dan status 1 responden, untuk kelas sosial, situasi ekonomi, motivasi, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri masing-masing 1 responden untuk kelima faktor tersebut. Selanjutnya faktor kelompok referensi 2 responden, 3 responden memilih faktor persepsi dan 8 responden memilih faktor keyakinan dan sikap. Sesuai data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan menjadi faktor yang paling banyak dipilih oleh mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri angkatan 2021.

Hal itu sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Isnaini Ainun Muthoharoh, Pengetahuan mampu berpengaruh terhadap dengan jumlah 30,1% sedangkan sisanya 69,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diikutkan dalam penelitian tersebut.<sup>23</sup> Walaupun pengetahuan memainkan peran penting dalam menentukan keputusan nasabah, namun ada beragam faktor lain yang turut memengaruhi keputusan nasabah untuk menabung di bank

---

<sup>23</sup> Muthoharoh, I. A. (*Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Iain Kediri Angkatan 2020)* (Doctoral Dissertation, Iain Kediri), 2023).

syariah. Hasil penelitian Alfiatul Rohmaniah menyatakan bahwa pengetahuan tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah. Meskipun pengetahuan konsumen tentang bank syariah berkembang, namun tidak selalu mendorong mereka untuk menggunakan bank syariah.<sup>24</sup>

Dengan adanya hal itu, peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri tahun angkatan 2021 menabung di Bank Syariah. Peneliti memutuskan untuk meneliti permasalahan ini dengan memanfaatkan tema berdasarkan uraian yang diberikan. Dengan judul penelitian **“PENGARUH PENGETAHUAN TERHADAP KEPUTUSAN GENERASI Z MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Pada Mahasiswa Aktif Pengguna Bank Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Tahun Angkatan 2021 IAIN Kediri).”**

## **B. Rumusan Masalah**

Penjelasan latar belakang peneliti mengarah pada identifikasi rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengetahuan Generasi Z mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri angkatan 2021 tentang perbankan syariah?
2. Bagaimana keputusan Generasi Z mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri angkatan 2021 menabung di bank syariah?

---

<sup>24</sup> Rohmaniah, Alfiatul. *Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Lokasi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Masyarakat Kota Salatiga)*. Diss. IAIN SALATIGA, 2019.

3. Bagaimana pengaruh pengetahuan terhadap pilihan bank syariah untuk menabung yang dilakukan oleh Generasi Z Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2021?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berikut adalah tujuan penelitian yang ingin dicapai sehubungan dengan rumusan masalah di atas:

1. Untuk mengetahui bagaimana pemahaman tentang perbankan syariah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri angkatan 2021.
2. Untuk mengetahui alasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri angkatan 2021 memilih menabung di bank syariah.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengetahuan terhadap pilihan Generasi Z untuk menyimpan dana di bank syariah.

### **D. Manfaat Penelitian**

Sesuai dengan tujuan penelitian, manfaat penelitian berikut diharapkan dapat diwujudkan:

#### 1) Secara teori

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk berkontribusi pada pengembangan pengetahuan yang berharga, khususnya mengenai isu-isu yang mempengaruhi pengambilan keputusan.

#### 2) Secara praktis

##### a) Bagi akademisi

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menambah jumlah informasi dan pengetahuan mengenai permasalahan yang sama serta menambah referensi penulisan tugas akhir di perpustakaan IAIN Kediri.

b) Bagi peneliti

Diharapkan penelitian lain yang sejenis dapat menggunakan penelitian ini sebagai dasar perbandingan dan referensi. Penelitian selanjutnya juga diperkirakan akan lebih luas dibandingkan penelitian sebelumnya.

c) Bagi Bank Syariah

Penelitian ini diyakini dapat membantu nasabah terutama yang memanfaatkan bank syariah untuk mengatasi permasalahan pilihan tabungan mereka. Oleh karena itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan untuk menarik lebih banyak nasabah ke bank syariah, terutama jika hal tersebut menarik minat generasi Z atau generasi penerus negara yang akan datang.

## **E. Penelitian Terdahulu**

1. Penelitian oleh Isnaini Ainun Muthoharoh (2023) dengan judul “*Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Iain Kediri Angkatan 2020)*”. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa baik variabel X, atau pengetahuan, dan variabel Y, atau keputusan pelanggan, termasuk dalam kelompok “cukup baik”. Kemudian korelasi kedua variabel berada pada tingkat “sedang” 0,548. 69,9% dari total tersebut disebabkan penyebab lain.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Muthoharoh, I. A. (*Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Iain Kediri Angkatan 2020)*) (Doctoral Dissertation, Iain Kediri), 2023.

Kedua riset ini menggunakan metodologi kuantitatif, dan titik kunci persamaan dan perbedaan di antara keduanya adalah pada variabel X (pengetahuan) dan Y (keputusan). Meski subjek yang diteliti berbeda, penelitian sebelumnya fokus pada mahasiswa Perbankan Syariah angkatan 2020, sedangkan penelitian mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2021 IAIN Kediri.

2. Yang kedua, penelitian Moh Faiz Chusnul Yaqin (2022) dengan judul *“Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Angkatan 2018 Institut Agama Islam Kediri Dalam Menabung Di Bank Syariah”*. Literasi keuangan dan ketajaman menabung sangat bagus yang memiliki hubungan 0,535. Hasil analisis regresi menunjukkan t hitung 4,951. Besarnya nilai t hitung hitung 4,951 yang juga berdasarkan hasil analisis regresi. T-tabel ( $n = 72$ ,  $df = 1$ ) yang berjumlah 1,666 sedikit melenceng dari 0,05 akan dibandingkan. Terdapat bukti bahwa variabel keputusan menabung (Y) memang (signifikan) dipengaruhi oleh variabel literasi keuangan (X). T tabel terhitung atau tingkat signifikansi 0,05 menggambarkan hal ini. Dengan koefisien determinasi ( $r$  square) sebesar 0,661 dapat diambil kesimpulan bahwa 66,1% keputusan menabung dipengaruhi oleh literasi keuangan. 33,9% dipengaruhi oleh faktor lain, antara lain faktor budaya, sosial, dan pribadi.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Moh Faiz Chusnul Yaqin, ‘Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Angkatan 2018 Institut Agama Islam Kediri Dalam Menabung Di Bank Syariah’ (IAIN Kediri, 2022).

Penggunaan variabel Y dan penerapan teknik penelitian kuantitatif sebagai persamaan. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menggunakan pengetahuan sebagai variabel X, bukan literasi keuangan. Selain itu penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang memilih mahasiswa Generasi Z Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2021, penelitian sebelumnya adalah mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Kediri angkatan 2018.

3. Yang ketiga, penelitian oleh Muchamad Bagus Satrio Wibowo dan Muhammad Iqbal (2022) dengan judul "*Faktor pengetahuan dan religiusitas generasi Z terhadap minat menabung di bank syariah*". Temuan uji analisis linier berganda menunjukkan bahwa terdapat hubungan sebesar 80,4% antara dua faktor yaitu pengetahuan dan religiusitas dengan minat konsumen menabung. Riset ini memperlihatkan hasil harus memanfaatkan kesempatan ini untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap bank syariah dan, melalui keterlibatan keagamaan, memperdalam afiliasi keagamaan merek yang tentunya berdampak baik.<sup>27</sup>

Salah satu faktornya yang merupakan pengetahuan adalah kesamaan dalam riset ini, dan juga penelitian kuantitatif. Selain itu, terdapat perbedaan antara satu variabel, X (religiusitas) dan variabel Y. Selanjutnya terdapat perbedaan pada subjeknya, penelitian terdahulu menggunakan generasi Z yang tinggal di kota besar sedangkan penelitian ini

---

<sup>27</sup> Muchamad Bagus Satrio Wibowo and Muhammad Iqbal, 'Faktor Pengetahuan Dan Religiusitas Generasi Z Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah', *Malia: Jurnal Ekonomi Islam*, 13.1 (2021), 93–106.

menggunakan generasi Z yang merupakan mahasiswa FEBI IAIN Kediri angkatan 2021.

4. Yang keempat, penelitian oleh Alfiatul Rohmaniah (2019) dengan judul *“Pengaruh pengetahuan, promosi, lokasi dan brand image terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah dengan religiusitas sebagai varian moderating (Studi kasus masyarakat kota salatiga)”*

Menurut hasil penelitian yang dilakukan, analisis uji hipotesis T-test menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, promosi, dan lokasi tidak memiliki dampak signifikan terhadap keputusan nasabah, sementara religiusitas dan citra merek memiliki dampak positif yang signifikan terhadap keputusan nasabah. Hasil uji analisis MRA menunjukkan bahwa variabel religiusitas tidak mempengaruhi secara langsung hubungan antara pengetahuan dan lokasi dengan keputusan nasabah, sementara variabel religiusitas mempengaruhi hubungan antara promosi dan citra merek dengan keputusan nasabah.<sup>28</sup>

Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah terletak pada variabel Y dan juga salah satu variabel X yang merupakan pengetahuan, serta terletak pada metodenya yaitu kuantitatif. Kemudian perbedaannya terletak pada variabel X selain pengetahuan, perbedaan yang lain terletak pada subjek penelitian.

---

<sup>28</sup> Alfiatul Rohmaniah, ‘Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Lokasi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Masyarakat Kota Salatiga)’ (IAIN SALATIGA, 2019).

5. Yang Kelima penelitian oleh Ahmad Edi Saputra (2022) dengan judul *“Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening”*.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa, kecuali variabel promosi yang mempunyai pengaruh besar, pengetahuan dan fasilitas, baik langsung maupun tidak langsung, tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung ketika minat menabung diperhitungkan sebagai variabel intervening. Temuan ini menunjukkan bahwa minat menabung dapat menjadi alat promosi ampuh yang mempengaruhi keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia baik secara langsung maupun tidak langsung.<sup>29</sup>

Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah terletak pada variabel Y dan juga salah satu variabel X yang merupakan pengetahuan, serta terletak pada metodenya yaitu kuantitatif. Kemudian perbedaannya terletak pada variabel X selain pengetahuan, yaitu Promosi dan Fasilitas Terhadap Keputusan.

#### **F. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis penelitian berfungsi sebagai solusi sementara terhadap masalah yang diselidiki. Tanggapan ini bersifat spekulatif dan diperlukan penyelidikan lebih lanjut untuk memvalidasinya.<sup>30</sup>

H<sub>a</sub> : Terdapat pengaruh pengetahuan terhadap keputusan Generasi Z mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri Angkatan 2021 menabung di Bank Syariah.

---

<sup>29</sup> Ahmad Edi Saputra, ‘Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening’, *Jurnal Al Mujaddid Humaniora*, 8.1 (2022), pp. 8–20.

<sup>30</sup> Amin Dan Linda Yurike Susan Sumendap, *164 Model Pembelajaran Kontemporer* (Yogyakarta: Pusat Penerbitan Lppm, 2022), 286.

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh pengetahuan terhadap keputusan Generasi Z mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri Angkatan 2021 Menabung di Bank Syariah.