

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Theory of Planned Behavior

Menurut *theory of planned behavior* (TPB), intensi (*intention*) untuk berperilaku dapat diprediksi dari sikap (*attitude*) terhadap tindakan tersebut, norma subjective (*subjective norms*), dan persepsi atas kendali perilaku (*perceived behavior control*). Attitude Toward Behavior (sikap terhadap perilaku) adalah tanggapan atau penilaian seseorang terhadap suatu pertanyaan perilaku (setuju – tidak setuju, atau suka – tidak suka). Sedangkan *subjective norm* (norma subjektif), menurut Ajzen dan Fishbein (1988) adalah tekanan sosial yang diterima oleh individu (*normative belief*), dan dipengaruhi juga adalah motivasi untuk memenuhi norma tersebut (*motivation to comply*). *Normative belief* (keyakinan normatif) adalah harapan-harapan dari individu yang menjadi panutan ataupun kelompok penting yang menyetujui atau menolak perilaku seseorang atau didefinisikan juga sebagai keyakinan individu terhadap tekanan sosial dimana individu atau kelompok tertentu berpikir bahwa ia harus atau tidak harus melakukan perilaku. *Motivation to Comply* adalah dorongan atau kemauan seseorang untuk memenuhi harapan orang-orang yang dianggap penting dengan segala pertimbangan dan resiko yang akan

dihadapi, yang mana akhirnya mempengaruhi intensi mereka (Irawan dkk, 2020).

Religiusitas, motivasi, dan lingkungan sosial dalam *theory of planned behavior* termasuk kedalam *Subjective norm*. Semakin tinggi religiusitas seseorang dan semakin tinggi tingkat pengetahuan maka akan semakin tinggi tingkat keputusan seseorang untuk menabung di bank syariah. Motivasi sesuai dengan *Motivation to Comply*, yang dimana dorongan berpengaruh terhadap keputusan seseorang seperti keputusan terhadap menabung di bank syariah. Dan lingkungan sosial yaitu pengaruh orang-orang sekitar terhadap keputusan menabung di bank syariah (Parastika dkk, 2021).

2. Teori Edukasi

Edukasi adalah penambahan pengetahuan dan kemampuan seseorang melalui teknik praktik belajar atau instruksi, dengan tujuan untuk mengingat fakta atau kondisi nyata, dengan cara memberi dorongan terhadap pengarahan diri (*self direction*), aktif memberikan informasi-informasi atau ide baru (Suliha, 2002). Edukasi merupakan segala upaya yang direncanakan untuk mempengaruhi orang lain baik individu, kelompok, atau masyarakat sehingga mereka melakukan apa yang diharapkan oleh pelaku Pendidikan. Edukasi merupakan proses belajar dari tidak tahu tentang nilai kesehatan menjadi tahu. Literasi merupakan kebutuhan yang sangat penting bagi kehidupan manusia,

sudah semestinya usaha dalam menumbuh kembangkan pendidikan secara sistematis dan berkualitas perlu terus di upayakan, sehingga tujuan dari proses pendidikan dapat dicapai secara optimal.

Menurut Sumarwan (2004), pengetahuan nasabah ialah semua informasi yang dimiliki mengenai berbagai macam produk dan jasa (dalam hal ini produk dan jasa bank syariah), serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan fungsinya sebagai nasabah (Hadi, 2019). Teori ini berkaitan dengan variabel literasi keuangan syariah, dimana pengetahuan seseorang berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di Bank Syariah.

3. Religiusitas

Religiusitas merupakan bentuk aspek religi yang telah dihayati oleh individu di dalam hati. Makna religiusitas digambarkan dalam beberapa aspek-aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimana cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan, baik di dunia dan ahirat. Religiusitas diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan termasuk aspek ekonomi. Pada zaman modern ini kegiatan perekonomian tidak akan sempurna tanpa adanya lembaga perbankan. Lembaga perbankan tersebut termasuk ke dalam aspek syariat yang berhubungan dengan kegiatan muamalah. Dalam kegiatan bermuamalah, perlu diperhatikan bahwa semua transaksi dibolehkan kecuali yang diharamkan oleh syariat, dan

penyebab terlarangnya sebuah transaksi menurut syariat dikarenakan adanya faktor haram zatnya, haram selain zatnya, dan tidak sah (Rinuastuti, 2018).

Menurut Sungkar (2010), Religiusitas didefinisikan sebagai sejauh yang mana seorang individu berkomitmen untuk agama yang dianutnya, seperti sikap dan perilaku individu mencerminkan komitmen ini. Suka atau tidak suka konsumen sangat dipengaruhi oleh bagaimana komitmen mereka terhadap ajaran agama. Konsumen akan mempertimbangkan membeli produk baru jika produk tidak melanggar atau bertentangan dengan ajaran agama yang dianut (Zucker, 1986). Komitmen keagamaan mempengaruhi orientasi konsumen mengenai pola konsumsi, serta perilaku sosial mereka. Anggapan bahwa orang yang sangat religius akan mengevaluasi dunia melalui skema agama dan mengintegrasikan/agamanya ke dalam / hidupnya (Mokhlis, 2006). Menurut Jamal (2003), komitmen beragama memainkan peran penting dalam kehidupan masyarakat yang membentuk keyakinan, pengetahuan, dan sikap, terlepas dari orientasi keagamaan mereka (Muslim, Kristen, Budha, dan lain-lain), dan mempengaruhi perasaan dan sikap masyarakat terhadap konsumsi (Rinuastuti, 2018).

4. Motivasi

Menurut Schiffman dan Kanuk (dalam Nitisusastro, 2012) motivasi digambarkan sebagai dorongan dari dalam diri individu

seseorang dan memaksa dia untuk berbuat. Dorongan ini dihasilkan oleh tekanan yang timbul akibat dari satu kebutuhan yang tidak terpenuhi. Nitisusastro (2012) menambahkan ternyata terdapat korelasi antara motivasi dan kebutuhan. Jadi dapat disimpulkan bahwa motivasi menimbulkan dorongan agar kebutuhan seseorang terpenuhi (Nurmaeni dkk, 2020).

Motivasi yang dilakukan seorang dalam melakukan sesuatu terkait dengan kondisi psikologisnya. Jika seseorang dalam melakukan suatu kegiatan ekonomi seperti menabung, baik itu di bank syariah ataupun non syariah pasti didorong oleh motif tertentu, baik itu motif yang bersifat agamis maupun ekonomis. Menabung di bank syariah lebih ditekankan oleh motif agamais, karena hal ini sesuai dengan apa yang telah diatur oleh agama Islam. Berdasarkan motivasi ini maka manusia dalam melakukan suatu aktivitas sesuai dengan ketentuan agama, selain itu adanya kebebasan manusia untuk melakukan kegiatan ekonomi namun dalam batas-batas syariah, merupakan faktor pendorong manusia untuk mencari keuntungan ekonomi demi tercapainya kebahagiaan dan hidup yang baik. Kebebasan yang diberikan tersebut haruslah tetap mematuhi prinsip halal haram dalam menentukan hukum-hukum Islam (Nurmaeni dkk, 2020).

Komitmen dalam kewajiban yang telah ditentukan oleh syariat Islam tidak menimbulkan kemudharatan bagi umat dan adanya prinsip kebersamaan dalam mewujudkan kesejahteraan. Motivasi diharapkan

memberi pengaruh positif terhadap keputusan menabung mahasiswa di bank syariah. Sehingga dapat membantu perkembangan bank syariah. Variabel ini dianggap perlu untuk diteliti karena motivasi merupakan salah satu faktor keputusan mahasiswa di bank syariah (Nurmaeni dkk, 2020)

5. Lingkungan Sosial

Lingkungan adalah segala sesuatu yang ada di alam sekitar yang memiliki makna atau pengaruh tertentu kepada individu. Lingkungan sebagai dasar pengajaran adalah faktor kondisional yang mempengaruhi tingkah laku individu dan merupakan faktor yang penting Oemar (2001). Menurut Sumarwan (2003), lingkungan sosial adalah semua interaksi sosial yang terjadi antara konsumen dengan orang sekelilingnya atau antara banyak orang. (Raihana & Azhary, 2020).

Lingkungan sosial juga mempengaruhi minat mahasiswa dalam menabung seperti bank syariah karena faktor lingkungan lokasi (jarak) bank syariah yang strategis, jaringan atm yang kurang tersebar serta rendahnya uang saku pelajar mempengaruhi minat menabung mahasiswa. Dalam penelitian Abdallah (2015) menyatakan bahwa faktor lokasi lingkungan berpengaruh terhadap memilih bank syariah (Mujaddid & Nugroho, 2019).

6. Literasi Keuangan Syariah

Literasi adalah suatu perubahan perilaku sesuatu individu yang berasal dari pengalaman. Maka dari itu konsumen yang memiliki literasi yang baik, mereka akan memiliki persepsi tersendiri terhadap produk/jasa sehingga mereka dapat membuat keputusan yang tepat. Peter dan Jerry dalam Wardana (2017), membagi Literasi menjadi 3 jenis pengetahuan produk yaitu: (1) Literasi tentang karakteristik atau atribut produk/jasa. (2) Literasi tentang manfaat produk/jasa. (3) Literasi tentang kepuasan yang diberikan oleh produk/jasa bagi konsumen. Terkait hal tersebut dapat dilihat adanya suatu hubungan bahwa literasi dapat mempengaruhi sikap kemudian menciptakan minat dan berdampak terhadap keputusan nasabah (Parastika et al., 2021).

Menurut Margaretha dan Pambudhi (2015), literasi keuangan merupakan kemampuan seorang individu untuk mengambil keputusan dalam mengelola keuangan pribadinya. Menurut buku pedoman Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia yang diterbitkan Otoritas Jasa Keuangan (2016), mendefinisikan literasi keuangan adalah rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan ketrampilan (*skill*), pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*) yang mempengaruhi sikap (*attitude*) dan perilaku (*behaviour*) untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan dapat mengatur keuangan mereka luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan dengan lebih baik (Hakim, 2020).

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Identitas Jurnal	Variabel yang digunakan	Hasil
1.	Youssef, dkk. The International Journal of Bank Marketing. Vol. 33, 2015	X : Religiusitas Y : Perbankan Syariah	Religiusitas yang dimiliki oleh seorang nasabah, menjadi faktor yang mampu mempengaruhi dalam memilih suatu bank
2.	Nurmaeni, dkk. Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance. Vol. 3 No.2, 2020	X : Religiusitas, Motivasi Y : Keputusan Menabung Pada Bank Syariah	Religiusitas mempengaruhi keputusan menabung secara signifikan
3.	Pabbajah, dkk. Jurnal Pemikiran Islam dan Ilmu Sosial. Vol. 13 No.01, 2020	X : Religiusitas Y :	Religiusitas mempengaruhi keputusan menabung secara signifikan
4.	Rashidi. J. Appl. Environ. Biol. Sci., 6(6)140-149, 2016	X : Religiusitas Y : Mahasiswa	Religiusitas sebagai pendorong yang kuat untuk melakukan keputusan menabung di bank syariah
5.	Thohari & Hakim. Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK). Vol. 9 No. 1, 2021	X : Religiusitas Y : Keputusan Menabung di Bank Syariah	Religiusitas tidak dapat menjadi salah satu faktor yang mampu meningkatkan atau memperlemah suatu pembelajaran perbankan syariah oleh para mahasiswa

			terhadap keputusan menabung di bank Syariah
6.	Iqbal et al. Jurnal Investasi Islam. Vol. IV No. 2, 2019	X : Motivasi Y : Keputusan Memilih Bank Syariah	Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah
7.	Maghfiroh, Jurnal Pendidikan dan Ekonomi. Vol. 7 No.3, 2018	X : Religiusitas, Lingkungan Sosial Y : Menabung di Bank Syariah	Menyatakan bahwa faktor lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah.
8	Hastharita. Jurnal Hukum Ekonomi Syariah. Vol. 4 No. 2, 2020	X : Lingkungan Sosial Y : Keputusan Memilih Bank Syariah	faktor lingkungan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah.
9.	Hakim. Jurnal Ilmu Ekonomi, 2020	X : Literasi Keuangan Syariah Y : Keputusan Membuka Bank Syariah	Pemahaman literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap keputusan membuka bank syariah.
10.	Yulianto. Skripsi, 2018	X : Literasi Keuangan Syariah	Literasi keuangan syariah tidak berpengaruh

		Y: Keputusan Penggunaan Lembaga Keuangan Syariah	terhadap keputusan menabung.
11.	Handidha dan Sholeh. Jurnal <i>Economia</i> . Vol. 14 No. 1, 2018	X : Literasi Keuangan Syariah Y : Keputusan Menggunakan Bank Syariah	Literasi keuangan syariah memiliki dampak signifikan dan positif pada kebijakan pengambilan keputusan penduduk muslim dalam memakai produk perbankan syariah salah satunya menabung.
12.	Nuruddin, dkk. Jurnal <i>Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah</i> . Vol. 2 No. 1, 2021	X : Literasi Keuangan Syariah Y : Menabung	Literasi keuangan syariah mempunyai pengaruh positif serta signifikan pada variabel minat menabung di bank syariah.

C. Kerangka Pemikiran

Theory of Planned Behavior sejalan dengan pandangan Hassan (dalam Maisur dkk, 2015) yang menjelaskan bahwa perilaku ekonomi sangat ditentukan oleh tingkat keimanan seseorang atau masyarakat. Perilaku ini kemudian membentuk kecenderungan perilaku konsumsi dan produksi di pasar. Perspektif tersebut juga berpengaruh terhadap perilaku menabung. Sehingga semakin religius seseorang, berarti semakin sering menjalankan perintah dalam Islam serta menjauhi larangan- larangannya pula (Nurmaeni et al., 2020).

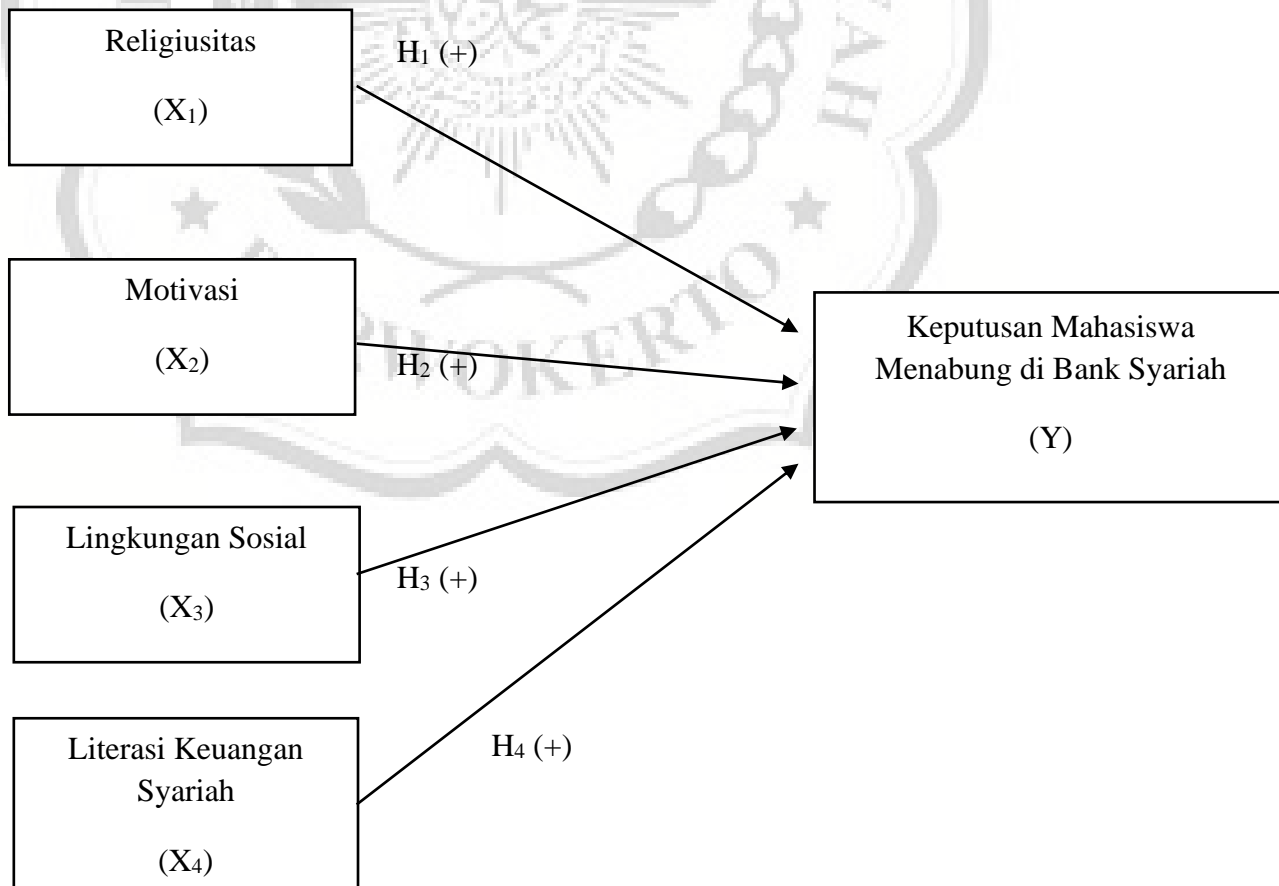
Theory of Planned Behavior juga sejalan dengan pandangan Nitisusastro (2012) yang menjelaskan bahwa pengaruh motivasi terhadap perilaku konsumen adalah timbulnya kebutuhan dan keinginan untuk memiliki sesuatu produk barang atau jasa. Dorongan kebutuhan dan keinginan tersebut akan menjadi lebih kuat apabila barang atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan kepribadiannya, mengandung atau menyimpan pengalaman yang memuaskan dan dipersepsikan secara baik. Lebih lanjut Mandali, et al (2016) menyatakan bahwa semakin tinggi motivasi seseorang maka semakin tinggi pula kemungkinan konsumen memutuskan untuk menabung (Nurmaeni et al., 2020).

Lingkungan sosial adalah Interaksi antara masyarakat dengan lingkungannya, atau lingkungan yang terdiri dari makhluk sosial yaitu manusia. Lingkungan sosial inilah yang membentuk sistem pergaulan yang besar perannya dalam membentuk kepribadian seseorang (Ramadhani dkk, 2019). Sejalan dengan *Theory of Planned Behavior*, lingkungan sosial mempunyai pengaruh terhadap keputusan mahasiswa menabung di bank syariah.

Sejalan dengan Teori Edukasi, literasi keuangan syariah merupakan pemahaman atau pengetahuan mengenai keuangan syariah, dalam hal ini mengenai perbankan syariah. Pemahaman yang masih rendah terhadap perbankan syariah salah satunya diakibatkan kurangnya sosialisasi yang dilakukan bank syariah terhadap prinsip dan sistem ekonomi syariah. Ketika konsumen memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka ia akan

lebih baik dalam mengambil keputusan dalam hal menyalurkan uang pribadinya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Riskyono (2017) semakin baik pengetahuan tentang bank syariah semakin tinggi kemungkinan untuk menabung di bank syariah. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Meilia (2017) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif pada variabel pengetahuan literasi terhadap minat menabung. Maka dapat diasumsikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah akan berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah (Nurrohmah & Purbayati, 2020). Berdasarkan uraian diatas, maka model kerangka pemikiran penelitian ini dapat digambar sebagai berikut :

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian



D. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Menabung di Bank Syariah

Kereligiusan seseorang pasti akan berpengaruh pada perilaku konsumsinya. Sehingga keputusan untuk menabung juga akan semakin tinggi apabila diikuti dengan tingkat religiusitas yang tinggi pula (Nurmaeni dkk, 2020). Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maisur, dkk (2015), Shofwa (2016), Pabbajah, dkk (2019), dan Wijaya, dkk (2019) yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan menabung (Nurmaeni et al., 2020).

H1 : Religiusitas Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Mahasiswa Menabung di Bank Syariah

2. Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Mahasiswa Menabung di Bank Syariah

Dorongan kebutuhan seseorang menjadi pendorong utama dalam membuat keputusan. Pembelian produk dengan didasari motivasi yang lebih kuat akan menimbulkan keputusan pembelian yang lebih signifikan khususnya pada keputusan menabung di bank syariah. Hal ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Utami, dkk (2015), Mayasari, dkk (2017), dan Septianan dan Indrajaya (2018) yang menyatakan bahwa motivasi berpengaruh positif terhadap

keputusan menabung serta Dahana, dkk (2020) yang menyatakan bahwa motivasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Nurmaeni dkk, 2020).

H2 : Motivasi Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Mahasiswa Menabung di Bank Syariah

3. Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Mahasiswa Menabung di Bank Syariah

Maghfiroh (2018) menyatakan bahwa faktor lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah. Penelitian lain menurut Hastharita (2020) menunjukkan bahwa faktor lingkungan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah. Semakin baik lingkungan perbankan syariah maka akan semakin meningkatkan minat calon konsumen untuk menggunakan jasa bank syariah.

H3 : Lingkungan Sosial Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Mahasiswa Menabung di Bank Syariah

4. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Mahasiswa Menabung di Bank Syariah

Berdasarkan hasil riset dari Handida & Sholeh (2019) menyimpulkan jika literasi keuangan syariah memiliki dampak signifikan dan positif pada kebijakan pengambilan keputusan

penduduk muslim dalam memakai produk perbankan syariah salah satunya menabung (Puji & Hakim, 2021). Hasil penelitian tersebut juga dibuktikan oleh Nurudin, dkk (2021), literasi keuangan syariah dalam mempengaruhi minat menabung ditunjukkan hasil variabel literasi keuangan syariah mempunyai pengaruh positif serta signifikan pada variabel minat menabung di bank syariah.

H4 : Literasi Keuangan Syariah Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Mahasiswa Menabung di Bank Syariah

