

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi seperti sekarang ini, perkembangan dan praktek ekonomi Islam secara Internasional maupun Nasional semakin membumi. Secara Internasional, perkembangan perbankan syariah pertama kali diprakarsai oleh Mesir, kini Bank Syariah telah mengalami perkembangan yang cukup pesat dan menyebar ke banyak Negara, bahkan ke Negara-negara Barat, seperti Denmark, Inggris, Australia, yang berlomba-lomba menjadi Pusat keuangan Islam Dunia (*Islamic Financial hub*) untuk membuka Bank Islam dan *Islamic window* agar dapat memberikan jasa-jasa perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam (OJK,2017).

Bank Syariah merupakan perbankan yang berasaskan pada asas kemitraan, keadilan, keterbukaan dan universal, serta melakukan kegiatan-kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah (Wulandari, 2018). Pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia berdasarkan data yang di terbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK,2019) bahwa untuk industri perbankan syariah terdiri dari 14 Bank Umum Syariah, 20 Unit Usaha Syariah yang dimiliki oleh Bank Umum Konvensional dan 164 BPRS dengan total aset sebesar Rp. 499,34 Triliun (OJK,2019). Selain itu, pertumbuhan aset perbankan syariah mengalami peningkatan signifikan tiap tahun, di lihat dari total asset BUS dan UUS pada tahun 2018 sebesar 433,18 Triliun, meningkat pada tahun 2019 sebesar 486,89 Triliun (OJK,2019). Hal

ini menunjukkan bahwa minat menabung menggunakan jasa bank syariah mulai meningkat ([www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)).

Walaupun sudah sangat berkembang dan maju, perbankan syariah dan masyarakatnya telah banyak yang mengetahui apa itu bank syariah begitu pula mahasiswanya. Namun, dalam kenyataannya 84% mahasiswa tidak menggunakan perbankan syariah disebabkan oleh berbagai faktor. Berdasarkan hasil wawancara kepada 50 mahasiswa, dari populasi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen, Terdapat 42 Mahasiswa yang belum memiliki minat menabung di Bank Syariah. Terdapat pula mahasiswa yang masih menganggap bahwa bank syariah secara praktik masih seperti bank konvensional (*Sumber : diolah sendiri. 2019*). Selain itu, masih terdapat mahasiswa yang tidak terlalu mementingkan hal seperti tersebut, menabung di bank konvensional maupun di bank syariah dianggap sama saja dan adapun mahasiswa yang berpendapat bahwa bunga bank dan bagi hasil itu sama saja, serta selain hal-hal di atas, pendapatan/uang saku mahasiswa juga dapat menjadi suatu permasalahan, dengan adanya permasalahan tersebut menyebabkan mahasiswa kurang berminat menabung di bank syariah (Kanzu,2016).

Minat menabung adalah suatu rasa atau proses ketertarikan yang dirasakan oleh seseorang terhadap suatu produk perbankan, dan ingin mencoba, menggunakan dan memiliki produk tersebut dalam hal ini tabungan (Marlius,2016). Banyak hal yang mempengaruhi minat menabung di perbankan syariah, diantaranya adalah tingkat religiusitas, *disposable income*, informasi dan promosi (Wulandari,2018 & Kristiyadi, 2016).

Faktor pertama yang mempengaruhi minat menabung adalah tingkat religiusitas (X1). Religiusitas merupakan tingkat keyakinan, kepercayaan, dan kesalehan seseorang dalam menjalani syariat agama (Mujaddid, 2019). Religiusitas cenderung menaati suatu keyakinan, memiliki nilai hukum, dan menjalani suatu ketaatan yang berhubungan dengan keyakinan seseorang (Putri, 2019). Menurut Triana Nadia dkk (2016) memaparkan bahwa tingkat religiusitas seseorang dapat diwujudkan dalam berbagai hal di kehidupannya. Sebab aktivitas beragama bukan saja hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tetapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural. Dan bukan juga hanya berkaitan dengan kegiatan yang tampak dan dapat dilihat dengan mata saja, tetapi juga aktivitas yang tidak tampak dan terjadi pada diri orang tersebut.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wulandari dkk, 2018), (Harhap, 2016), (Kristiyadi, 2016), (Maghfiroh, 2018), (Sari, 2018) dan (Kanzu, 2016) yang menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif signifikan pada minat menabung. Yang artinya jika religiusitas atas diri seseorang tinggi maka perilaku seseorang untuk menabung di bank syariah akan semakin tinggi pula. Begitu pula sebaliknya, dapat dikatakan apabila religiusitas pada diri seseorang buruk, maka akan berdampak pula pada diri seseorang untuk tidak menabung di bank syariah. Adapun menurut (Triana Nadia, 2016), (Purba, 2017), (Astuty Pudji, 2018), (Putri Yulia, 2019), (Mujaddid, 2019) dan (Damayanti, 2016) yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan terhadap minat menabung seseorang. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh religiusitas terhadap Minat Menabung yang positif dan signifikan.

Selain membahas tingkat religiusitas, adapun faktor kedua yang mempengaruhi minat menabung yaitu *disposable income* (X2). Pendapatan *disposable* adalah pendapatan yang siap digunakan, baik untuk keperluan konsumsi maupun untuk ditabung (Triana Nadia, 2016). Adapun menurut Wulandari (2019) yang mengatakan bahwa mahasiswa yang pengelolaannya baik merupakan mahasiswa yang memiliki uang saku tinggi, karena mereka dapat mengatur uang yang mereka miliki untuk memenuhi konsumsi dan sebagian uang saku untuk kegiatan menabung. Sementara mahasiswa yang sulit mengelola keuangannya justru mereka yang memiliki uang saku rendah, sebab mereka sering merasa kekurangan uang, sehingga uang yang dimiliki akan habis untuk kegiatan konsumsinya saja. Maka semakin tinggi uang saku yang didapatkan mahasiswa maka semakin giat pula kegiatan menabung yang dilakukan mahasiswa setiap bulannya di lembaga keuangan syariah.

Hal ini sesuai dalam penelitian Triana Nadia (2016) dan (Wulandari, 2018) yang menunjukkan bahwa *disposable income* berpengaruh positif signifikan pada Minat Menabung seseorang. Artinya semakin besar tingkat *disposable income* pada diri seseorang terhadap minat menabung, maka akan semakin baik pula kesadaran seseorang untuk menabung di bank syariah dan dengan pendapatan yang dihasilkan akan membuat individu tersebut mengatur dan menjaga keuangannya dengan cara membuat perencanaan keuangan dengan baik seperti menyisihkan penghasilannya untuk ditabung di bank syariah.

Faktor yang mempengaruhi minat menabung yang ketiga yaitu informasi (X3). Informasi merupakan segala sesuatu mengenai produk apa

dan produk bagaimana yang diinginkan oleh kelompok konsumen yang ingin dilayani serta berapa besar jumlahnya, sangat menentukan keberhasilan. Keberhasilan pemasaran produk yang dihasilkan ditentukan oleh ketepatan keputusan yang di ambil dalam mempengaruhi konsumen dan para pembeli, untuk itu dibutuhkan informasi pasar yang cukup lengkap dan tepat (Assauri Sofjan, 2010). Adapun menurut Suryani Tatik (2017) menyatakan bahwa informasi yang baik berperan penting dalam mendukung Bank untuk menarik minat nasabah.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Purba, 2017) dan (Andespa, 2018) yang menunjukkan bahwa informasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung seseorang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak informasi yang didapat pada diri seseorang, maka semakin tinggi pula kesadaran seseorang untuk menabung di bank syariah, sehingga mampu untuk terhindar dari pengambilan keputusan yang kurang tepat.

Faktor keempat yang mempengaruhi minat menabung yaitu promosi (X4). Promosi merupakan salah satu cara bank untuk menarik dan mempertahankan masyarakat agar tetap menabung pada bank tersebut, namun kegiatan promosi yang dilakukan bank juga bisa mengurangi minat masyarakat untuk menabung pada bank tersebut apabila dilakukan dengan tujuan dan penyampaian yang tidak tepat bahkan berlebihan. Oleh karena itu, bank harus dapat memanfaatkan dengan baik dan benar dengan media promosi seperti iklan pada media cetak atau elektronik, promosi langsung dan lain sebagainya. Dalam hal ini bank harus mengetahui media promosi yang paling mudah dimengerti dan sering dijumpai oleh masyarakat (Daniel & Anas, 2017).

Sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Kristiyadi, 2016), (Pratiwi Dani, 2016) dan (Yuliyati, 2016)) yang menunjukkan bahwa promosi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menabung seseorang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi promosi yang dilakukan oleh pihak bank, maka akan semakin mudah menarik seseorang untuk menabung di bank syariah.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang sudah diteliti oleh Wulandari Nuril Laili dkk pada tahun 2018 dan penelitian dari Kristiyadi, Sri Hartiyah pada tahun 2016. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, untuk menambah referensi maka ditambah variabel informasi. Dimana dalam penelitian (Wulandari, 2018), (Harhap, 2016), (Kristiyadi, 2016), (Maghfiroh, 2018), (Sari, 2018) dan (Kanzu, 2016) menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung mahasiswa. Artinya dimana semakin tinggi tingkat religiusitas yang dimiliki mahasiswa maka akan meningkatkan minat menabung di Perbankan Syariah. Pengaruh *Disposable income* Mahasiswa Fakultas Syari'ah Unisba berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di Bank BRI Syariah Kantor Kas Unisba (Triana Nadia, 2016), namun tidak berpengaruh dalam penelitian yang diteliti oleh (Wulandari, 2018). Adapun menurut (Purba, 2017) dan (Andespa Roni, 2018) yang mengatakan bahwa informasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah. Dan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Pratiwi Dani, 2016), (Kristiyadi, 2016) dan (Yuliyati, 2016) yang menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan antara promosi terhadap minat menabung di Bank Syariah.

Penelitian menggunakan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen di Universitas Muhammadiyah Purwokerto sebagai subyek, karena UMP merupakan salah satu Universitas yang berlandaskan pada nilai-nilai keislaman, sehingga dalam proses pembelajarannya banyak dimuati pendidikan keislaman, yaitu Al-Qur'an, hadist, dan memasukkan nilai-nilai keislaman ke materi perkuliahan dll. Selain dalam sistem pembelajaran, UMP juga menerapkan nilai-nilai Islam di bidang ekonomi yaitu dengan mempercayakan kegiatan ekonominya kepada salah satu Bank Syariah. Pembayaran uang kuliah, uang praktikum, pembukaan tabungan untuk mahasiswa yang mendapatkan beasiswa dll. Dengan begitu pihak UMP dengan tidak langsung mendorong para civitas akademiknya untuk dapat berperilaku sesuai dengan ajaran Islam. Salah satu civitas akademiknya yaitu mahasiswa UMP yang akan menjadi responden dalam penelitian ini.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka peneliti tertarik untuk menganalisis pengaruh tingkat religiusitas, *disposable income*, informasi dan promosi terhadap minat menabung. Sehingga penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, *Disposable Income*, Informasi dan Promosi Terhadap Minat Mahasiswa Menabung Di Perbankan Syariah”**.

## **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti dapat menyimpulkan adanya rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel religiusitas, *disposable income*, informasi, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung Mahasiswa di bank syariah?
2. Apakah religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung Mahasiswa di bank syariah?
3. Apakah *disposable income* berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung Mahasiswa di bank syariah?
4. Apakah informasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung Mahasiswa di bank syariah?
5. Apakah promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung Mahasiswa di bank syariah?

## **C. Batasan Masalah Penelitian**

Batasan masalah dalam penelitian ini dinilai penting agar tidak terjadi perluasan dalam pembahasan pembatasan secara spesifik juga membuat pembahasan dalam penelitian ini lebih fokus dan terarah. Adapun batasan masalah penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

1. Subjek yang diteliti adalah Mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan tahun 2016 dan angkatan tahun 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Purwokerto, sedangkan objek dalam penelitian ini di Kampus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

2. Beberapa variabel yang diteliti adalah minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Purwokerto untuk menabung di perbankan syariah sebagai variabel dependen, sedangkan faktor religiusitas, *disposable income*, informasi dan promosi sebagai variabel independen.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini, dengan berdasarkan masalah-masalah yang tercantum dalam identifikasi masalah adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh variabel *religiusitas*, *disposable income*, informasi dan promosi terhadap minat menabung Mahasiswa di bank syariah.
2. Mengetahui pengaruh variabel *religiusitas* terhadap minat menabung Mahasiswa di bank syariah.
3. Mengetahui pengaruh variabel *disposable income* terhadap minat menabung Mahasiswa di bank syariah.
4. Mengetahui pengaruh variabel informasi terhadap minat menabung Mahasiswa di bank syariah.
5. Mengetahui pengaruh variabel promosi terhadap minat menabung Mahasiswa di bank syariah.

## **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **1. Bagi Industri Perbankan**

Menjadi masukan bagi industri perbankan terkait dengan minat mahasiswa menjadi nasabah di perbankan, sehingga pihak pengelola bank syariah dapat meningkatkan image positif tersebut dengan meningkatkan sosialisasi, kegiatan pemasaran, dan kinerja lainnya yang dapat menambah minat para mahasiswa terhadap perbankan syariah.

### **2. Bagi peneliti**

Sebagai media updating pengetahuan dan menambah wawasan, khususnya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto untuk menjadi nasabah di bank syariah.