

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat bahwa aset perbankan syariah terus meningkat, didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk-produk keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Namun, meskipun ada peningkatan ini, pangsa pasar perbankan syariah masih relatif kecil dibandingkan dengan perbankan konvensional. Salah satu faktor yang mempengaruhi hal ini adalah tingkat literasi keuangan syariah di kalangan masyarakat, yang masih belum merata (Savitri & Nisa, 2024).

Menurut data OJK tahun 2024, terdapat 204 bank syariah yang terdiri dari 14 Bank Umum Syariah (BUS), 19 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 171 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Indonesia. Namun, semakin banyaknya lembaga keuangan syariah khususnya perbankan syariah belum diimbangi dari sisi demand produk jasa keuangan syariah. Meskipun bank syariah memiliki manfaat yang dapat dirasakan dalam jangka yang lebih panjang, namun pada kenyataannya masyarakat masih banyak yang beranggapan bahwa menabung di bank konvensional dan bank syariah sama saja. Salah satu faktor adalah kurangnya pengetahuan dan pemahaman serta persepsi masyarakat yang umumnya masih keliru terhadap bank syariah sehingga mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung di bank syariah (Ryandono & Wahyudi, 2021).

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Purnomo *et al.*, 2021, bisa diamati bahwasanya jumlah nasabah dana pihak ketiga bank syariah mendapati kenaikan tiap tahun. Kenaikan jumlah nasabah ini membuktikan bahwa minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah terus bertambah tiap tahunnya.

Tabel 1. 1 Perkembangan Aset Bank Umum Syariah di Indonesia

Keterangan	2018	2019	2020	2021	2022
Total Aset (dalam miliar Rupiah)	289.487	314.748	351.014	394.862	446.454
Jumlah Bank	13	14	14	14	12
Jumlah Kantor	1.828	1.886	1.925	2.036	2.036
ATM	2.584	2.788	2.826	3.346	3.807
Jumlah Tenaga Kerja	51.062	49.410	49.806	50.483	50.708

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (2021). Data diolah peneliti.

Berdasarkan tabel 1.1 menampilkan data perkembangan aset-aset yang terdapat pada Bank Umum Syariah di Indonesia selama 5 tahun terakhir. Dapat dilihat bahwa dari tahun ke tahun aset Bank Umum Syariah mengalami perkembangan dari tahun 2018 hingga pada tahun 2022. Hal ini mencerminkan adanya perkembangan dalam jumlah total. Kemudian di tahun 2021 timbulah kesepakatan untuk memajukan Bank Umum Syariah dengan cara memusatkan pengelolaannya dan menggabungkan seluruhnya menjadi satu. Hal ini diharapkan dapat membuat Bank Umum Syariah di Indonesia menjadi lebih terpantau secara keseluruhan. Indonesia merupakan negara yang memiliki penduduk dengan mayoritas agama islam. Kementerian Dalam Negeri menyebutkan bahwa dari seluruh penduduk Indonesia, sebanyak 4/5 penduduk Indonesia memeluk agama islam. Berikut disajikan data yang menunjukkan persentase agama penduduk Indonesia.

Berdasarkan data Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri, sebanyak 236,53 juta jiwa (86,88%) beragama Islam. Jumlah ini menjadi potensi untuk menjadikan Indonesia sebagai pusat keuangan islam di dunia, setidaknya menurut Widyastuti & Arinta (2020) ada 3 hal kontribusi yang diberikan perbankan syariah dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, yaitu : (1) pembiayaan modal kerja, (2) pembiayaan investasi, dan (3) pembiayaan konsumsi . Adapun kontribusi bank syariah di Indonesia dalam tingkat dunia, pada tahun 2021 Indonesia ditetapkan pada global islamic finance report sebagai peraih peringkat pertama Islamic Finance Country Index atau IFCI (Bank Indonesia, 2021). Penduduk Indonesia yang mayoritasnya beragama Islam idealnya akan meningkatkan jumlah nasabah yang menabung di

bank syariah. Namun banyak dari penduduk Indonesia yang beragama islam lebih tertarik menabung di bank konvensional daripada bank syariah (Az-Zahra *et al.*, 2023). Berikut lampiran data dari dana pihak ketiga yang menyimpan uang mereka di bank Indonesia.

Tabel 1. 2 Perbandingan Jumlah Nasabah Bank Syariah dan Konvensional

	2018	2019	2020	2021
Syariah	29.068.132	32.177.779	36.427.147	39.915.290
Konvensional	246.695.905	269.520.179	313.897.803	325.466.583
Total	275.764.037	301.697.958	350.324.950	365.381.873

Sumber : OJK (2021) dan LPS (2021) data diolah.

Berdasarkan hasil data tabel 1.2 yang didapatkan dari data di atas menyatakan bahwa dari tahun ke tahun masyarakat indonesia yang menabung di bank syariah berkisar dari 9% hingga 9,7% saja dari total keseluruhan yang ada. Menurut Adiyanto & Purnomo (2021) salah satu faktor yang mempengaruhi minat menabung ialah literasi keuangan. Literasi keuangan (*financial literate*) adalah aktivitas atau rangkaian dari proses-proses untuk meningkatkan pengetahuan, keyakinan serta keterampilan konsumen dan masyarakat umum sehingga mereka dapat mengelola keuangan secara profesional. Selain memiliki tujuan untuk meningkatkan literasi seseorang, literasi keuangan juga memiliki tujuan untuk meningkatkan jumlah pengguna produk dan layanan jasa keuangan. Indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia masih mencapai 37,72% adapun untuk indeks literasi keuangan syariah hanya sebesar 8,93% saja. Serta Indeks inklusi keuangan syariah masih sangat rendah, yaitu hanya sebesar 9,1% dibandingkan dengan inklusi keuangan konvensional sebesar 75,28% (Otoritas Jasa Keuangan, 2021)

Dari hasil penelitian (Fatimah & Zariah, 2022) mahasiswa masih memiliki keraguan mengenai praktik bank syariah apakah sudah bebas riba dan sesuai dengan syariat Islam atau belum. Dengan kata lain dari penelitian diatas menyatakan mahasiswa masih memiliki persepsi bahwa menabung dibank syariah dan konvensional sama saja, hal ini karena pemahaman dan literasi yang dimiliki tentang bank syariah masih rendah sehingga mempengaruhi minat mahasiswa untuk menggunakan produk perbankan syariah. Rendahnya minat menggunakan produk perbankan syariah bisa disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya

promosi yang dilakukan belum sepenuhnya masuk kedalam lingkup penelitian diatas sehingga literasi tentang bank syariah masih rendah, tanpa adanya literasi maka tidak ada dorongan motivasi untuk menggunakan produk perbankan syariah.

Minat memiliki hal-hal pokok diantaranya adalah adanya aktivitas atas objek tertentu serta kecenderungan yang bersifat mengarahkan dan mempengaruhi tingkah laku individu. Bagi sektor perbankan, jika individu memiliki minat untuk menabung, maka individu akan terdorong untuk menjadi nasabah dan melakukan kegiatan yang terdapat didalamnya. Pada umumnya kurangnya sosialisasi serta kurangnya literasi masyarakat tentang operasional dari lembaga keuangan syariah dapat mengakibatkan kurangnya minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah. Otoritas Jasa Keuangan, literasi keuangan adalah serangkaian aktivitas dalam upaya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan seseorang dalam mengelola keuangan. Literasi menjadi salah satu faktor yang paling penting dalam pengambilan keputusan seseorang. Pengetahuan juga mempengaruhi individu dalam menentukan pilihan. Literasi bukan hanya sekedar kemampuan untuk memahami informasi dari membaca, tetapi juga kemampuan berpikir kritis, mampu memecahkan masalah dalam berbagai konteks, mampu berkomunikasi secara efektif dan mampu berpartisipasi aktif dalam masyarakat (Nurudin *et al.*, 2021).

Menurut Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2019 yang dilakukan oleh (OJK, 2021) bahwa indeks literasi keuangan sebesar 38,03%. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia secara umum belum memahami dengan baik karakteristik berbagai produk dan layanan jasa keuangan yang ditawarkan oleh lembaga jasa keuangan formal, padahal literasi keuangan merupakan keterampilan yang penting dalam rangka pemberdayaan masyarakat, kesejahteraan individu, perlindungan konsumen, dan peningkatan inklusi keuangan. Selain literasi, ada faktor berikutnya yang juga penting dalam meningkatkan minat menabung, yaitu motivasi. Motivasi merupakan daya penggerak atau hasrat yang ada di dalam diri seseorang yang menyebabkan seseorang melakukan sebuah tindakan. Jika individu memiliki motivasi yang tinggi terhadap objek tertentu, maka dia akan terdorong untuk berperilaku

menggunakan produk tersebut. Sebaliknya, jika motivasinya rendah dia akan berusaha menghindari objek yang bersangkutan.

Menurut Prihartanta (2015) Motivasi adalah gejala psikologis dalam bentuk dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu. Motivasi juga bisa dalam bentuk usaha-usaha yang dapat menyebabkan seseorang atau kelompok orang tertentu tergerak melakukan sesuatu karena ingin mencapai tujuan yang dikehendaknya atau mendapat kepuasan dengan perbuatannya. Menurut (Priansa, 2017) Motivasi dan minat merupakan sesuatu yang berhubungan satu dengan yang lainnya, motivasi mendorong timbulnya minat, semakin tinggi motivasi yang dimiliki oleh konsumen maka semakin kuat minat konsumen dalam mengonsumsi produk.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Fatimah & Zariah, 2022) yaitu “Pengaruh Motivasi terhadap Minat Menabung di Bank Syariah” menunjukkan bahwa Motivasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di bank Syariah, semakin tinggi motivasi maka semakin kuat minat mahasiswa menabung di Bank Syariah. Seiring dengan perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia, Bank Syariah diharuskan menciptakan inovasi untuk menarik minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Dengan berbagai strategi agar masyarakat mau memindahkan tabungan mereka ke bank syariah. salah satu strategi yang dilakukan adalah dengan melakukan kegiatan promosi untuk menawarkan produk atau jasa yang dimiliki.

Aktivitas promosi merupakan usaha pemasaran yang memberikan berbagai upaya intensif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa. Seluruh kegiatan promosi bertujuan untuk mempengaruhi perilaku pembelian, tetapi tujuan promosi yang utama adalah memberitahukan, membujuk dan mengingatkan keberadaan suatu produk (Novaldi *et al.*, 2023). Dengan diadakannya kegiatan promosi produk-produk bank ini maka masyarakat dapat mengetahui apa saja yang diberikan dan disediakan oleh bank serta menambah minat masyarakat untuk menabung pada bank tersebut. Kegiatan promosi yang digunakan oleh bank yaitu bertujuan untuk membangun kesadaran masyarakat terhadap keberadaan produk atau jasa yang ditawarkan oleh bank,

menambah pengetahuan masyarakat tentang produk/jasa yang ditawarkan, memberikan gambaran perbandingan bank satu dengan bank lain dan membujuk masyarakat untuk menggunakan produk/jasa yang ditawarkan (Febrian & Budianto, 2023).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Ortega & Alhifni, 2017 yaitu “Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah” menunjukkan bahwa media promosi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah dengan beberapa kriteria diantaranya adalah :

- 1) Promosi yang paling banyak memberikan dampak terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah adalah media televisi dan internet.
- 2) Media promosi cetak mendapat tanggapan lebih rendah dibanding media promosi televisi dan internet.

Alasan memilih mahasiswa FEB angkatan 2020 Universitas Jambi sebagai sampel dalam penelitian ini karena Kemudahan Akses Data, akses untuk mengumpulkan data dari mereka lebih mudah dibandingkan dengan angkatan lainnya. Selain itu pada tahun 2023, mahasiswa angkatan 2020 umumnya sudah memasuki tahun keempat perkuliahan. Pada tahap ini, mereka sudah memiliki pengetahuan yang lebih mendalam mengenai literasi keuangan dan konsep-konsep ekonomi dasar, termasuk perbankan syariah. Ini membuat mereka menjadi kelompok yang relevan untuk dianalisis dalam konteks literasi keuangan dan preferensi perbankan. Penelitian ini memilih Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2020 yang berjumlah 597 Mahasiswa aktif sebagai objek penelitian karena Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2020 sudah mempelajari dan memahami tentang cara promosi produk apa saja yang ada di Perbankan Syariah.

Tabel 1. 2 Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2020

No	Program Studi	Angkatan	Jumlah
1	Akuntansi	2020	166
2	Ekonomi Pembangunan	2020	150
3	Manajemen	2020	175
4	Ekonomi Islam	2020	106
Jumlah			597

Sumber: Siakad Universitas Jambi

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka di penelitian ini peneliti mencoba untuk menguji kembali **“PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, MOTIVASI DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MAHASISWA MENGGUNAKAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Pada Mahasiswa Strata-1 Angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan diatas, maka pertanyaan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah Literasi Keuangan Syariah berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis menggunakan produk perbankan syariah ?
2. Apakah Motivasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis menggunakan produk perbankan syariah ?
3. Apakah Promosi berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis menggunakan produk perbankan syariah ?
4. Apakah Literasi Keuangan Syariah, Motivasi dan Promosi berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis menggunakan produk perbankan syariah ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis menggunakan produk perbankan syariah.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis dalam menggunakan produk perbankan.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Promosi pengaruh promosi terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis menggunakan produk perbankan syariah.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Motivasi dan Promosi berpengaruh terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis menggunakan produk perbankan syariah.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sesuai dengan berkaitannya judul yang diteliti, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- 1) Penelitian ini memberikan data sebagai bukti empiris dalam menambah wawasan dan pengembangan ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan hal pengaruh literasi Ekonomi Syariah terhadap minat transaksi menggunakan produk perbankan syariah.
- 2) Penelitian dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori keuangan yang berkaitan dengan literasi keuangan syariah dan faktor penentu minat penggunaan produk atau layanan lembaga keuangan syariah. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori keuangan mengenai peran literasi keuangan syariah terhadap minat penggunaan produk perbankan syariah. Penelitian ini dapat juga digunakan sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan hubungan literasi keuangan syariah terhadap minat penggunaan produk perbankan syariah.

2. Manfaat Praktis

- 1) Penelitian ini juga berharap dapat memberikan masukan kepada perusahaan agar dapat memberi gambaran mengenai pentingnya pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat nasabah menggunakan produk perbankan syariah serta hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi penelitian selanjutnya untuk menghasilkan penelitian yang lebih baik.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dalam pengambilan

kebijakan bagi para pengambil minat atau perbankan syariah. Dengan mengetahui tingkat literasi keuangan syariah diharapkan para pengambil minat atau perbankan syariah dapat menentukan strategi guna meningkatkan penggunaan produk perbankan syariah.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengimplementasikan segala ilmu yang telah diterima selama bangku perkuliahan.

4. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai faktor yang mempengaruhi minat untuk menggunakan produk di perbankan syariah dan secara luas penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian sejenis.