

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ekonomi merupakan hal penting yang tidak bisa terpisah dari kehidupan masyarakat. Ekonomi juga memiliki peranan utama dalam suatu negara, dimana ekonomi berperan untuk mempertahankan kestabilan bangsa dan negara. Terdapat beberapa sistem ekonomi yang berkembang di dunia diantaranya ialah sistem ekonomi kapitalis, sistem ekonomi sosialis, sistem ekonomi campuran, dan sistem ekonomi islam. Dimana masing-masing negara mempunyai sistem ekonomi tersendiri yang tidak bisa diatur oleh pihak luar.

Indonesia merupakan salah satu negara yang mayoritas memiliki masyarakat yang beragama islam. Sebagai seorang muslim terdapat kewajiban yang harus dijalankannya sesuai dengan tuntutan islam. Salah satunya dalam hal kegiatan ekonomi. Islam telah mengatur segala kegiatan ekonomi dalam Al- qur'an dan Hadist. Di Indonesia sudah dikenal sistem ekonomi islam atau ekonomi syariah yang berpedoman teguh pada Al-qur'an dan Hadist. Sistem ekonomi islam yaitu sebuah sistem ekonomi dimana memiliki tujuan untuk mensejahterakan manusia.

Dengan berkembangnya ekonomi islam di Indonesia mengakibatkan munculnya lembaga-lembaga keuangan berbasis syariah. Lembaga keuangan syariah hadir diantara lembaga konvensional lainnya yang membuat masyarakat tertarik dengan produk-produk yang ditawarkannya. Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang mengalami perkembangan yang

sangat pesat. Bank syariah dikembangkan sebagai lembaga bisnis keuangan yang melaksanakan kegiatan usahanya sejalan dengan prinsip-prinsip dasar dalam ekonomi islam. Tujuan diterapkannya ekonomi islam pada bank syariah tidak hanya memfokuskan pada pencapaian keuntungan secara maksimal, akan tetapi perannya dalam menjalankan kesejahteraan bagi masyarakat. Adapun peran bank syariah dalam kesejahteraan masyarakat yang paling menonjol dengan diwujudkan melalui aktivitas penghimpunan dan penyaluran Zakat, Infaq, Sedekah, Hibah, dan Waqaf (ZISWAF).

Berdasarkan Undang-Undang No 21 Tahun 2008 bank syariah didefinisikan sebagai bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari tiga macam yakni Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Berjalannya kegiatan bank syariah haruslah sesuai dengan prinsip syariah. Prinsip syariah merupakan prinsip hukum islam dalam segala aktivitas perbankan berdasarkan fakta yang diterbitkan oleh lembaga yang berwenang dalam melakukan penetapan fatwa di bidang syariah.

Gagasan pendirian bank syariah di Indonesia muncul sejak tahun 1970-an melalui sebuah seminar nasional Hubungan Indonesia-Timur Tengah. Proses pendirian bank syariah di Indonesia dimulai sejak tahun 1983 ketika BI (Bank Indonesia) memberikan kewenangan kepada bank untuk menetapkan suku bunga dan pemerintah Indonesia berencana untuk menerapkan sistem bagi hasil dalam perkreditan yang menjadi konsep awal dari perbankan syariah. Di tahun 1988 dikeluarkannya Paket Kebijakan Deregulasi Perbankan 1988

(Pakto 88) yang dapat memberikan kesempatan secara luas kepada bisnis perbankan di Indonesia. Akhirnya di tahun 1990 Majelis Ulama Indonesia (MUI) membentuk sebuah kelompok kerja untuk mendirikan bank islam di Indonesia hingga akhirnya berdirilah bank syariah pertama di Indonesia dengan nama PT Bank Muamalat Indonesia (BMI) dengan akte pendiriannya berdiri pada tanggal 1 November 1991 dan resmi beroperasi pada tanggal 1 Mei 1992 dengan modal awal sebesar Rp. 106.126.382.000,-¹.

Peluang berkembangnya bank syariah di Indonesia sangat besar, hal ini dikarenakan mayoritas masyarakatnya muslim. Akan tetapi, jika saja pengenalan lembaga keuangan syariah terkhusus bank syariah lebih ditingkatkan dan menyeluruh maka tidak menutup kemungkinan bank syariah dapat bersaing dan lebih unggul dari bank konvensional yang lebih dulu dikenal oleh masyarakat. Hal ini dapat tercapai apabila masyarakat memahami literasi muamalah ataupun literasi keuangan syariah².

Literasi keuangan merupakan pemahaman, keyakinan, dan keterampilan yang akan mempengaruhi sikap dan perilaku individu untuk menaikkan kualitas pengambilan keputusan ataupun kegiatan pengelolaan keuangan dengan tujuan untuk mencapai kesejahteraan. Pada tahun 2019 Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melakukan survei di 34 provinsi dengan jumlah responden sebanyak 12.773 dengan mempertimbangkan gender dan strata wilayah

¹ Tentang Syariah, dalam www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Sejarah-Perbankan-Syariah.aspx, diakses tanggal 16 Maret 2021.

² Muhammad Arief Rachman Hakim, 'Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Membuka Rekening Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Islam Kota Malang)', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, Vol. 8, No. 2, 2020, 1-2.

perkotaan/perdesaaan. Dari survei itu didapatkan hasil bahwa indeks literasi keuangan di Indonesia memperoleh peningkatan dibanding tahun terdahulu.

Tabel 1.1
Data indeks literasi keuangan di Indonesia

Tahun	Presentase
2013	21,84%
2016	29,7%
2019	38,03%

Sumber: Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan

Menurut survei yang telah dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) didapatkan hasil bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat di tahun 2016 hanya sebanyak 21.84% dan mengalami kenaikan di tahun 2016 dengan presentase sebesar 29,7% dan terus mengalami peningkatan di tahun 2019 dengan indeks literasi keuangan di Indonesia diperoleh sebesar 38,03%. Seseorang dikatakan *well literate* (memahami dengan baik) jika ia memiliki tingkat pengetahuan dan pemahaman terkait lembaga keuangan, produk, dan jasa keuangan seperti manfaat, fitur, risiko yang didapat, kewajiban dan hak mengenai produk dan jasa keuangan, sekaligus memiliki keterampilan untuk memakai produk dan jasa keuangan³.

³ Anriza Witi Nasution dan Marlya Fatira, "Analisis Faktor Kesadaran Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Keuangan Dan Perbankan Syariah", *Equilibrium : Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 7, No. 1, 40-63.

Dengan tingkat pemahaman masyarakat mengenai literasi keuangan syariah yang semakin meningkat menandakan bahwa masyarakat telah *familier* dan mengenal mengenai lembaga keuangan syariah terkhusus bank syariah. Disini bank syariah harus memberikan kontribusi dalam meningkatkan pemahaman masyarakat umum terkait lembaga keuangan syariah dengan semakin memperkenalkan baik dari produk maupun jasa perbankan syariah. Hal ini dapat dilakukan dengan kegiatan promosi maupun kegiatan lain yang dianggap mampu menarik minat masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan. Selain itu, bank sebagai lembaga yang berorientasi pada kepercayaan masyarakat harus menjaga kepercayaan dengan sebaik mungkin. Hal ini dikarenakan berjalannya operasional perbankan sangat bergantung pada kepercayaan masyarakat dalam menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan. Jika telah terjalin kepercayaan antara masyarakat dan pihak bank syariah maka semakin mudah pula dalam menjalin hubungan kerjasama bagi kedua belah pihak. Sehingga nasabah pun semakin nyaman dalam menggunakan produk dan jasa perbankan syariah.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Resti Fadhillah Nurrohmah dengan judul “Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah”. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi

pemahaman masyarakat mengenai literasi keuangan syariah maka semakin meningkat pula minat masyarakat dalam menjadi nasabah bank syariah.

Ahyar (2018) menjelaskan dengan semakin tingginya literasi yang dimiliki masyarakat akan keuangan syariah maka akan mempengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan produk dan jasa perbankan. Agustianto dan Handinda (2019) menjelaskan bahwa literasi keuangan syariah turut serta memberikan manfaat bagi lembaga jasa keuangan syariah, dimana keduanya saling berkaitan sehingga semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah yang dimiliki oleh masyarakat, maka akan semakin banyak pula masyarakat yang memanfaatkan berbagai produk dan jasa perbankan syariah. Dan berdasarkan pada penelitian Panghayo dan Mushdolifah (2018) diketahui bahwa literasi keuangan syariah berkorelasi terhadap minat masyarakat untuk memanfaatkan produk dan jasa dari perbankan syariah.

Dalam meningkatkan minat masyarakat dalam memanfaatkan jasa dan produk perbankan syariah, maka bank syariah melakukan promosi yang merupakan aspek penting dalam pemasaran. Hal ini dikarenakan kegiatan promosi akan memberikan berbagai rangkaian kegiatan kedepan dari bank syariah. Menurut Kotler dan Armstrong promosi adalah suatu kegiatan yang memberitahukan berbagai keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. Dilakukannya promosi dengan tujuan untuk

memberikan informasi, meningkatkan pangsa pasar, dan membentuk citra perbankan syariah⁴.

Fitri Maisya (2013) pada penelitiannya menjelaskan bahwa minat menabung akan semakin mengalami peningkatan jika pihak perusahaan melakukan kegiatan promosi yang dilakukan melalui media iklan yang memperlihatkan keunggulan serta manfaat yang diberikan oleh produk dan jasa dari perbankan syariah sehingga masyarakat merasa tertarik akan menjadi nasabahnya. Kotler pun menjelaskan bahwa promosi sebagai kegiatan yang memberikan informasi dari manfaat suatu produk dan membujuk calon konsumen untuk membeli atau menggunakan suatu jasa. Sehingga dilakukannya promosi diharapkan memberikan efek baik bagi perusahaan dengan semakin banyak masyarakat yang tertarik dan memberikan keputusan dengan melakukan pembelian ataupun menggunakan jasa yang diberikan.

Selain dilakukannya promosi bank syariah pula memberikan berbagai inovasi dalam produk-produk dan jasa yang ditawarkannya. Inovasi produk tersebut dilakukan untuk melengkapi kebutuhan masyarakat akan produk perbankan yang dinilai sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Selain itu, inovasi produk yang dilakukan oleh bank syariah dapat menjadikan bank syariah lebih kredibel, bersifat inovatif dan dapat dinikmati semua kalangan masyarakat di Indonesia. Nurul Ulyah (2019) menjelaskan jika inovasi produk menjadi hal penting serta mendasar bagi masyarakat dalam memilih bank syariah sebagai

⁴ Roni Andespa, "Meningkatkan Pertumbuhan Nasabah Bank Syariah : Mendukung Pembiayaan Promosi, Pendidikan dan Pelatihan", *Maqdis : Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Vol. 1, No. 2, 2016, 171–188.

tempat melakukan transaksi keuangan terlebih lagi dalam menabung. Dimana masyarakat akan merasakan adanya ketertarikan jika produk yang ditawarkan oleh bank syariah memiliki inovasi didalamnya.

Bank syariah sebagai lembaga yang sangat mengandalkan kepercayaan yang diberikan dari nasabah, karena tanpa adanya kepercayaan dari nasabah maka bank syariah tidak bisa dengan baik menjalankan kegiatan operasionalnya. Oleh karena itu sangat penting bagi pihak bank dalam mendapatkan adanya kepercayaan dari masyarakat, karena jika telah terbentuk adanya kepercayaan maka suatu kerjasama akan semakin baik dan memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Buchari Alma (2004) dalam bukunya menjelaskan bahwa dengan semakin tingginya rasa kepercayaan dari masyarakat kepada bank syariah maka ikut mempengaruhi perilaku dari nasabah tersebut, dimana nasabah akan merasa tertarik dan senang dalam menggunakan produk yang ditawarkan sehingga bank syariah pun akan mampu dengan mudah menarik minat nasabah dengan tingginya rasa kepercayaan (*trust*) dari masyarakat.

Dengan semakin berkembangnya perbankan di Indonesia maka muncul pula bank-bank syariah di Lamongan. Lamongan merupakan salah satu wilayah kabupaten di Jawa Timur yang berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) bahwa mayoritas masyarakat di Lamongan adalah beragama islam. Sebagai seorang muslim terdapat kewajiban bahwa dalam menjalankan segala sesuatunya itu haruslah sesuai dengan tuntutan islam termasuk dalam kegiatan ekonomi. Sehingga kehadiran bank syariah dapat dianggap sebagai

solusi bagi masyarakat muslim sehingga dapat menggunakan jasa perbankan yang segala operasionalnya telah sesuai dengan prinsip islam. Namun realitanya masih adanya sebagian masyarakat yang belum memahami ataupun merasa tidak tertarik dengan adanya bank syariah yang menyebabkan masyarakat tersebut enggan dalam menggunakan produk perbankan syariah. Masih banyak masyarakat muslim di Lamongan lebih memilih bank konvensional dibanding dengan bank syariah. Masyarakat masih beranggapan bahwa bank syariah sama saja dengan bank konvensional, padahal keduanya sangat jelas berbeda. Terdapat banyak perbedaan diantara keduanya, salah satunya yaitu bahwa bank syariah beroperasi dengan prinsip bagi hasil sedangkan untuk bank konvensional menggunakan sistem bunga. Dimana dalam islam sistem bunga/riba tersebut sangatlah dilarang. Selain itu, keberadaan bank konvensional yang lebih dulu hadir membuat masyarakat di Lamongan lebih banyak dalam menggunakan bank konvensional dibandingkan dengan bank syariah.

Namun dengan kehadiran bank syariah di Lamongan, salah satunya yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI) yang merupakan gabungan dari tiga bank syariah lainnya yang secara resmi terbentuk pada Februari 2021 membuat masyarakat di Lamongan mulai tertarik dengan bank syariah. Dengan dilakukan penggabungan ketiga bank syariah tersebut diharapkan dapat menyatukan kelebihan-kelebihan yang ada di masing-masing pihak sehingga Bank Syariah Indonesia dapat memberikan kontribusi kepada masyarakat secara luas. Melalui kehadiran bank syariah di Lamongan membuat masyarakat

mendapatkan pemahaman terkait dengan bank syariah dan literasi keuangan syariah baik melalui pengenalan produk yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia di Lamongan ataupun melalui informasi lainnya yang dapat diakses melalui sosial media. Dengan pemahaman masyarakat akan perbankan syariah dan literasi keuangan syariah maka akan memberikan pengaruh positif terhadap pandangan masyarakat terhadap bank syariah.

Bank Syariah Indonesia di Lamongan pun selalu berupaya semaksimal mungkin dalam memberikan pelayanan sehingga masyarakat akan merasa nyaman yang akhirnya akan membentuk sebuah kepercayaan. Selain itu inovasi produk dan promosi sering kali dilakukan oleh BSI Lamongan, kegiatan promosi tersebut dilakukan oleh BSI Lamongan melalui periklanan ataupun pemasaran secara langsung. Dengan dilakukannya promosi pada produk-produk dan jasa bank syariah maka masyarakat di Lamongan pun dapat mengetahui tentang produk yang disediakan oleh bank syariah dan akhirnya dapat mempengaruhi masyarakat untuk menjadi nasabah di BSI Lamongan. Sehingga dari hal ini, peneliti tertarik untuk mengetahui apakah dari pemahaman yang telah diketahui oleh masyarakat akan literasi keuangan syariah, kepercayaan masyarakat ke bank syariah dan tindakan yang dilakukan oleh bank syariah seperti inovasi produk dan promosi akan memberikan pengaruh terhadap minat masyarakat di Lamongan untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Indonesia.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Khariska Afriadi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi

Nasabah di Bank Syariah (Studi Masyarakat Komplek Perumahan Perumdam Kel. Kandang Mas Kec. Kampung Melayu Kota Bengkulu)” berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa minat yang mempengaruhi nasabah dalam menjadi nasabah bank syariah disebabkan karena faktor promosi, inovasi produk dan lokasi. Dimana variabel promosi dan inovasi produk berpengaruh secara positif terhadap minat menjadi nasabah.

Terdapat perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Khariska Afriadi dimana dalam penelitiannya hanya membahas mengenai faktor yang mempengaruhi minat menjadi nasabah dan tidak melakukan uji secara langsung mengenai variabel-variabelnya, sedangkan dalam penelitian ini akan dilakukan secara langsung uji terhadap variabel-variabel dengan menggunakan bantuan SPSS.

Hal yang menjadikan penting dalam penelitian ini dan berbeda dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya yaitu peneliti bermaksud untuk mengembangkan variabel sebelumnya yang hanya terbatas pada faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Bengkulu menjadi nasabah bank syariah yaitu variabel promosi dan inovasi produk dengan menambahkan variabel lainnya yaitu variabel literasi keuangan syariah dan *customer trust*. Selain itu, objek penelitian yang dilakukan pun sangat berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

Adapun perbedaan lainnya dan kelebihan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini akan menggunakan empat variabel sekaligus dalam menguji minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank

syariah. Sedangkan di penelitian sebelumnya hanya terbatas dengan menggunakan dua atau tiga variabel saja dalam menguji indikator minat menjadi nasabah.

Dari penjelasan latar belakang di atas penulis tertarik meneliti lebih dalam terkait pemahaman literasi keuangan syariah masyarakat, kepercayaan masyarakat kepada bank, promosi dan inovasi produk yang dilakukan oleh bank syariah dalam mempengaruhi minat masyarakat di Lamongan dalam menjadi nasabah bank syariah. Maka penelitian ini berjudul **“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi, *Customer Trust* dan Inovasi Produk Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Tabungan di BSI KCP Lamongan)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan yang akan dibahas adalah:

1. Apakah literasi keuangan syariah, promosi, *customer trust* dan inovasi produk berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah tabungan di BSI KCP Lamongan secara simultan?
2. Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah tabungan di BSI KCP Lamongan?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah tabungan di BSI KCP Lamongan?
4. Apakah *customer trust* berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah tabungan di BSI KCP Lamongan?

5. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah tabungan di BSI KCP Lamongan?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

- a. Menganalisis pengaruh antara literasi keuangan syariah, promosi, customer trust dan inovasi produk terhadap minat menjadi nasabah tabungan di BSI KCP Lamongan secara simultan.
- b. Menganalisis pengaruh antara literasi keuangan syariah terhadap minat menjadi nasabah tabungan di BSI KCP Lamongan.
- c. Menganalisis pengaruh antara promosi terhadap minat menjadi nasabah tabungan di BSI KCP Lamongan.
- d. Menganalisis pengaruh antara customer trust terhadap minat menjadi nasabah tabungan di BSI KCP Lamongan.
- e. Menganalisis pengaruh antara inovasi produk terhadap minat menjadi nasabah tabungan di BSI KCP Lamongan.

2. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat ke beberapa pihak seperti bagi peneliti, akademi, dan lembaga keuangan syariah.

a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan pembelajaran terbaru bagi peneliti, khususnya berkaitan dengan bagaimana menerapkan teori yang didapatkan kedalam tulisan karya ilmiah

b. Bagi akademisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dalam memberikan informasi tambahan bagi mahasiswa dalam penulisan karya ilmiahnya.

c. Bagi lembaga keuangan syariah

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berguna bagi lembaga terkait dalam upaya meningkatkan minat masyarakat dalam menjadi nasabah bank syariah.

D. Sistematika Pembahasan

Sistematika dalam penelitian ini terbagi menjadi lima bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab pertama pendahuluan ini akan berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat dari penelitian, kajian pustaka serta sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab kedua yaitu landasan teori akan berisi teori-teori yang dibahas terkait penelitian seperti literasi keuangan syariah, promosi, kepercayaan nasabah (*customer trust*), inovasi produk dan minat menjadi nasabah bank syariah.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ketiga yaitu metode penelitian ini akan membahas terkait metode-metode yang digunakan dalam penelitian yang meliputi: jenis penelitian, populasi dan sampel yang akan digunakan, pengumpulan data serta teknik yang digunakan dalam menganalisis data tersebut.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab keempat yaitu hasil penelitian dan pembahasan akan menjelaskan secara umum terkait objek penelitian, jawaban serta pembahasan mengenai rumusan permasalahan dalam penelitian ini.

BAB V PENUTUP

Pada bab kelima yaitu penutup akan berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan serta saran yang dapat diperuntukkan bagi peneliti selanjutnya dengan tujuan agar menambahkan objek ataupun variabel dalam penelitian selanjutnya.