

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kegiatan perekonomian suatu negara, lembaga keuangan bank memiliki peran yang sangat penting. Salah satu fungsi utama dari perbankan adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, yang selanjutnya disalurkan kepada para pengusaha maupun peminjam yang membutuhkan guna bertransaksi bisnis maupun untuk konsumsi¹

Di Indonesia, bank syariah diatur oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan terdaftar sebagai bank umum syariah. Bank syariah juga mendapat sertifikasi halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia). Bank syariah menawarkan berbagai produk dan layanan sesuai dengan prinsip Islam seperti deposito tetap, pembiayaan, asuransi, dan investasi. Produk dan layanan perbankan syariah ditawarkan kepada semua orang, tanpa membedakan agama atau kepercayaan, karena perbankan syariah menerapkan prinsip syariah untuk kebaikan bersama, bukan hanya untuk umat Islam.

Perbankan syariah berkembang sangat pesat, menurut analisis Profesor Khursid Ahmad dan laporan International Islamic Banking Association, hingga akhir tahun 1999, terdapat lebih dari 200 lembaga keuangan Islam yang

¹ Lucky Nugroho, Bank Syariah Dan Dinamika Financial Technology (Fintek) Pada Era Revolusi Industri 4.0 (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2020).

beroperasi di seluruh dunia, baik di negara-negara Islam maupun di Eropa, Australia, dan Amerika. Kondisi dunia perbankan syariah di Indonesia sendiri mengalami perkembangan yang sangat pesat. Bank syariah terdiri dari tiga jenis, yaitu Bank Umum Syariah (BUS), Bank Pengkreditan Rakyat Syariah (BPRS), dan Unit Usaha Syariah (UUS). Adapun data perkembangan jaringan kantor perbankan syariah di Indonesia yang dipublikasikan oleh Otoritas Jasa Keuangan yang mencatat dari tahun 2019 sampai 2022 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Jaringan kantor Perbankan Syariah

Indikator	2019	2020	2021	2022
BUS				
- Jumlah Bank	14	14	12	13
- Jumlah Kantor	1.919	2.034	2.035	2.007
UUS				
- Jumlah Bank	20	20	21	21
- Jumlah Kantor	381	392	444	438
BPRS				
- Jumlah Bank	164	163	164	169
- Jumlah Kantor	617	627	659	666

Sumber : statistik perbankan syariah 2022 data yang telah diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa bank syariah yang tersebar di Negara Indonesia paling banyak berbentuk Bank Pengkreditan Rakyat Syariah (BPRS), sedangkan untuk Bank Umum Syariah (BUS) terbilang masih sedikit

jumlahnya. Masalah utama yang dihadapi lembaga keuangan syariah ini adalah bagaimana perusahaan menarik konsumen dan mempertahankannya dengan tujuan perusahaan dapat bertahan dan berkembang.²

Disposable income merupakan pendapatan yang tersisa setelah dikurangi dengan pengeluaran rutin. Pendapatan disposable yang dipakai untuk menabung adalah pendapatan yang tersisa karena tidak habis dipakai untuk konsumsi. Jadi secara tidak langsung masyarakat menabung ditentukan dari besarnya pendapatan serta besarnya konsumsi. Selain itu kebanyakan masyarakat menabung juga ditentukan oleh tingkat suku bunga. Jika tingkat suku bunga naik, maka masyarakat lebih berminat menabung dan mengurangi konsumsinya dan begitu pula sebaliknya.

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain: faktor kebudayaan, kelas sosial, keluarga, status, kelompok atau komunitas, usia, pekerjaan, gaya hidup dan lain- lain. Faktor-faktor ini dapat memberi petunjuk bagi pemasar untuk melayani pembeli secara efektif. Selain faktor-faktor yang berpengaruh dalam membentuk perilaku konsumen yang telah disebutkan tadi, sensitifitas religiusitas juga merupakan faktor pembentuk perilaku konsumen.

Selain *disposable income*, tingkat pengetahuan konsumen merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk berinvestasi di pasar modal syariah. Semakin baik pengetahuan konsumen tentang pasar

² <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/dat-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Januari-2023.aspx>

menabung di bank syariah semakin tinggi juga kemungkinan untuk berhubungan dengan minat menabung di bank syariah. Pengetahuan konsumen berfokus pada informasi yang diketahui oleh konsumen mengenai suatu hal tertentu. Pengetahuan konsumen mencakup pengetahuan produk, pengetahuan pemakaian dan pengetahuan hukum produk.³

Dari masalah perbankan syariah tersebut adalah bagaimana mempertahankan agar mengalami kenaikan dan bagaimana strategi dari bank syariah menawarkan produk yang ada agar menarik konsumen untuk bertransaksi di perbankan syariah khususnya *funding* (menyimpan dana) seperti menabung. Tujuan dari menjadi nasabah ataupun menabung di bank syariah yaitu satu langkah bijak dalam mengelola serta merencanakan keuangan dengan baik untuk masa depan.

Dalam memenuhi kebutuhan konsumen, pengetahuan merupakan hal yang penting menjadi keputusan konsumen untuk memilih suatu model jasa tertentu. Terdapat kemungkinan beberapa konsumen mengetahui kekurangan dan kelebihan dari model jasa yang tersedia, dan tidak menutup kemungkinan ada pula sebagian konsumen belum mengetahui model jasa yang dikeluarkan oleh pihak perusahaan⁴

³ Nurmalina. 2019 Pengaruh Tingkat Disposibel Income Dan Tingkat pengetahuan Mahasiswa Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Berinvestasi DiPasar Modal Syariah. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Hal. 4-5

⁴ Anggita Novita Gampu, L. Kawet, Yantje Uhing, “ Analisis motivasi, persepsi dan pengetahuan terhadap keputusan nasabah memilih PT. Bank Sulutgo cabang Utama Manado“, Jurnal EMBA, Vol.3 No.3 Sept. 2015, Hal.1331

Pengetahuan adalah sebagian dari kebenaran yang diyakini orang dengan menggunakan antara keyakinan dan kebenaran dalam pemrosesan informasi seseorang, sehingga dapat mengiringnya untuk melakukan suatu tindakan yang dapat membuat orang atau lembaga melakukan tindakan yang berbeda dengan lebih efektif. Penting bagi konsumen untuk memahami mengenai pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung di bank syariah dan memiliki peluang yang besar untuk membangkitkan ekonomi islam, serta mengembangkan produk-produk bank syariah.⁵

Pengetahuan tentang produk adalah faktor penting dalam pengambilan keputusan konsumen. Hal ini dapat mempengaruhi bagaimana konsumen melakukan penilaian terhadap suatu produk. Pengetahuan juga dapat mempengaruhi niat untuk membeli (*intention*) melalui sikap, yang dengan demikian peningkatan pengetahuan akan mempengaruhi niat untuk menabung. Pengetahuan tentang produk adalah faktor penting dalam pengambilan keputusan konsumen. Hal ini dapat mempengaruhi bagaimana konsumen melakukan penilaian terhadap suatu produk. Konstruksi dari pengetahuan memiliki perbedaan yaitu pengetahuan Objektif, seperti informasi yang akurat tentang produk yang tersimpan dalam ingatan jangka panjang konsumen, dan juga Pengetahuan Objektif yang meliputi persepsi seseorang terhadap apa atau

⁵ Nurbaiti, Supaino, Diena Fadhilah, “Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pesantren Di Bank Syariah”, Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal, Vol 1 No 2 Desember 2020, 31

bagaimana mereka mengetahui suatu produk yang hanya didasarkan pada interpretasi subjektif mereka.⁶

Minat menabung merupakan bagian atau salah satu elemen penting dari perilaku nasabah dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang serta jasa ekonomi. Secara umum, perilaku pengambilan keputusan untuk membeli atau mempergunakan jasa tertentu dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu : harga, servis yang ditawarkan, lokasi, kemampuan tenaga penjual, periklanan.⁷

Minat adalah kecenderungan seseorang yang tetap memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Kegiatan yang diminati seseorang dan diperhatikan secara terus-menerus yang disertai dengan rasa senang.⁸ Tinggi dan rendahnya minat menabung di bank syariah, di pengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor eksternal dan juga faktor internal Salah satu Faktor tersebut adalah pengetahuan perbankan syariah. Dengan baiknya pemahaman terhadap pengetahuan perbankan syariah akan meningkatkan minat menabung di bank syariah. semakin baik pengetahuan tentang produk bank syariah semakin tinggi kemungkinan untuk berhubungan dengan bank syariah.

⁶ Novita Kusuma Maharani, Ani Silvia, “Analisis Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Niat Pembelian Produk Kosmetik Halal”, Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropi Islam, Vol. 3, No. 1, Juni 2019,84.

⁷ Kotler dala kutipan Aris Purwanto, Pengaruh Pengetahuan,hlm.22.

⁸ Slameto, Belajar dan Faktor – Faktor Yang Mempengaruhinya, (Jakarta: Ranika Cipta, 2010), h. 109

Menabung merupakan aktivitas yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan di masa yang akan datang. Perilaku menabung biasanya didahului dengan adanya keinginan terlebih dahulu dari orang yang akan menabung. Menabung memerlukan niat dan perencanaan agar dapat terlaksana dengan baik. Sebelum seorang individu memutuskan untuk menabung di bank, terlebih dahulu dipertimbangkan apa tujuan dan manfaat dari menabung. Selanjutnya mulai mengumpulkan informasi tentang bank apa yang cocok dengan kebutuhan maupun seleranya. Setelah itu dilakukan kegiatan mencari dan menilai jenis tabungan yang dibutuhkan, baru kemudian memutuskan untuk memakai tabungan tersebut. Sehingga dapat dikatakan untuk merealisasikan aktivitas menabung, diperlukan sebuah kemauan atau niat serta perencanaan untuk melakukannya.⁹

Teori Konsumsi Keynes menyatakan bahwa “pengeluaran seseorang untuk konsumsi dan tabungan dipengaruhi oleh pendapatannya. Semakin besar pendapatan seseorang maka akan semakin banyak tingkat konsumsinya pula, dan tingkat tabungannya pun akan semakin bertambah. Dan sebaliknya apabila tingkat pendapatan seseorang semakin kecil, maka seluruh pendapatannya digunakan untuk konsumsi sehingga tingkat tabungannya nol. Keynes menyatakan bahwa konsumsi dipengaruhi oleh *Disposibel Income*. *Disposibel Income* ialah pendapatan setelah dikurangi pajak dan merupakan pendapatan yang siap dibelanjakan. *Disposibel Income* yang digunakan untuk menabung

⁹ Rikayanti. (2020) Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Disposibel Income Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Studi Pada Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Kendari Hal.3-4

merupakan pendapatan yang tersisa karena tidak habis digunakan untuk konsumsi. Secara tidak langsung tabungan masyarakat ditentukan oleh besarnya pendapatan dan juga besarnya konsumsi. Selain itu, tabungan ini juga ditentukan oleh tingkat suku bunga. Jika tingkat suku bunga naik, maka masyarakat akan cenderung untuk menabung dan mengurangi konsumsinya dan sebaliknya. . *Disposable Income* yang ada pada dasarnya digunakan untuk memenuhi kebutuhan pengeluaran konsumsi dan sebagian lain digunakan untuk menabung.

Simanjuntak dan Dewantara (2014) yang berjudul dampak dari pengetahuan, nilai religiusitas, dan sikap terhadap label produk halal juga menyatakan bahwa pengetahuan konsumen terhadap suatu produk memiliki dampak yang berbeda terhadap perilaku, seperti perilaku mereka dalam pencarian informasi produk. Konsumen yang memiliki pengetahuan yang berlebih akan berpengaruh pada evaluasinya terhadap karakteristik produk. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada variabel pengetahuan, nilai religiusitas, dan sikap dimana skor rata-rata dari ketiga variabel tersebut memiliki nilai yang lebih tinggi pada responden wanita jika dibandingkan dengan responden pria. Religiusitas ternyata mempengaruhi perilaku membaca label halal. Selanjutnya, variabel pengetahuan tentang label halal adalah lebih baik pada responden muslim

dibandingkan non-muslim, dan nilai religiusitas mempengaruhi sikap responden dalam membaca label halal.¹⁰

Menurut penelitian Hamdani (2020), melalui skripsi yang berjudul Pengaruh Tingkat Religiusitas dan *Disposable Income* Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Jambi Di Bank Syariah Mandiri menyatakan bahwa Secara simultan variable tingkat Religiusitas dan *Disposable Income* berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung masyarakat Telanaipura Kota Jambi. Menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara tingkat *religiusitas* dan *Disposable Income* terhadap minat menabung masyarakat Telanaipura Kota Jambi di BSM sebesar 50%. Artinya semakin tinggi tingkat *religiusitas* dan *disposable income* seseorang maka akan semakin bertambah pula minat menabung masyarakat Telanaipura dilembaga tersebut.¹¹

Berdasarkan data diatas, penelitian ini akan mengarah pada usaha menemukan fakta mengenai seberapa besar pengaruh dari dimensi Pengetahuan pada diri mahasiswa dan *disposable income* terhadap minat menabung di Perbankan Syariah. keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah bisa didasarkan oleh beberapa faktor atau pengaruh lainnya, baik internal maupun eksternal. Serta adanya kemungkinan yang terjadi bahwa kebanyakan mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi menggunakan bank konvensional. Sebagai masyarakat yang tinggal di daerah

¹⁰ Simanjuntak, M., & Dewantara, M.M. (2014). Pengaruh pengetahuan, nilai religiusitas, dan sikap terhadap perilaku membaca label halal mahasiswa S1, (2), 65–76.

¹¹ Hamdani, “*Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Jambi Di Bank Syariah Mandiri* (jambi : UIN Sultan Thaha Syaifudin jambi,202), hal.97

mayoritas muslim, sudah sepantasnya untuk menerapkan pengelolaan keuangan sesuai konsep syariah yakni sesuai dengan pedoman Al-quran dan hadist. Sehingga penulis melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh Tingkat *Disposable Income* Dan Tingkat Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Perbankan Syariah**” (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi.)

1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, serta untuk memudahkan perolehan pengkajian data, maka peneliti melakukan penelitian dengan membatasi objek penelitian yaitu mahasiswa Universitas Islam 45 Bekasi yaitu Mahasiswa Program Studi Akuntansi, Manajemen dan Agribisnis Angkatan tahun 2019 karena pemahaman mahasiswa dan pengetahuan akan menabung di Bank Syariah sudah cukup baik dan Universitas Islam 45 Bekasi merupakan perguruan tinggi yang berlandaskan keislaman.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka dapat diambil rumusan masalah, adalah:

1. Apakah *disposable income* dan pengetahuan berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung di Bank Syariah?
2. Apakah *Disposable Income* berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah?

3. Apakah pengetahuan mahasiswa berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari Penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah *disposable income* dan pengetahuan sama-sama berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.
2. Untuk mengetahui apakah *disposable income* berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah.
3. Untuk mengetahui apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa di Bank Syariah.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Tulisan ini dapat memberikan manfaat bagi penulis berupa penambahan pengetahuan yang lebih mendalam tentang perbankan syariah khususnya mengenai *Disposable Income* dan pengetahuan tentang perbankan Syariah serta minat menabung di Bank Syariah.

2. Bagi Bank Syariah

Agar dapat di jadikan sebagai evaluasi Bank Syariah dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap *Disposable Income* dan minat menabung di Bank Syariah.

3. Bagi Mahasiswa

Agar dapat menambah keilmuan dan referensi yang dapat dijadikan sebagai bahan Informasi untuk mengetahui *Disposable Income* dan minat menabung di Bank Syariah.

1.6 Sistematika Penelitian

Untuk memberikan gambaran yang jelas secara menyeluruh dalam memahami rencana laporan tugas akhir ini, maka penulis penyusun sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang mengenai latar belakang masalah, batasan masalah dan rumusan masalah, tujuan masalah dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tentang landasan teori, yang didalamnya diuraikan mengenai *Disposable Income*, Pengetahuan, Minat menabung, bank Syariah, kerangka pemikiran dan *review studi* terdahulu

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, skala pengukuran data, teknik analisis data, variabel penelitian, uji instrumen penelitian

BAB IV : PEMBAHASAN DAN ANALISIS PENELITIAN

Pada bab ini membahas inti tentang gambaran umum objek penelitian, deskripsi data responden, uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, uji regresi linear

berganda, uji hipotesis, hasil penelitian berupa *Disposable income* dan pengetahuan terhadap minat menabung di bank syariah.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan dan saran-saran dan kata penutup. Selain itu, penulis juga mencantumkan daftar pustaka yang digunakan sebagai rujukan.