

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank berperan penting dalam perekonomian suatu Negara sebagai perantara keuangan. Bank memiliki fungsi utama yaitu menghimpun dana masyarakat dan menyalurkan dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. Perkembangan industri perbankan saat ini telah mengalami kemajuan yang pesat, tidak terkecuali bank syariah. (Nilasari, 2021)

Bank syariah sebagai bank yang menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan operasionalnya yang pertama di Indonesia dalam beberapa tahun ini terus menunjukkan perkembangan yang signifikan dan mendominasi kegiatan perekonomian di Indonesia, ada beberapa faktor yang menyebabkan bank syariah berkembang pesat di antaranya memiliki penduduk Muslim terbanyak. Masyarakat beranggapan bahwa bank yang menggunakan sistem bunga atau riba merupakan hal yang haram dan tidak sesuai syariat Islam dalam kegiatan operasionalnya. (Rahayu, Ayuningtyas, & Maskudi, 2020) Oleh karena itu, para Ulama di Indonesia khususnya tim penyusun dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) bersepakat untuk menggagas berdirinya bank tanpa bunga atau istilahnya bank syariah, karena bunga dalam Al Qur'an disamakan dengan riba yang hukumnya haram.

Keharaman itu mengacu pada Q.S. Al-Baqarah ayat 275.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ
 قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ
 فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri, melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa yang mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya”.

Berdasarkan ayat di atas menjelaskan bahwa Allah SWT telah mengharamkan *riba*. Kultur yang dibangun perbankan syariah adalah membangun sistem bagi hasil (*profit and loss sharing system*) yang menjadi prinsip dasar operasional bank syariah. Bank syariah tidak menggunakan bunga sebagai alat untuk memperoleh pendapatan maupun membebaskan bunga atas penggunaan dana dan pinjaman. Bank syariah dapat menjalankan kegiatan usaha untuk memperoleh imbalan atas jasa perbankan lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah. (Windara, 2018)

Menurut (Iqbal & Mirakhor, 2011) riba adalah istilah secara harfiah yang berarti kelebihan yang tidak dibenarkan dalam sistem perbankan syariah.

Sesuai Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan (*‘adl wa tawazun*),

kemaslahatan (*maṣlahah*), universalisme (*‘alamiyah*), serta tidak mengandung *gharar, maysir, riba, zalim* dan objek yang haram. (Otoritas Jasa Keuangan, 2008)

Berdasarkan prinsip bank syariah seperti halnya bank konvensional, bank syariah memiliki fungsi utama sebagai lembaga intermediasi keuangan. Artinya lembaga bank yang aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang yang merupakan alat pelancar terjadinya kegiatan perdagangan.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia saat ini cukup baik, dapat dilihat dari bertambahnya jumlah bank syariah setiap tahunnya, hal ini dapat dilihat dari tabel berikut ini.

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Bank Umum Syariah di Indonesia
Tahun 2017-2020

Tahun	Kantor Cabang	Kantor Cabang Pembantu	Kantor Kas
2017	471	1.176	178
2018	478	1.199	198
2019	480	1.243	196
2020	488	1.351	195

Sumber : Statistik Perbankan Syariah 2017-2020, 2021

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa perkembangan jumlah bank syariah dari tahun 2017 sampai tahun 2020 mengalami peningkatan. Pada tahun 2017 BUS (Bank Umum Syariah) memiliki jumlah kantor cabang 471, kantor cabang pembantu sebesar 1.176, kantor kas sebesar 178. Pada tahun 2018

mengalami peningkatan kantor cabang berjumlah 471, kantor cabang pembantu berjumlah 1.199, kantor kas berjumlah 198. Pada tahun 2019 kantor cabang berjumlah 480, kantor cabang pembantu berjumlah 1.243, kantor kas cabang berjumlah 196. Di tahun 2020 jumlah kantor cabang meningkat menjadi 488, kantor cabang pembantu 1.351 dan kantor kas pada 2020 di bulan Desember mengalami penurunan jumlah, yaitu menjadi 195.

Meskipun menunjukkan perkembangan yang signifikan dari pertumbuhan aset, namanya relatif belum banyak dikenal oleh masyarakat luas. Persaingan dunia bisnis perbankan di Indonesia semakin lama semakin gencar yang salah satunya ditandai dengan banyaknya jumlah bank yang beroperasi. Untuk bersaing dengan bank konvensional, bank syariah juga harus mengembangkan produk-produk serta fasilitas dan pelayanan yang diberikan kepada nasabah agar mereka mengetahui keberadaan bank syariah.

Meningkatnya perbankan syariah tidak hanya didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dan memiliki pengalaman yang bagus mengenai sistem perbankan. Tetapi juga minat masyarakat memilih produk bank syariah. Ketika suatu bank sudah memiliki produk, maka masyarakat perlu tahu dengan kehadiran produk tersebut, seperti manfaat, harga, di mana diperoleh dan kelebihan produk dibandingkan produk pesaing. Produk bank syariah identik dengan produk-produk yang mengandung unsur syariah, sedangkan peruntukannya juga sebetulnya dapat digunakan oleh semua masyarakat yang mempunyai hak dan pilihan atas bank dan produknya. Dalam menjalankan operasinya bank syariah mempunyai empat fungsi, salah satunya adalah sebagai amanah untuk melakukan investasi dana-

dana yang dipercaya oleh pemegang rekening investasi atas dasar prinsip bagi hasil yang sesuai dengan kebijakan investasi bank. Dari beberapa operasional tersebut kemudian diturunkan menjadi produk-produk bank syariah yang secara garis besar dapat dikelompokkan ke dalam produk pendanaan, produk pembiayaan, dan produk jasa perbankan. (Kasmir, Pemasaran Bank, 2004)

Masalah utama yang dihadapi lembaga keuangan syariah saat ini adalah bagaimana perusahaan dapat menarik pelanggan dan mempertahankannya agar perusahaan dapat bertahan dan berkembang. Hal ini dikarenakan masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan bank syariah itu sendiri. Anggapan masyarakat yang masih menganggap bahwa menabung di bank syariah sama saja dengan menabung di bank konvensional itu merupakan suatu masalah yang harus dipecahkan. (Khusna, 2020)

Minat digambarkan sebagai keadaan seseorang sebelum melakukan tindakan, yang hal tersebut dapat dijadikan dasar sebagai memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Selain itu minat memiliki makna yang luas, karena dengan minat akan mampu merubah sesuatu yang belum jelas menjadi lebih jelas. (Hutomo & Chanafi, 2016) Sedangkan minat menabung nasabah merupakan keinginan yang datang dari diri nasabah untuk menggunakan produk/jasa bank atau melakukan penyimpanan atas uang mereka di bank dengan tujuan tertentu. (Astuti, 2013)

Untuk itu dalam upaya menarik minat menabung nasabah, bank syariah harus memerhatikan beberapa faktor pendukung yang memengaruhi minat

nasabah untuk menabung di bank syariah antara lain pengetahuan konsumen, promosi, fasilitas dan pelayanan perbankan syariah. Yang mana, pengetahuan merupakan informasi yang diketahui oleh manusia. Nasabah akan menggunakan jasa perbankan untuk melakukan transaksi jika mereka memiliki pengetahuan mengenai kelebihan yang ada dalam bank tersebut. Pengetahuan tentang bank syariah serta produk-produknya sangat memengaruhi minat nasabah untuk menabung di bank syariah, oleh sebab itu dari pihak perbankan perlu mengadakan sosialisasi kepada para masyarakat untuk menambah wawasan mereka mengenai perbankan syariah.

Pengetahuan tentang bank syariah merupakan faktor yang penting, pengetahuan merupakan informasi yang telah diinterpretasikan oleh seseorang dengan menggunakan sejarah, pengalaman, dan skema interpretasi yang dimilikinya. Menurut Mowen dan Minor pengetahuan merupakan “sejumlah pengalaman dan informasi mengenai produk atau jasa yang dimiliki oleh seseorang atau konsumen”. (Indarti, 2014)

Menurut Erma Ardhiyanti dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Menabung Mahasiswa FEBI IAIN Salatiga pada Bank Syariah” menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, kualitas pelayanan dan promosi mempunyai pengaruh positif terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah. (Ardhiyanti, 2016)

Selain pengetahuan konsumen, faktor lain yang perlu diperhatikan adalah promosi. Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan untuk

meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuannya yaitu untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon nasabah. (Buchari, 2011) Dalam kegiatan promosi setiap bank berusaha mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Promosi berdasarkan teori Philip Kotler merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengomunikasikan manfaat dari produknya dan guna meyakinkan konsumen agar membeli. (Kotler P. , 2011) Promosi sebagian dari strategi bank syariah untuk meningkatkan jumlah nasabah, dengan meningkatnya jumlah nasabah memberikan dampak yang sangat baik bagi bank guna meningkatkan pendapatan bank dari tahun ke tahun. Menurut Gitosudarmo dengan diadakannya kegiatan promosi maka masyarakat dapat mengetahui apa saja yang diberikan dan disediakan oleh bank serta dapat menambah minat masyarakat untuk menabung. (Gitosudarmo, 2000) Tak dapat dipungkiri, perkembangan bank syariah di Indonesia juga tidak lepas dari peran kampus. Berbagai seminar, diskusi, dan workshop diadakan oleh para civitas akademik dengan tujuan untuk mempromosikan bank syariah kepada mahasiswa. (Gunawan's, 2010)

Menurut Halidah dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Nasabah pada BNI Syariah Banjarmasin” menunjukkan hasil bahwa bauran promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah pada BNI Syariah Banjarmasin. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti dengan menawarkan untuk membuka rekening bank syariah, dengan cara tersebut diharapkan nasabah dapat tertarik dengan produk

yang ditawarkan sehingga memilih bank BNI Syariah Banjarmasin.

Faktor pendukung untuk menarik nasabah dalam hal ini yaitu dari segi fasilitas terutama fasilitas perbankan itu sendiri yang sangat dibutuhkan oleh nasabah dalam rangka memberikan kemudahan dalam bertransaksi. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen seperti sarana transfer antar rekening, tarik tunai lewat ATM (Anjungan Tunai Mandiri), kelengkapan ruang tunggu, fasilitas pendukung untuk transaksi yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan maksimal. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. (Alwiyah, 2021)

Selain faktor fasilitas yang tidak kalah penting adalah kualitas pelayanan. Dengan adanya kualitas yang baik di dalam perusahaan akan menciptakan kepuasan dari para nasabahnya. Perusahaan jasa tidak dapat terlepas dari sektor pelayanan. Setiap perusahaan memerlukan *service excellence*, yang di maksud dengan *service excellence* atau pelayanan yang unggul adalah suatu sikap dan cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan. (Tjiptono, Manajemen Jasa, 2015) Setelah nasabah merasa puas dengan produk dan layanan yang diterimanya, nasabah akan membanding-bandingkan pelayanan dan fasilitas yang diberikan. Apabila nasabah benar-benar puas maka mereka akan melakukan transaksi di tempat yang sama. Oleh karena itu, setiap perusahaan jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan dan mengendalikan sistem kualitas layanan sebaik mungkin, sehingga pelayanan dapat memuaskan para pelanggannya.

Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa yang berkualitas. Sehingga perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya.

Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian masyarakat terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected service*). Bagi setiap perusahaan dapat menyesuaikan atau melebihi harapan mutu jasa yang diinginkan masyarakat. Kepuasan konsumen akan terpengaruh apabila proses penyampaian jasa kepada masyarakat sesuai dengan apa yang persepsikan. (Windara, 2018)

Menurut Ayu Windara dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah” yang menunjukkan hasil bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menabung nasabah di bank syariah. Hal itu dikarenakan perbankan syariah selalu memberikan pelayanan yang baik kepada setiap nasabah, karena baik buruknya pelayanan dapat mempengaruhi nyaman tidaknya seorang nasabah dalam menabung di bank tersebut. (Damayanti, 2016)

Mahasiswa merupakan suatu komponen pangsa pasar yang layak dijadikan sebagai pertimbangan bank guna menambah jumlah nasabah perbankan syariah. Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin merupakan salah satu perguruan tinggi yang berbasis agama Islam di Kalimantan Selatan, dengan jumlah mahasiswa khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebanyak 2.264 mahasiswa aktif pada tahun akademik 2020/2021. Berikut disajikan data jumlah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tahun akademik 2020/2021

berdasarkan catatan dari Akademik dan Kemahasiswaan (MIKWA).

Tabel 1.2
Data Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari
Banjarmasin Tahun Akademik 2020/2021

Jenis Kelamin	Fakultas		
	Ekonomi Syariah	Perbankan Syariah	Asuransi Syariah
Laki-laki	385	328	44
Perempuan	661	724	122
Jumlah	1.046	1.052	166
Total	2.264		

Sumber : Akademik dan Kemahasiswaan (MIKWA) FEBI, 2022

Berdasarkan tabel 1.2 diketahui bahwa jumlah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tahun akademik 2020/2021 sebanyak 2.264 mahasiswa, dari data tersebut dapat diketahui bahwa UIN Antasari memiliki mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang cukup banyak. Mahasiswa merupakan sasaran yang tepat bagi pihak bank syariah dalam meningkatkan perkembangan produknya.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, alasan peneliti memilih faktor tersebut karena ingin mengetahui seberapa besar faktor tersebut memengaruhi minat nasabah menabung di bank syariah. Oleh karena itu. Peneliti tertarik untuk mengulas dalam sebuah karya ilmiah yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Promosi, Fasilitas, dan Pelayanan Perbankan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin)”).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh pengetahuan konsumen, promosi, fasilitas, dan pelayanan perbankan secara parsial terhadap minat menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di bank syariah?
2. Bagaimana pengaruh pengetahuan konsumen, promosi, fasilitas, dan pelayanan perbankan secara simultan terhadap minat menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di bank syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan konsumen, promosi, fasilitas, dan pelayanan perbankan secara parsial terhadap minat menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di bank syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan konsumen, promosi, fasilitas, dan pelayanan perbankan secara simultan terhadap minat menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di bank syariah.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Memberikan hasil uji hipotesis seberapa besar pengaruh pengetahuan konsumen, promosi, fasilitas, dan pelayanan perbankan terhadap minat menabung di bank syariah.

Hasil penelitian ini berguna sebagai bahan informasi dan pelayanan bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi khususnya perbankan syariah.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi penulis: Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat karena penulis mampu mengaplikasikan teori-teori maupun praktek yang selama ini telah penulis dapatkan dengan menempuh studi dibangku kuliah. Penelitian ini juga menjadi langkah awal penulis dalam menerapkan dan melatih berpikir secara ilmiah sehingga memperluas pengetahuan dan apabila kedepannya penulis menghadapi persoalan terutama yang berhubungan dengan pengaruh pengetahuan konsumen, promosi, fasilitas, dan pelayanan perbankan terhadap minat menabung di bank syariah, maka penulis mampu menyelesaikannya dengan baik.
- b. Bagi bank syariah: Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi manajemen mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap minat menabung di bank syariah sehingga dapat menjadi bahan evaluasi dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan kelancaran menabung di bank syariah.

- c. Bagi pembaca: Penelitian ini dapat menambah wawasan serta memberikan informasi yang telah penulis dapat secara langsung di lapangan mengenai pengaruh pengetahuan konsumen, promosi, fasilitas, dan pelayanan perbankan terhadap minat menabung di bank syariah. Dan penelitian ini juga dapat dijadikan bahan referensi bagi penelitian selanjutnya dalam kajian yang sama dengan menambah atau menggunakan variabel yang berbeda.

E. Definisi Operasional

Membahas lebih lanjut tentang permasalahan yang diteliti maka perlu adanya batasan masalah untuk menghindari penafsiran yang keliru dalam memahami penelitian yang dimaksud pada penelitian ini dan untuk memperjelas maksud dari judul skripsi maka penulis mengemukakan definisi operasional agar lebih terarah penelitian ini, berikut definisi operasionalnya:

1. Minat (*interest*) digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat menabung diasumsikan sebagai minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respons terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan penelitian (Kotler, 2002) dalam (Cahyani, 2013). Minat menabung dalam penelitian ini adalah minat atau keinginan nasabah menabung di perbankan syariah.

2. Pengetahuan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yaitu segala sesuatu yang telah diketahui dan dimengerti, ataupun segala sesuatu yang diketahui menyangkut dengan hal-hal (materi yang diperoleh) di sekolah maupun lingkungan luar. Pengetahuan konsumen dalam penelitian ini adalah pengalaman dan informasi yang diketahui oleh nasabah tentang perbankan syariah mengenai produk dan jasa perbankan syariah.
3. Promosi ialah bagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar dengan menggunakan komposisi bauran promosi "*promotional mix*" (Kotler P. , Manajemen Pemasaran, 2000). Promosi dalam penelitian ini adalah kegiatan yang dilakukan oleh perbankan syariah untuk mengkomunikasikan manfaat dari produk dan jasa perbankan syariah dan meyakinkan konsumen agar menggunakan produk dan jasa tersebut.
4. Fasilitas menurut kotler adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Jadi fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsume. Fasilitas dalam penelitian ini adalah fasilitas perbankan syariah yang dibutuhkan oleh nasabah dalam rangka memberikan kemudahan dalam bertransaksi. (Kotler P. , 2010)

5. Pelayanan dapat didefinisikan sebagai segala bentuk kegiatan/aktivitas yang diberikan oleh satu pihak atau lebih kepada pihak lain yang memiliki hubungan dengan tujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada pihak kedua yang bersangkutan atas barang dan jasa yang diberikan (Emmywati, 2016). Pelayanan dalam penelitian ini adalah pelayanan yang diberikan bank syariah kepada nasabah.

F. Penelitian Terdahulu

Kajian pustaka atau penelitian terdahulu merupakan kumpulan hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penelitian-penelitian terdahulu dan mempunyai kaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Adapun Penelitian dahulu yang sangat relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. (Windara, 2018). Judul: *Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syari'ah (Studi pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung Bandar Lampung)*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Hasil penelitiannya menyebutkan bahwa variabel fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung, variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung, secara simultan variabel fasilitas dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *sampling* Insidental yang didapat sampel 93 nasabah. Kemudian pengolahan datanya menggunakan aplikasi SPSS 16 *For Windows*. Pada penelitian ini terdapat persamaan dengan penelitian

yang akan diteliti oleh penulis yaitu pada variabel independen (fasilitas dan pelayanan). Pada penelitian ini juga terdapat perbedaan dengan penelitian penulis yaitu pada tempat atau lokasi penelitian.

2. (Ardhiyanti, 2016). Judul: *Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Menabung Mahasiswa FEBI IAIN Salatiga pada Bank Syariah*. Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa FEBI IAIN Salatiga. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan teknik *purposive sampling*. Berdasarkan hasil dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, variabel kualitas pelayanan, dan variabel promosi baik masing-masing maupun secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa pada bank syariah. Analisis data dibantu dengan menggunakan SPSS versi 22. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti oleh penulis yaitu responden penelitiannya adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan mengambil 100 responden untuk sampel penelitian. Yang menjadi pembeda adalah tempat atau lokasi penelitian.
3. (Mawaddah, 2021). Judul: *Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Minat Mahasiswa Bertransaksi Di Bank Syariah KCP Kayu Tangi Di Kota Banjarmasin*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui

pengaruh fasilitas dan pelayanan secara parsial dan simultan terhadap minat nasabah bertransaksi di bank syariah. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui secara parsial bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat transaksi di bank syariah dan pada pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap minat transaksi di bank syariah Sedangkan secara simultan fasilitas dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat transaksi di bank syariah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis sama-sama meneliti tentang pengaruh fasilitas dan pelayanan perbankan terhadap minat menabung nasabah.

4. (Apriyanti, 2019). Judul: *Pengaruh Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan, Reputasi, dan Lokasi Bank terhadap Keputusan Nasabah Menabung di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan bagi hasil, kualitas pelayanan, reputasi, dan lokasi bank terhadap keputusan nasabah menabung di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda, uji T dan uji F dengan menggunakan SPSS 22 for windows. Penelitian ini menghasilkan temuan-temuan yaitu berdasarkan hasil analisis secara parsial, ternyata yang berpengaruh adalah variabel kualitas pelayanan dan reputasi sedangkan berdasarkan hasil analisis secara simultan, maka semua variabel berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah menabung di PT. Bank BNI Syariah Kantor

Cabang Banjarmasin. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis ialah sama-sama ingin mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan. Perbedaannya penelitian ini dengan penelitian yang diteliti oleh penulis terletak pada variabel independe.

5. (Prawira, 2017). Judul: *Pengaruh Promosi dan Pemahaman Mahasiswa terhadap Minat Menabung di Bank Syariah yang Dimediasi dengan Religiusitas Mahasiswa*. Penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif deskriptif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling*. Hasil dari penelitian ini menyatakan promosi tidak signifikan mempengaruhi minat mahasiswa untuk menabung di bank syariah. Sedangkan pemahaman signifikan mempengaruhi minat menabung di bank syariah. Pada penelitian ini terdapat persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu menggunakan variabel promosi akan tetapi yang menjadi pembeda adalah penelitian ini menggunakan variabel *intervening*.
6. (Halidah, 2014). Judul: *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah pada BNI Syariah Banjarmasin*. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran promosi secara simultan dan parsial terhadap keputusan nasabah pada BNI Syariah Banjarmasin. Hasil penelitian ini berdasarkan analisis mengenai pengaruh bauran promosi terhadap keputusan nasabah pada BNI Syariah Banjarmasin maka semua variabel dalam bauran promosi yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi dan hubungan masyarakat berpengaruh

secara simultan terhadap keputusan nasabah pada BNI Syariah Banjarmasin. Pada penelitian ini terdapat persamaan dengan penelitian yang akan diteliti oleh penulis yaitu sama-sama ingin mengetahui pengaruh promosi terhadap minat menabung nasabah.

7. (Pulungan, 2009). Judul: *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah untuk Menggunakan Produk Jasa PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk Cabang Syariah Medan*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan bank syariah Indonesia. Variabel dalam penelitian ini adalah syariah, pelayanan, produk, dan promosi. Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan faktor syariah, faktor pelayanan, faktor produk dan faktor promosi terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah secara simultan, sedangkan secara parsial dari keempat variabel yang ada hanya variabel pelayanan yang tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah sama-sama menggunakan variabel promosi dan pelayanan sedangkan yang menjadi pembeda adalah tempat atau lokasi penelitian.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan proposal skripsi ini, penulis menggunakan buku pedoman penulisan skripsi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin (UIN Antasari Banjarmasin). Untuk mempermudah pemahaman, maka penulis membuat sistematika penulisan sesuai dengan buku pedoman skripsi di UIN Antasari Banjarmasin. Maka sistematika penulisan proposal skripsi ini terdiri dari lima bab sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan

Pada bagian ini diuraikan secara garis besar meliputi: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional/batasan ilmiah, dan sistematika penulisan.

Bab II: Landasan Teori

Pada kajian teori ini membahas mengenai penjabaran dari dasar teori yang digunakan untuk penelitian meliputi pengertian pengetahuan konsumen, promosi, fasilitas, pelayanan perbankan, dan minat menabung serta pengertian perbankan syariah.

Bab III: Metode Penelitian

Pada metode penelitian membahas mengenai jenis dan pendekatan penelitian, populasi, sampel dan teknik *sampling*, data, jenis data dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, dan analisa data.

Bab IV: Penyajian data dan analisis

Pada bab ini disajikan hasil penelitian yang telah dilakukan berupa analisis dan pembahasan tentang judul yang telah diambil. Pada bagian bab inilah berisikan jawaban dari masalah penelitian, serta menafsirkan temuan-temuan penelitian menggunakan teori yang sudah ada dan menjelaskan pembahasan lain dari hasil penelitian.

Bab V: Penutup

Pada bagian ini berisi tentang kesimpulan dan saran atas dasar penelitian. Pada bab ini akan diuraikan tentang kesimpulan yang dapat disampaikan terhadap hasil penelitian dan saran yang dapat diberikan sebagai solusi terhadap pokok permasalahan yang dibahas.