

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank merupakan suatu lembaga, keuangan yang berperan penting dalam perekonomian suatu negara. Berkembangnya pertumbuhan ekonomi negara maka semakin baik pula industri perbankan tersebut. Adapun lembaga keuangan berfungsi untuk menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat.

Menurut undang-undang nomor 10 tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Sesuai UU No.21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, pengertian bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa majelis ulama Indonesia atau MUI, bahwa masyarakat memerlukan adanya penyelenggaraan jaminan sosial ketenagakerjaan yang sesuai dengan prinsip syariah. Adapun prinsipnya yaitu keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), universalisme

(*alamiyah*), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim, dan obyek yang haram.

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah. Sistem perbankan syariah saat ini menjadi salah satu alternatif yang lebih diminati bagi kalangan pengusaha sebagai pelaku bisnis, akademisi sebagai penyedia sumber daya manusia dan masyarakat awam sebagai layanan perbankan.

Namun, sebagian masyarakat masih banyak yang belum mengetahui perbankan syariah disebabkan kurangnya sosialisasi yang dilakukan terhadap prinsip dan sistem ekonomi syariah dan juga karena jarang membaca berita atau informasi tentang bank syariah dengan demikian hal tersebut mempengaruhi persepsi dan sikap masyarakat terhadap bank syariah. Maka dari itu tidak banyak masyarakat yang menggunakan bank syariah karena menurut mereka bank syariah itu sama saja dengan bank konvensional cuma nama saja yang berbeda, dan tidak mengetahui lokasi bank syariah. Alasan lainnya karena sudah memiliki rekening bank konvensional. dan ternyata masih banyak masyarakat yang beranggapan bahwa menabung di bank syariah dan konvensional sama saja karena kurangnya promosi dan pemahaman dari lembaga keuangan syariah kepada masyarakat terkait operasional bank syariah.

Salah satu cara untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai perbankan syariah adalah dengan cara melakukan promosi oleh pihak bank kepada masyarakat. Promosi memberikan dukungan kepada calon konsumen yang memiliki keraguan untuk membeli suatu produk, sehingga keraguan calon konsumen tersebut akan semakin berkurang dan akhirnya akan menjadi yakin dan membeli produk tersebut. Promosi yang dilakukan tersebut menjadi sebuah bentuk dari suatu pemasaran yang diharapkan dapat menjamin berlangsungnya kelancaran didalam keadaan persaingan yang setiap harinya semakin ketat. Promosi yang dilakukan oleh bank diharapkan mampu membagikan informasi untuk masyarakat tentang manfaat yang dapat diambil saat menggunakan produk dan jasa perbankan syariah sehingga menarik minat masyarakat untuk memilih bank syariah. (Sawant, 2012, hlm. 47).

Penelitian yang dilakukan oleh Aris Safitri pada tahun 2019 dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Masyarakat dalam Memilih Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening” menunjukkan hasil penelitian bahwa variabel promosi berpengaruh positif terhadap keputusan dan koefisien interaksi promosi dengan minat menunjukkan variabel minat memediasi hubungan promosi terhadap keputusan.

Secara sederhana, Perbankan Syariah juga dikenal sebagai perbankan Islam. Di mana dalam pelaksanaannya perbankan syariah memiliki landasan hukum sesuai syariat Islam. Salah satunya

adalah perbankan syariah tidak mengenal adanya “bunga pinjaman” atau *interest rate*, dikarenakan bunga pinjaman di nilai riba/haram dan akan berdosa. Adapun sebagaimana dalam firmanNya dalam Qs. Al-Baqarah/ 2: 278-280.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ

فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۖ وَإِن تَبْتَغُوا فَلَئِن رَّعَوْتُمُ

أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

وَإِن كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ ۗ وَإِن تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya :

“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang beriman. Jika kamu tidak melaksanakannya, maka umumkanlah perang dari Allah dan Rasul-Nya. Tetapi jika kamu bertobat, maka kamu berhak atas pokok hartamu. Kamu tidak berbuat zhalim (merugikan) dan tidak dizhalimi (dirugikan). Dan jika (orang yang berhutang itu) dalam kesukaran, maka berilah tangguh sampai dia berkelapangan. Dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu, lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui.”

Religiusitas merupakan sikap dan keyakinan seseorang tentang ajaran agama yang dia percaya beserta pengalaman ritual baik pada konteks interaksi secara vertikal yaitu dengan Allah dan secara horizontal yaitu dengan semua makhluk, sebagai mencari makna kebahagiaan dalam

kehidupan. Religiusitas seseorang dapat diterapkan dalam berbagai aspek kehidupannya. Biasanya orang melihat kegiatan beragama seseorang hanya ketika seseorang itu melakukan ibadah. Tapi sebenarnya kegiatan beragama tidak hanya bisa dilihat dari aspek ibadah saja, melainkan juga dapat dilihat saat seseorang melakukan aktivitas lainnya yang mendapat dorongan dari kekuatan lain. Tidak hanya sesuatu yang berhubungan aata semua aktivitas yang terlihat saja serta hanya bisa dilihat menggunakan mata, namun semua aktivitas yang tidak terlihat berlangsung pada diri seseorang. Dengan kata lain, semua sikap yang dilakukan oleh seseorang dalam menjalankan kegiatannya berdasarkan tuntunan agama, dan berdasarkan perintah Tuhannya dengan tujuan agar memperoleh keridhaan-Nya. Maka dari itu religiulitas yang merupakan suatu keyanikan terhadap agama dapat dijadikan motivasi untuk mendorong seorang muslim menggunakan lembaga keuangan syariah, salah satunya perbakan syariah.

Hasil riset yang telah dilakukan oleh Mufti Arsyidin pada tahun 2019 dengan judul penelitian “Pengaruh Persepsi Tingkat Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Perbakan Syariah (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Tulis)” menunjukkan hasil bahwa tingkat religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Sedangkan menurut hasil riset oleh Risa Nur Fauzi pada tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Agama Dan Promosi Terhadap Minat Menjadi

Nasabah Bank Syariah” menunjukkan hasil bahwa pengetahuan agama berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

Faktor-faktor yang mendorong dan mempengaruhi perilaku masyarakat dalam mengambil sebuah keputusan yaitu promosi dan religiusitas. Secara tidak langsung menjadi faktor penentu ketertarikan minat masyarakat untuk memilih atau memakai produk dan jasa perbankan syariah. Minat adalah kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada sesuatu objek atau menyenangi sesuatu objek. Minat akan muncul jika kita memiliki bentuk pilihan atau pandangan terhadap suatu hal atau obyek yang dapat ditinjau indera maupun yang terlahir dalam pikiran-pikiran individual. Namun, aktivitas yang dilakukan oleh seseorang karena didorong suatu kekuatan dari dalam diri orang tersebut, kekuatan pendorong inilah yang disebut minat. (Suryabrata, 2006, hlm. 70)

Peneliti memutuskan untuk mengangkat objek penelitian yaitu di Kabupaten Barito Kuala khususnya Didesa Berangas tengah dikarenakan sesuai dengan berbagai faktor variabel yang terpilih. Kabupaten Barito Kuala adalah salah satu pemerintah kabupaten yang berada di provinsi Kalimantan Selatan, Indonesia. Ibu kota kabupaten ini terletak di Marabahan.

Berdasarkan respon calon nasabah ataupun nasabah yang ada di masyarakat desa Berangas tengah menunjukkan bahwa bank syariah belum melakukan sosialisasi dan promosi secara maksimal kepada para masyarakat atau para nasabahnya, sehingga masih banyak masyarakat atau

para nasabahnya yang belum memahami benar atas produk jasa yang ditawarkan, mekanisme, sistem dan seluk-beluk bank syariah. Dalam persaingan yang begitu ketat, perusahaan tidak hanya dapat mengandalkan peningkatan mutu dan pengembangan produk jasa semata, walaupun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mengetahuinya dan tidak yakin kalau produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.

Berdasarkan dari latar belakang yang peneliti paparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan tersebut dengan judul “Pengaruh Promosi dan Religiusitas Terhadap Minat Memilih Bank Syariah Pada Masyarakat Desa Berangas Tengah Kecamatan Alalak Kabupaten Barito Kuala”.

B. Rumusan Masalah

Dalam hasil latar belakang penelitian diatas, maka masalah yang akan diteliti yaitu :

- a. Apakah promosi dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat Desa Berangas Tengah memilih Bank Syariah ?
- b. Apakah promosi dan religiusitas berpengaruh secara persial terhadap minat masyarakat Desa Berangas Tengah dalam memilih bank syariah ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh promosi dan religiusitas secara simultan terhadap minat masyarakat Desa Berangas Tengah memilih Bank Syariah
- b. Untuk mengetahui pengaruh promosi dan religiusitas secara persial terhadap minat masyarakat Desa Berangas Tengah memilih Bank Syariah

D. Signifikasi Penelitian

1. Bagi pembaca

Dalam penelitian ini supaya masyarakat dapat memahami dan mengetahui sistem kerja dalam bank syariah, sebagai pengetahuan tentang Pengaruh Promosi dan Religiusitas Perbankan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Memilih Bank Syariah di Desa Berangas.

2. Bagi akademisi

Dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan perkembangan dunia perbankan syariah di Indonesia.

3. Bagi masyarakat

Penelitian ini dapat menambah pengalaman dan menambah wawasan tentang perbankan syariah, sehingga masyarakat tertarik menggunakan bank syariah.

E. Definisi Operasional

- a. Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut. (Laksana, 2008, hlm. 133)

Promosi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah promosi yang dilakukan pihak bank syariah di masyarakat desa berangas tengah kecamatan alalak kabupaten barito kuala.

- b. Religiusitas dapat diartikan sebagai kesadaran individu akan pengetahuan, dan kesediaan untuk menerima ajaran keyakinannya, dan itu menjadi keyakinan pribadi, keyakinan internal, yang diwujudkan dalam kegiatan sehari-hari.
- c. Minat adalah kecenderungan untuk memperhatikan dan bertindak untuk melakukan suatu kegiatan atau suatu kegiatan atau situasi yang diminati yang disertai dengan perasaan senang. Minat dalam memilih bank syariah di Kabupaten Barito Kuala.
- d. Bank syariah merupakan bank yang beroperasi dengan tidak mengacu pada bunga dan berdasarkan pada prinsip syariah dan yang dimaksud yang ada di Kabupaten Barito Kuala.

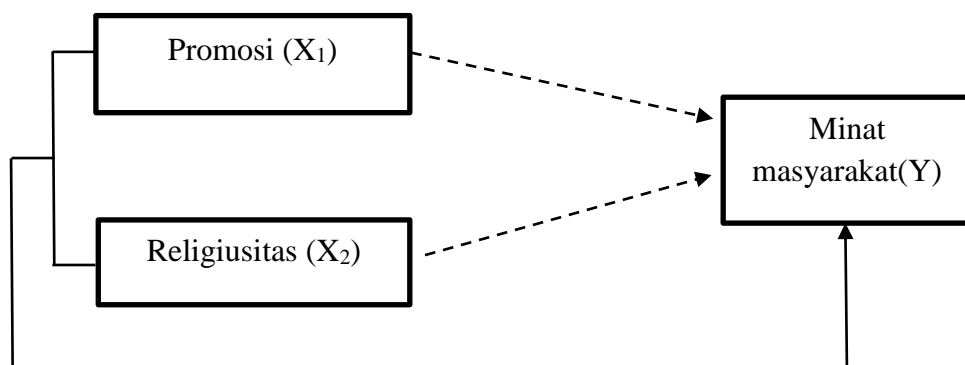
F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan penjelasan sementara terhadap gejala-gejala yang menjadi objek permasalahan. Kerangka berpikir

yang baik menjelaskan secara teoritis hubungan antara variabel yang akan diteliti. Menurut Uma Sekaran (dalam Sugiyono, 2017, hlm. 60), mengemukakan bahwa kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori hubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting. Dapat disimpulkan bahwa kerangka berfikir adalah penjelasan sementara secara konseptual tentang keterkaitan hubungan pada setiap objek permasalahan berdasarkan teori.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dari promosi dan religiusitas terhadap minat masyarakat memilih perbankan syariah. Untuk memudahkan pemahaman dalam penelitian ini, maka penulis membuat skema kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 1. 1 Kerangka Pikir



Sumber : data diolah (2024)

Keterangan :

—————> : Pengaruh Secara Simultan

-----> : Pengaruh Secara Parsial

Penjelasan dari kerangka pemikiran diatas adalah variabel independenseperti promosi (X_1) dan religiusitas (X_2) yaitu menjelaskan tentang faktor-faktor yang dapat memberikan sebuah pengaruh atau faktor yang mempengaruhi variabel dependen, yaitu minat masyarakat untuk menabung di bank syariah yang dilambangkan dengan (Y).

Promosi dan religiusitas sama-sama memiliki variabel independen yang akan memberikan pengaruh terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun secara simultan.

G. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara terhadap suatu permasalahan yang sedang dihadapi (Sugiyono, 2016, hlm 64). Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan studi pustaka, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

H_0 : tidak adanya pengaruh promosi dan religiusitas secara simultan terhadap minat masyarakat memilih bank syariah di desa Berangas Tengah

H_1 : adanya pengaruh promosi dan religiusitas secara simultan terhadap minat masyarakat memilih bank syariah di desa Berangas Tengah

H_0 : tidak adanya pengaruh promosi terhadap minat masyarakat memilih bank syariah di desa Berangas Tengah

H₁: adanya pengaruh promosi terhadap minat masyarakat memilih bank syariah di desa Berangas Tengah

H₀: tidak adanya pengaruh religiusitas perbankan syariah terhadap minat masyarakat memilih bank syariah di desa Berangas Tengah

H₁ : adanya pengaruh religiusitas perbankan syariah terhadap minat masyarakat memilih bank syariah di desa Berangas Tengah

H. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang relevan penting dalam rangka menyusun penelitian ini adalah :

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

No	Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1	Wahyulkarima (2018)	“Pengaruh budaya, psikologi, pelayanan, promosi dan pengetahuan tentang produk terhadap keputusan nasabah dan memilih bank syariah”.	Penelitian ini sama-sama membahas variabel pengetahuan dan produk sebagai faktor nasabah memilih bank syariah	Namun terdapat perbedaan penelitian ini menggunakan variabel word of mouth dalam pengaruh nasabah memilih bank syariah.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pelayanan, promosi, dan pengetahuan tentang produk mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Sedangkan variabel budaya dan psikologi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
2	Herawati ,dkk (2020)	“Pengaruh promosi dan religiusitas terhadap minat masyarakat	Penelitian ini sama-sama menggunakan variabel yang	Perbedaannya terletak pada penggunaan variabel x yang meliputi promosi dan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan simultan terhadap minat menabung. Dengan demikian, jika promosi

		menabung di Bank Syariah: studi kasus masyarakat desa Kalongsawah Bogor”	berpengaruh positif dan simultan terhadap minat menabung di kalangan masyarakat desa Kalongsawah Bogor.	religiusitas , serta tempat penelitian yang dilakukan di desa Kalongsawah Bogor, sementara itu penelitian yang akan datang menggunakan promosi dan religiusitas sebagai variabel X di lokasi desa Berangas kecamatan Alalak kabupaten Barito Kuala.	ditingkatkan di kalangan masyarakat, maka akan meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di bank syariah, variabel religiusitas berpengaruh positif dan simultan terhadap minat menabung pada masyarakat.
3	Zuhirsyan & Nurlinda, (2021	“Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan	penelitian ini sama-sama menggunakan variabel	Penelitian ini menggunakan variabel persepsi	Hasil penelitian menunjukkan, secara simultan religiusitas dan persepsi nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah.

		Memilih Bank Syariah”	religiusitas untuk mencari tahu faktor masyarakat memilih bank syariah		Sementara secara parsial, hanya variable religiusitas yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah.
4	Hilmi Musyaffa, dkk (2022),	“Pengaruh religiusitas, kualitas layanan, dan promosi terhadap minat menabung di bank syariah”.	Penelitian ini sama-sama berpengaruh dan memiliki persamaan dengan yang akan dilakukan dalam hal membicarakan minat dan promosi berpengaruh	Maka perbedaan dari penelitian tersebut pengaruh religiusitas dan kualitas layanan tidak mempengaruhi keputusan menabung di bank syariah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas dan kualitas layanan dalam penelitian ini bukan merupakan faktor penentu. Faktor yang lebih menentukan minat seseorang untuk menabung di bank syariah adalah promosi yang dilakukan oleh bank syariah.

			terhadap keputusan menabung di bank syariah.		
5	Rahma Bellani O.I (2017)	“pengaruh religiusitas, kepercayaan, , pengetahuan, dan lokasi terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah (studi kasus pada masyarakat di kota Tangerang Selatan).	Sama-sama membahas minat menabung	Perbedaannya ialah pada penggunaan variabel X yang meliputi kepercayaan, pengetahuan, lokasi dan objek penelitian di bank. Sementara itu, yang akan dilakukan variabel minat dan religiusitas penelitian masyarakat.	Hasil uji t maupun uji f memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung.
6	Mustaqim Pabbajah, Ratri Nurina Widyanti,	<i>“The Factors Of Service, Religiosity And Knowledge In</i>	Penelitian ini sama sama menggunakan	Penelitian ini menggunakan variable yang tidak dipakai	<i>This study shows the positive influence of service and public trust in Islamic banks. Similarly, knowledge about Islamic</i>

	Widi Fajar Widyatmoko (2019)	<i>The Decision Of Customers To Save Funds In Sharia Banks In Yogyakarta City”</i>	variable religiusitas.	peneliti yaitu factor pelayanan.	<i>banks, and one's religiosity has an important role in the decision making to save funds in Islamic banks in the city. Thus, the attention of banking players is needed in improving performance and banking services, so that public confidence is higher in the decision to save funds in the bank.</i>
7	Kardoyo, Ahmad Nurkhin, Muhsin, Hasan Mukhibad & Fatmala Dewi Aprilia (2020)	<i>“The Effect of Knowledge, Promotion, and Religiosity on Intention to Use Islamic Banking Services”</i>	Penelitian ini sama sama menggunakan variable pengetahuan, promosi, dan religiusitas.	-	<i>The results showed that only promotion proved to have a positive and significant effect on interest in using the services of Islamic banks. Knowledge and religiosity have not been proven to have a significant effect on interest in using services of Islamic</i> Penelitian ini sama sama menggunakan variable pengetahuan, promosi, dan religiusitas. - 51 banks. This study recommends the

					<i>importance of continuing socialization and education from Islamic banking stakeholders in Indonesia to continue introducing Islamic banks to the public.</i>
8	Nurudin & Ulwiya, (2021)	“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Persepsi Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus di Bank Syariah Indonesia Cabang Semarang)”	Penelitian ini sama-sama menggunakan variabel promosi dan religiusitas untuk mencari tahu minat masyarakat memilih bank syariah	Penelitian ini menggunakan variabel kualitas pelayanan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan atau secara keseluruhan dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Minat Menabung. Sedangkan secara parsial variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan bernilai positif sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai thitung $(3,500) > t_{tabel} (1,986)$. Variabel promosi bernilai positif sebesar dapat dilihat bahwa nilai signifikan $0,013 < 0,05$ dan nilai thitung $(2,530) > t_{tabel} (1,986)$. Dan variabel religiusitas dapat dilihat bahwa nilai bernilai positif

					variabel sebesar 0,000ttabel (1,986)
--	--	--	--	--	--------------------------------------

Sumber: diambil dari berbagai referensi, 2023

I. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun dalam lima bab sebagai berikut :

Bab I, merupakan pendahuluan yang menjelaskan latar belakang, rumusan masalah , tujuan, manfaat, definisi opsional, kerangka pemikiran, hipotesis, dan sistematika penulisan.

Bab II, terdiri dari landasan teori yang meliputi pengertian minta, promosi dan religiusitas ,dan beberapa teori tentang bank syariah seperti tujuan bank syariah, produk bank syariah.

Bab III , meliputi metode penelitian yang digunakan oleh peneliti, dalam bab ini diuraikan tentang jenis penelitian dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, dan uji-uji lainnya yang digunakan oleh peneliti.

Bab IV , merupakan bab pembahasan dimana peneliti akan mengolah data yang telah diperolehnya. Yang akan diuraikan dalam bab ini meliputi deskripsi obyek penelitian, analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V, yang merupakan titik terakhir dalam sebuah penelitian. Bab ini akan menguraikan tentang kesimpulan dan hasil penelitian, keterbatasan pada penelitian serta saran yang diberikan berkaitan dengan penelitian.