

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sistem keuangan merupakan suatu sarana penting dalam peradaban masyarakat modern. Tugas utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana tersebut kepada peminjam untuk kemudian digunakan untuk ditanamkan pada sektor produksi atau investasi, disamping digunakan untuk aktivitas membeli barang dan jasa-jasa sehingga aktivitas ekonomi dapat tumbuh berkembang dan serta meningkatkan standar kehidupan. Oleh karena itu sistem keuangan memiliki peranan yang sangat mendasar dalam perekonomian dan kehidupan masyarakat (Thamrin Abdullah & Sintha Wahjusaputri, 2018).

Lembaga perbankan didirikan untuk mendukung kegiatan ekonomi masyarakat secara kompleks. Perbankan merupakan lembaga keuangan yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia (bank dan lembaga keuangan). Bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menerima simpanan giro, tabungan dan deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang. Di samping itu, bank juga dikenal sebagai tempat untuk melakukan penukaran uang, memindahkan uang, atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran, seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak dan pembayaran lainnya. Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat

dalam bentuk kredit dan bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak (Hery, 2019).

Bank bukanlah suatu hal yang asing bagi masyarakat di negara maju. Masyarakat di negara maju sangat membutuhkan keberadaan bank. Bank dianggap sebagai suatu lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan. Aktivitas keuangan yang sering dilakukan masyarakat di negara maju antara lain aktivitas penyimpanan dana, investasi, pengiriman uang dari suatu tempat ke tempat lain atau dari suatu daerah ke daerah lain dengan cepat dan aman, serta aktivitas keuangan lainnya. Bank juga merupakan salah satu lembaga yang mempunyai peran sangat penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian suatu negara, bahkan pertumbuhan bank di suatu negara dipakai sebagai ukuran pertumbuhan perekonomian negara tersebut (Ismail, 2010).

Penerapan sistem keuangan dan perbankan ganda mulai lebih terarah semenjak dikeluarkannya Undang-Undang Perbankan yang baru No. 10 Tahun 1998. Sejak itu, bermunculan lembaga keuangan syariah yang beroperasi berdampingan dengan lembaga keuangan konvensional. Seperti halnya di Malaysia, lembaga keuangan syariah di Indonesia tumbuh menjadi lembaga keuangan alternatif bagi masyarakat yang menginginkan pelayanan jasa keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah, sekaligus menjadi pesaing langsung lembaga keuangan konvensional dalam produk dan jasa yang ditawarkan (Darsono dkk., 2017).

Lembaga keuangan syariah didirikan dengan tujuan mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip Islam, syariah, dan tradisinya kedalam

transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis yang terkait. Adapun yang dimaksud dengan prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan dan keuangan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah. Prinsip syariah yang dianut oleh lembaga keuangan syariah dilandasi oleh nilai-nilai keadilan, kemanfaatan, keseimbangan dan keuniversalan (*rahmatan lil' alamin*) (Soemitra, 2018).

Salah satu dari produk dari lembaga keuangan syariah ialah bank syariah. Bank syariah memiliki sistem operasional yang berbeda dengan bank konvensional. Bank syariah memiliki layanan bebas bunga kepada para nasabahnya. Dalam sistem operasional bank syariah, pembayaran dan penarikan bunga dilarang dalam bentuk transaksi. Bank syariah tidak mengenal sistem bunga, baik bunga yang diperoleh dari nasabah yang meminjam uang atau bunga yang dibayar kepada penyimpan dana di bank syariah. Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah memiliki fungsi menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi dari pihak pemilik dana. Fungsi lainnya ialah menyalurkan dana kepada pihak lain yang membutuhkan dana dalam bentuk jual beli maupun kerja sama usaha (Ismail, 2011).

Secara filosofis bank syariah adalah bank yang aktivitasnya meninggalkan masalah riba. Dengan demikian, penghindaran bunga yang dianggap riba merupakan salah satu tantangan yang dihadapi dunia Islam dewasa ini. Suatu hal yang sangat menggembirakan bahwa belakangan ini para ekonom Muslim telah

mencurahkan perhatian besar, guna menemukan cara untuk menggantikan sistem bunga dalam bertransaksi perbankan dan keuangan yang lebih sesuai dengan etika Islam. Upaya ini dilakukan dalam upaya untuk membangun model teori ekonomi yang bebas bunga dan pengujiannya terhadap pertumbuhan ekonomi, alokasi dan distribusi pendapatan (Kuncoro, 2018).

Salah satu instrumen penting dalam perekonomian di Indonesia ialah perbankan. Salah satu tugas dari perbankan ialah memberikan pelayanan dalam lalu lintas pembayaran juga persebaran uang didalam masyarakat, juga berkontribusi dalam membangun perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Adapun bentuk perbedaan dari sistem perbankan konvensional dan perbankan syariah ialah perbankan konvensional menggunakan sistem suku bunga. Sedangkan perbankan syariah dalam praktiknya menggunakan sistem pembagian keuntungan. Pertumbuhan bank syariah semakin meningkat, dengan didukung Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Islam untuk mendorong pertumbuhan (Muchamad Bagus Satrio & Muhammad Iqbal, 2021).

Akan tetapi, meskipun telah didukung oleh regulasi yang mendukung, tak membuat pangsa pasar perbankan syariah mampu melawan dominasi pangsa pasar perbankan konvensional di Indonesia. Otoritas Jasa Keuangan mencatat bahwa pangsa pasar (*market share*) perbankan syariah mencapai 7,09% per tahun 2022, sedangkan pangsa pasar (*market share*) perbankan konvensional mencapai 92,91% per tahun 2022. Terlihat dari data OJK tersebut pangsa pasar perbankan syariah per tahun 2022 di Indonesia sangat kecil dibandingkan dengan pangsa pasar perbankan konvensional. Pangsa pasar perbankan syariah hanya sebesar 7,09% yang

berbanding jauh dengan pangsa pasar perbankan konvensional yaitu sebesar 92,91%. Padahal jika melihat peluang yang ada, sangat besar mengingat Indonesia merupakan salah satu negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Akan tetapi pada realitanya, masih banyak masyarakat muslim yang lebih menyukai bank konvensional dibandingkan dengan bank syariah (OJK, 2022a).

Dengan permasalahan ini, menjadi suatu tantangan besar bagi industri perbankan syariah, karena dalam persaingan ekonomi secara global, perbankan syariah dituntut untuk mampu menarik minat semua masyarakat dari semua kalangan untuk menggunakan produk-produknya, sembari bersaing dengan perbankan konvensional yang sampai saat ini masih mendominasi dalam industri perbankan. Terlepas dari banyaknya hal yang dapat mempengaruhi kurangnya *market share* perbankan syariah di Indonesia, hal ini memperlihatkan kepada kita bahwa respon masyarakat muslim Indonesia terhadap minat akan perbankan syariah masih sangat kurang jika dibandingkan dengan perbankan konvensional.

Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi minat bagi nasabah untuk menggunakan produk tabungan dari bank syariah, beberapa diantaranya adalah faktor literasi keuangan syariah, promosi dan layanan digital. Literasi keuangan adalah pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), keyakinan (*confidence*), yang mempengaruhi sikap (*attitude*), dan perilaku keuangan (*behavior*) seseorang untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelola keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan.

Berdasarkan data dari hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan oleh pihak OJK pada tahun 2022, tingkat literasi keuangan

syariah pada tahun 2022 sebesar 9,14% dengan tingkat inklusi keuangan syariah sebesar 12,12%. Jika kita membandingkan data hasil survei OJK tahun 2019, dimana tingkat literasi keuangan syariah sebesar 8,93% dan tingkat inklusi keuangan syariah 9,10%. Berdasarkan data tersebut terlihat jelas bahwa ada peningkatan dari kedua persentase dari tahun 2019 sampai tahun 2022. Maka dari itu, minat dan perhatian masyarakat akan akan keuangan syariah (literasi) telah meningkat, termasuk akses terhadap produk dan layanan keuangan syariah (inklusi) telah meningkat (Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan, 2022).

Seiring dengan perkembangan dan pertumbuhan industri perbankan syariah, Bank Umum Syariah bersaing ketat untuk menarik minat masyarakat untuk menabung pada bank masing-masing. Berbagai strategi pun digunakan agar masyarakat yang telah menabung menjadi loyal dan untuk menarik masyarakat bank lain agar memindahkan deposito mereka dari bank lain ke bank tersebut. salah satu strategi yang dilakukan adalah melakukan promosi dengan menawarkan produk yang dimiliki oleh suatu bank kepada masyarakat melalui media cetak ataupun elektronik dan sebagainya. Promosi merupakan salah satu cara bank untuk menarik dan mempertahankan masyarakat agar tetap menabung pada bank tersebut.

Layanan Digital berpedoman pada penggunaan teknologi untuk melakukan transaksi perbankan dengan optimal. Menurut OJK layanan perbankan digital merupakan layanan ataupun aktivitas perbankan dengan memakai fasilitas elektronik, serta lewat media digital milik calon nasabah ataupun nasabah bank yang dilakukan secara mandiri. Kehadiran gen Z dianggap penting bagi digitalisasi perbankan syariah untuk menjadi pasar yang sangat menjanjikan. Keseharian

generasi Z yang tak luput dari internet menyebabkan layanan digital perbankan menjadi pilihan yang sesuai dengan karakteristik generasi Z yang selalu ingin praktis dan efisien. Wakil presiden KH Ma'ruf Amin menjelaskan, jumlah penduduk Indonesia saat ini sebesar 272,682 juta jiwa yang mana didominasi oleh generasi Z berjumlah sekitar 74,93 juta atau 27,94%, sedangkan generasi milenial sekitar 69,38 juta atau 25,87%. Dengan jumlah tersebut maka generasi Z dan milenial merupakan pasar yang sangat potensial bagi perbankan syariah di Indonesia pada masa mendatang (Muhammad Candy Awang Batubara & Tuti Anggraini, 2022).

Siswa Sekolah Lanjut Tingkat Atas (SLTA) yang mayoritas tergolong kedalam generasi Z, tentu sangat dekat dengan perkembangan teknologi yang mencakup keuntungan layanan digital perbankan. Mereka dapat menggunakan layanan digital perbankan untuk menabung dan layanan perbankan yang lain, yang didukung oleh berbagai macam produk tabungan perbankan syariah dengan berbagai benefit yang ditawarkan untuk nasabahnya.

Berdasarkan hasil observasi awal di MAN 3 Banjarmasin, dari hasil wawancara dengan beberapa siswa, diketahui bahwa siswa memilih menggunakan bank syariah dikarenakan siswa sudah mengetahui kelebihan bank syariah seperti tidak adanya riba yang dilarang oleh agama islam, sosialisasi yang dilakukan oleh petugas bank, pemberian beasiswa dari pihak bank seperti BSI scholarship yang programnya sudah berlangsung cukup lama dan aplikasi yang mudah digunakan oleh siswa.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi dan Layanan Digital Terhadap Keputusan Menabung Generasi Z Di Bank Syariah (Studi Kasus Siswa MAN 3 Banjarmasin)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan oleh peneliti maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Literasi Keuangan Syariah, Promosi dan Layanan Digital berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menabung generasi Z di bank syariah?
2. Apakah Literasi Keuangan Syariah, Promosi dan Layanan Digital berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menabung generasi Z di bank syariah?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi dan Layanan Digital secara parsial terhadap keputusan menabung generasi Z di bank syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Promosi dan Layanan Digital secara simultan terhadap keputusan menabung generasi Z di bank syariah.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan di bidang ekonomi dan perbankan mengenai pengaruh literasi keuangan syariah, promosi dan layanan digital terhadap keputusan menabung generasi Z di bank syariah. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber referensi atau literatur penelitian dengan tema yang serupa.

2. Secara Praktis

a Bagi Sektor Perbankan Syariah

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan informasi dan pertimbangan untuk menetapkan strategi untuk perkembangan dan kemajuan pangsa pasar bank syariah dengan mengamati faktor-faktor yang mampu mempengaruhi keputusan nasabah seperti literasi keuangan syariah, promoi dan layanan digital.

b Bagi Mahasiswa

Menjadi informasi tambahan untuk pemahaman mengenai hal-hal yang berkaitan dengan literasi keuangan syariah generasi Z saat ini di wilayah Banjarmasin, serta faktor-faktor yang menjadi pengaruh keputusan menabung nasabah di bank syariah.

E. Definisi Operasional

Untuk mencegah terjadinya kesalahan dalam memahami maksud judul dan permasalahan dalam penelitian ini, maka definisi operasional penelitian harus dirumuskan. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan syariah adalah wawasan yang dimiliki oleh seseorang tentang layanan dan produk-produk keuangan syariah, mengerti akan sistem bank konvensional dan bank syariah, dan mampu untuk mengelola hartanya sesuai dengan aturan agama Islam (Rahim dkk., 2016). Dalam penelitian ini, literasi keuangan syariah mengacu pada pemahaman siswa MAN 3 Banjarmasin akan produk, jasa serta akad syariah, kemampuan untuk membedakan antara bank konvensional dan bank syariah, dan kemampuan untuk memutuskan membuka rekening di bank syariah atau bank konvensional.

2. Promosi

Promosi adalah Promosi merupakan salah satu bentuk kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk menginformasikan kepada pasar untuk keberadaan suatu produk baru (Sanjaya, 2015). Promosi dapat memberi tahu kepada konsumen mengenai manfaat produk, kualitas produk maupun hal-hal lainnya yang berkaitan dengan promosi. Yang dimaksud peneliti dalam hal ini ialah seberapa besar pengaruh promosi oleh pihak bank syariah sehingga dapat menarik minat siswa MAN 3 Banjarmasin untuk menabung di bank syariah.

3. Layanan Digital

Layanan digital perbankan adalah produk berbasis teknologi yang ditawarkan oleh pihak bank untuk mempermudah dan memuaskan nasabah sebagai konsumen. Beberapa contoh dari produk layanan digital perbankan ialah SMS Banking, Internet Banking, Phone Banking, kartu ATM/Debit dan lain-lain. Adapun yang dimaksud dalam penelitian ini adalah, seberapa besar pengaruh layanan digital perbankan terhadap keputusan siswa MAN 3 Banjarmasin untuk menjadi nasabah pada bank syariah.

4. Keputusan Membuka Rekening

Menurut Schiffman dan Kanuk (dalam Mashur Razak, 2016, hlm. 14) mengemukakan perilaku konsumen adalah studi mengenai proses-proses yang terjadi saat individu atau kelompok menyeleksi, membeli, menggunakan atau menghentikan pemakaian produk, jasa, ide atau pengalaman dalam rangka memuaskan keinginan atau hasrat tertentu. Adapun yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keputusan siswa MAN 3 Banjarmasin untuk membuka rekening dan menjadi nasabah pada bank syariah.

5. Siswa

Siswa menurut ketentuan undang-undang RI No. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional adalah anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran yang tersedia pada jalur, jenjang, dan jenis pendidikan tertentu. Adapun yang dimaksud dalam penelitian ini adalah para siswa MAN 3 Banjarmasin.

6. Bank Syariah

Bank syariah adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (IBI, 2014).

F. Kajian Pustaka

Adapun penelitian terdahulu yang dirasa relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Skripsi yang ditulis oleh Maryani Oktarina (2022), *Pengaruh Pengetahuan Dan Motivasi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Jakarta*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*), dengan jumlah sampel 40 orang responden. Berdasarkan hasil penelitian, variabel pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah, sedangkan variabel motivasi tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Variabel pengetahuan dan motivasi berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap minat menabung di bank syariah (Oktarina, 2022). Berdasarkan penelitian di atas, terdapat persamaan dan perbedaan penelitian yang akan dilakukan. Persamaannya terletak pada variabel bebas yang digunakan yaitu pengetahuan/literasi keuangan syariah. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel terikat yang digunakan yaitu minat, dan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan variabel keputusan sebagai variabel terikatnya. Selain itu, objek penelitian

pun berbeda yang dimana penelitian terdahulu meneliti mahasiswa prodi manajemen dakwah, FDIK UIN Jakarta dan penelitian ini dilakukan pada siswa MAN 3 Banjarmasin.

2. Jurnal yang ditulis oleh Nurfitriani dan Ulfa Hidayati (2021), tentang *Pengaruh Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah Indonesia KCP Polewali*. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Berdasarkan hasil penelitian, variabel produk dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Polewali. Selain itu variabel produk dan lokasi berpengaruh positif secara simultan (bersama-sama) terhadap minat menabung masyarakat di BSI KCP Polewali (Nurfitriani & Ulfa Hidayati, 2021). Berdasarkan penelitian di atas, terdapat perbedaan dari penelitian yang akan dilakukan yaitu pada variabel bebas, variabel terikat dan objek penelitian.
3. Jurnal yang ditulis oleh Abdul Malik, Ahmad Syahrizal dan Anisah, tentang *Pengaruh Promosi, Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia KCP Singkut Pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan responden sebanyak 86 orang. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, variabel promosi dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap minat menabung di bank syariah, sedangkan variabel pengetahuan tidak berpengaruh secara signifikan. Selain itu, variabel

promosi, pengetahuan dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan secara simultan terhadap minat menabung di bank syariah (Abdul Malik dkk., 2021). Berdasarkan penelitian di atas, terdapat persamaan yaitu pada variabel bebas berupa variabel pengetahuan/literasi keuangan syariah dan promosi, sedangkan perbedaan variabel penelitian terdapat pada variabel terikat yaitu minat. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan keputusan sebagai variabel terikat, selain terdapat perbedaan pada objek penelitian yaitu masyarakat Desa Pelawan Jaya, sedangkan peneliti menjadikan siswa MAN 3 Banjarmasin sebagai objek penelitian.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi uraian singkat tentang isi bab demi bab yang akan ditulis dalam penelitian ini.

Bab I adalah pendahuluan. Pada bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, kajian terdahulu, dan sistematika pembahasan.

Bab II adalah Landasan Teori. Pada bab ini memuat teori-teori yang relevan dengan judul penelitian, yakni teori tentang literasi keuangan syariah, promosi, layanan digital, keputusan pembelian dan Bank Syariah.

Bab III adalah metode penelitian. pada bab ini meliputi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, pengolahan dan analisis data.

BAB IV adalah hasil penelitian dan pembahasan. Pada bab ini menjelaskan mengenai deskripsi responden, uji asumsi klasik, analisis linear berganda, uji T (Parsial), uji F (Simultan) dan uji determinasi.

BAB V Kesimpulan dan saran. Pada bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran yang dapat dibuat dari hasil penelitian yang telah dilakukan.