

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menabung ialah kegiatan yang sangat penting untuk mendapatkan masa depan keuangan yang lebih baik. Hingga saat ini perhatian individu untuk menabung semakin tinggi. Kegiatan menabung sudah ada sejak zaman dulu hingga saat ini semakin mengikuti perkembangan zaman, menabung di bank ialah hal yang di sarankan. Karena cara membuka tabungan yang mudah dan praktis serta pasti lebih aman agar terhindar dari pencurian dan hal kriminal lainnya. Cadangan dana di bank dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). Uang nasabah akan dijamin oleh lembaga tersebut jika sewaktu-waktu bank mengalami bangkrut selagi tabungannya tidak lebih dari Rp 2 miliar.

Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) menyebutkan, rekening bank usaha total per Oktober 2021 mencapai 378,6 juta arsip rekening, meningkat 1,6 persen setiap bulannya. LPS juga mengatakan bahwa semua catatan dalam klasifikasi rekening bank mengalami kenaikan, dan kenaikan terbesar ada di simpanan kurang dari Rp. 100 juta, yaitu 1,6 persen secara month-on-month (mom) atau 11,4 persen yoy, yakni 372.418.476 rekening. Informasi tersebut diperoleh dari Laporan Posisi Simpanan yang disampaikan oleh 107 bank umum kepada LPS, yang masing-masing terdiri dari 95 bank umum dan 12 bank umum syariah.

Salah satu kegiatan bidang usaha yang paling dominan dan sangat dibutuhkan di dunia moneter saat ini adalah kegiatan keuangan lembaga perbankan

syariah. Bantuan otoritas publik untuk dunia keuangan membuat perkembangan ekonomi Indonesia diperkirakan akan meningkat. Dengan berdirinya Bank Syariah Indonesia, dipercaya dapat membangun kecepatan perekonomian dan menopang dunia usaha dan lingkungan modern dalam konspirasi syariah yang berlaku. Semua itu akan terlaksana jika para pemegang kebijakan dan masyarakat lebih memahami dan menegakkan dasar bisnis yang berbasis syariah di dalam ekonomi. Bank Syariah mempunyai prinsip dalam menjalankan sistem operasionalnya salah satunya dengan tidak adanya riba. Aturan ini sesuai dengan ungkapan Allah SWT dalam Al-Qur'an Surat Ali-Imran ayat 130 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya :“ *Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung.*”

Kehadiran industri Perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang kritis selama lebih dari tiga puluh tahun terakhir. Kenaikan besar-besaran selama beberapa tahun terakhir dalam produk dan layanan administrasi berbasis syariah di Indonesia telah menyebabkan otoritas publik melihat ini sebagai titik momen berarti dalam pencapaian ekonomi syariah di Indonesia.

Keunikan ini membuat otoritas publik pada akhirnya menyatukan 3 susunan bank syariah besar, yaitu PT Bank Syariah Mandiri Tbk, PT Bank BNI Syariah Tbk, dan PT Bank BRI Syariah Tbk menjadi kekuatan baru, yang diberi nama Bank Syariah Indonesia atau BSI. Berdirinya Bank Syariah Indonesia sangat penting bagi upaya dan tanggung jawab pemerintah dalam mendorong ekonomi syariah sebagai

salah satu andalan kekuatan moneter masyarakat yang dalam jangka panjang juga akan mendorong Indonesia menjadi salah satu pusat keuangan syariah dunia.

Bank Syariah Indonesia telah mendapatkan izin dari OJK dengan Nomor : SR-3/PB.1/2021 tanggal 27 Januari 2021 perihal Pemberian Izin Penggabungan PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah menjadi PT Bank BRISyariah Tbk serta Izin Perubahan Nama dengan Izin Usaha PT Bank BRISyariah Tbk Menjadi Izin Usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk sebagai Bank Hasil Penggabungan. Kemudian, pada saat itu, PT. Bank Syariah Indonesia atau disingkat BSI adalah Bank Syariah (Perbankan) yang didirikan pada 1 Februari 2021 pukul 13.00 WIB dan diresmikan oleh Presiden Jokowi.

Tabel 1.1
Daftar pemegang saham PT Bank Syariah Indonesia Tbk

Keterangan	Nilai nominal Rp 500 per Saham		
	Jumlah Saham (Lembar)	Nilai Nominal (Rupiah)	(%)
Modal Dasar	80.000.000.000	40.000.000.000	
PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk	20.905.219.379	10.452.609.689.500	50,83
PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	10.220.230.418	5.110.115.209.000	24,85
PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	7.092.761.655	3.546.380.827.500	17,25
Pemegang saham lainnya dibawah 5% (termasuk Publik)	2.911.095.891	1.455.547.945.500	7,08
Modal Ditempatkan dan Disetor	41.129.307.343	20.564.653.671.500	100
Saham Dalam Portepel	38.870.692.657	19.435.346.328.500	

Sumber: website BSI (<https://irbankbsi.co.id>)

Kewajiban otoritas publik untuk memberdayakan ekonomi melalui BSI seharusnya menjadi energi baru dalam perputaran moneter publik. BSI merupakan kesan cerminan wajah syariah di Indonesia yang kekinian, umum, dan jelas memberikan kebaikan bagi seluruh daerah. Setelah merger, Bank Syariah Indonesia akan menjadi bank syariah terbesar di Indonesia dengan sumber daya sebesar Rp239,56 triliun dengan lebih dari 1.000 kantor cabang dan 20.000 pegawai. BSI juga akan menjadi bank dengan peringkat 7 dari semua sumber aset yang diklaim.

Kinerja BSI diatur oleh Kementerian Badan Usaha Milik Negara, yang membuka pintu luar biasa bagi investor asing untuk menjadi bagian penting dalam membangun BSI di kemudian hari. BSI didirikan tidak hanya untuk melayani kelompok umat Islam, tetapi untuk semua kalangan masyarakat. Pemberian gelar syariah kepada BSI hanya menunjukkan bahwa siklus bisnis dan barang-barangnya memiliki nama syariah, namun siapa pun dapat mengakses dan memanfaatkan administrasi keuangan berbasis syariah ini.

Dari informasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK), perkembangan di bidang Pembiayaan Yang Disalurkan (PYD) Perbankan Syariah per Juni 2020 mencapai 10,13 persen secara tahunan (year on year/yoy). Angka ini lebih tinggi dari perkembangan penyaluran kredit perbankan konvensional khususnya 1,49 persen (yoy) pada periode tersebut. Pada periode yang sama, perkembangan DPK perbankan syariah di Indonesia mencapai 9% (yoy), sedangkan industri perbankan konvensional sebesar 7,95 persen (yoy). Dari sisi permodalan, bantalan modal atau Capital Adequacy Ratio (CAR) Perbankan Syariah juga terjaga di angka 21,20

persen per Juni 2020. Proporsi ini jauh di atas batas kecukupan modal yang ditetapkan oleh para ahli sekitar 12-14 persen. Penggabungan 3 bank bernama BSI ini semakin besar dan membumi. BSI ini akan masuk top 10 bank nasional dengan aset sampai Rp 240 triliun.

Ketua Tim dari Project Management Office Team dan Wakil Presiden Direktur PT Bank Mandiri (Persero) Tbk, Hery Gunardi, mengatakan penggabungan bank tersebut berpeluang menjadi 10 besar bank syariah di dunia dilihat dari kapitalisasi pasar. Dengan catatan tersebut, maka inklusi pasar bank syariah semakin luas dan sampai ke berbagai kalangan. Dengan total keuangan aset saat ini sekitar Rp 220 triliun-Rp 225 triliun, diperkirakan pada 2025, aset bank ini bisa Rp 390 triliun, pembiayaan mencapai Rp 272 triliun, dan pendanaan Rp 335 triliun.

Tantangan BSI secara tentu tidak semudah seperti yang dibayangkan. Dalam beberapa penelitian, menjelaskan bahwa kesadaran masyarakat Indonesia masih sangat diabaikan tentang item keuangan syariah. Hal ini dijelaskan dalam sebuah survei yang dipimpin oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2016. Survei tersebut menunjukkan bahwa individu Indonesia dengan pemahaman yang baik tentang item keuangan syariah hanya sekitar 21,84% (Lina, 2015, hlm. 33).

Pemahaman masyarakat mengenai bank syariah tentu berasal dari sosialisasi yang dilakukan secara berkala, baik melalui lembaga keuangan itu sendiri maupun media-media yang sering di akses masyarakat sekarang ini. Adanya sosialisasi yang terus dilakukan, akan membuat pengetahuan masyarakat semakin tinggi mengenai bank syariah. Salah satu tiang utama terjaganya keberlangsungan

suatu produk adalah promosi, promosi yang baik akan menciptakan penjualan yang baik pula. Promosi yang dilakukan bank syariah tentunya untuk menginformasikan produk yang ada di lembaga tersebut dan berusaha menarik calon nasabah baru (Kasmir, 2017, hlm. 125).

Porsi pasar perbankan syariah di Indonesia masih sekitar 5% dan porsi keseluruhan industri bisnis moneter secara keseluruhan adalah sekitar 8%. Angka ini dapat dikatakan bahwa pangsa pasar perbankan syariah sudah mulai meningkat meskipun masih jauh di belakang pangsa pasar perbankan syariah di berbagai negara, misalnya Malaysia yang membentang sekitar 23% , Arab Saudi sekitar 51% dan Uni Emirat Arab sekitar 19%. Dengan pencapaian masih terbilang sangat kecil bila dibanding dengan potensi jumlah pemeluk agama Islam di Indonesia. Hal ini seiring dengan dominasi masyarakat muslim di Indonesia yang mencapai 12,6 persen populasi muslim.

Jumlah muslim yang besar tidak bisa menjadikan faktor agama saja sebagai alasan untuk dapat mempengaruhi masyarakat dalam penggunaan suatu jenis jasa Perbankan Syariah. Salah satu kemajuan mendasar yang dapat diambil untuk membangun bagian pangsa pasar keuangan syariah, khususnya Perbankan Syariah, adalah dengan mengarahkan pelatihan keuangan Syariah kepada masyarakat umum serta elemen atau tokoh-tokoh penting di masyarakat. Sehingga nantinya akan meningkatkan pemahaman keuangan syariah, khususnya di bidang Perbankan Syariah.

Pengaruh merupakan suatu reaksi yang timbul (dapat berupa tindakan atau keadaan) dari suatu perlakuan akibat dorongan untuk mengubah atau membentuk

sesuatu keadaan kearah yang lebih baik. Pengaruh merupakan sebuah hal abstrak yang tidak bisa dilihat tetapi bisa dirasakan keberadaan dan kegunaanya dalam kehidupan dan aktifitas manusia sebagai makhluk sosial.

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat menabung adalah persepsi. Persepsi merupakan suatu proses mengetahui atau mengenali objek dengan bantuan indra, yang mana kunci dari timbulnya sebuah persepsi adalah minat. Persepsi ialah proses pemberian makna terhadap sensasi (Amelia Rahmi, 2000, hlm. 52). Maka dapat dipahami bahwa persepsi ialah tindakan mendasar dan menafsirkan sesuatu hingga memberikan gambaran dan pemahaman terhadap sesuatu. Banyak variabel yang mempengaruhi persepsi tokoh agama terhadap perbankan syariah, hal ini penting untuk diwaspadai agar membantu kemajuan bank syariah sesuai dengan sudut pandang para tokoh agama sebagai sekutu kehadiran bank syariah. Pandangan tokoh agama yang tegas diakui dengan mudah oleh masyarakat saat ini. Maka dengan mengetahui alasan tokoh ulama memilih produk Perbankan Syariah tentunya akan mengedukasi masyarakat dan membuat masyarakat memahami dan mengetahui tentang penggabungan bank syariah secara langsung dan tidak langsung. Persepsi tokoh agama akan sangat mempengaruhi masyarakat dalam memilih lembaga keuangan mana yang akan dipilih (Edy Wibowo, 2005, hlm. 75).

Selanjutnya faktor yang mempengaruhi minat menabung ialah religiusitas. Religiusitas adalah potensi atau keyakinan yang ketat kepada Tuhan dalam arti lain, ialah menempatkan kepercayaan di hadapan kekuatan luar yang mengatur seluruh alam semesta. Mengenai tokoh agama tentu tidak lepas dengan yang namanya religiusitas. Religiusitas adalah hubungan batin antara manusia dengan Tuhan yang

dapat mempengaruhi kehidupan mereka. Salah satu hubungan batin antara manusia dan tuhan yaitu melakukan ibadah sehari-hari. Tingkat religiusitas dalam diri seseorang akan menjadi motivator terpenting untuk mendorong diri individu itu sendiri agar tertarik menggunakan produk berlabel syariah, khususnya perbankan Syariah. Karena semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka mereka akan lebih hati-hati dalam memilih pembiayaan yang akan mereka gunakan. Faktor pertimbangan agama atau religiusitas dapat menjadi indikator penting terhadap minat dan dapat menjadi motivator penting untuk mendorong penggunaan jasa bank syariah dan masyarakat non nasabah yang diberi penjelasan tentang produk/jasa perbankan syariah mempunyai kecenderungan yang kuat untuk memilih bank syariah.

Faktor yang mempengaruhi minat menabung selanjutnya adalah promosi. Promosi juga merupakan variabel penting yang memengaruhi pilihan untuk menggunakan suatu produk. Promosi yang bagus akan membuat klien melihat lebih banyak dan akan menciptakan minat dalam menabung di bank syariah. Promosi itu sendiri adalah cara untuk membangun kepercayaan dan penilaian klien terhadap suatu produk (Sarwinda Puspita Sari, 2021, hlm. 11).

Tokoh agama ialah penyebab utama perubahan dinamika keagamaan suatu negara. Semua kalimat, perintah bahkan fatwa yang disampaikan tokoh agama dengan mudah menyebar dan tersampaikan kepada masyarakat melalui media yang mudah di akses. Dengan adanya kemudahan ini maka semakin meningkatkan pentingnya pengaruh dan peran tokoh agama dalam membangun sosial keagamaan (Heidi Campbell, 2010, hlm. 4). Adanya tokoh agama sangatlah penting di

kehidupan bermasyarakat, berbagai hal yang menjadi pilihan ulama juga sangat berpengaruh untuk keputusan anggotanya. Berdirinya Bank Syariah di Indonesia seharusnya menjadi peluang besar agar mendapat prioritas dari para tokoh agama karena memiliki label syariah, dan para tokoh agama juga seharusnya memilih pembiayaan berbasis syariah karena mengingat dirinya adalah seorang tokoh agama yang harusnya memprioritaskan hal yang berlabel syariah, serta menjunjung nilai-nilai Islam.

Menabung adalah suatu aktifitas yang dianjurkan oleh agama, karena dengan menabung seseorang mempersiapkan dirinya untuk apa yang akan datang. Berbagai alasan yang memicu para tokoh agama enggan membuka tabungan di bank syariah, ada beberapa alasan dari dalam dan ada pula dari luar. Alasan dalam diri yang dimaksud contohnya tingkat religiusitas yang ada dalam diri individu tersebut, dan alasan dari luar contohnya malas membuka rekening baru karena dinilai tidak praktis, meskipun mereka berminat.

Dari uraian diatas peneliti berniat untuk membuat penelitian mengenai persepsi, religiusitas dan promosi pada tokoh agama di masyarakat dalam minat menabung pasca merger. Banyaknya majelis yang di laksanakan di wilayah Banjarmasin selatan membuat peneliti berfikir kalau tokoh agama sangat berpengaruh dan di junjung tinggi di wilayah tersebut. Sehingga jika mengambil subjek penelitian ini adalah tokoh agama maka dapat diketahui bagaimana persepsi dan promosi yang dilakukan BSI kepada tokoh agama pasca merger BSI, apa saja yang di ketahui tokoh agama tersebut tentang BSI pasca merger, dan apa yang melatar belakangi keinginan menabung di BSI pasca merger.

Maka dari itu peneliti mengambil judul yaitu “Pengaruh Persepsi Religiusitas dan Promosi Terhadap Minat Menabung Pasca Merger BSI Pada Tokoh Agama di Kecamatan Banjarmasin Selatan”. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang Perbankan Syariah dalam persepsi tokoh agama, apakah yang di rencanakan pemerintah sudah sesuai dengan ajaran agama Islam serta dapat membangun kepercayaan masyarakat untuk menggunakan produk Perbankan Syariah sebagai lembaga keuangan masyarakat khususnya di Kecamatan Banjarmasin Selatan.

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan permasalahan yang diambil oleh peneliti, maka rumusan masalahnya menjadi:

1. Bagaimana pengaruh persepsi, religiusitas dan promosi terhadap minat menabung pasca merger BSI pada tokoh agama secara simultan?
2. Bagaimana pengaruh persepsi, religiusitas dan promosi terhadap minat menabung pasca merger BSI pada tokoh agama secara parsial?

C. Tujuan Penelitian

Dengan terciptanya rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh persepsi, religiusitas dan promosi terhadap minat menabung pasca merger BSI pada tokoh agama secara simultan.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh persepsi, religiusitas dan promosi terhadap minat menabung pasca merger BSI pada tokoh agama secara parsial.

D. Kegunaan Penelitian

Secara ringkas manfaat atau kegunaan penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis

Dari aspek teoritis, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan banyak informasi masukan dan pengetahuan terhadap masyarakat. Khususnya memberikan pengetahuan dan menyampaikan persepsi religiusitas pada tokoh agama dan promosi terhadap minat menabung pasca merger BSI di Banjamasin Selatan.

2. Secara Praktis

Dari aspek praktis, diharapkan hasil dari penelitian ini bisa di pergunakan sebagai masukan, evaluasi dan peningkatan terhadap Bank Syariah Indonesia Pasca Merger. Dan diharapkan dengan adanya penelitian ini masyarakat bisa mengambil langkah cepat agar mempercayakan bank syariah sebagai sarana menghimpun dan mengelola dana yang masyarakat miliki.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kekhawatiran keluar dari tujuan yang sebenarnya, maka penyusun merasa perlu untuk memberikan batasan terhadap permasalahan yang akan dibahas, yaitu:

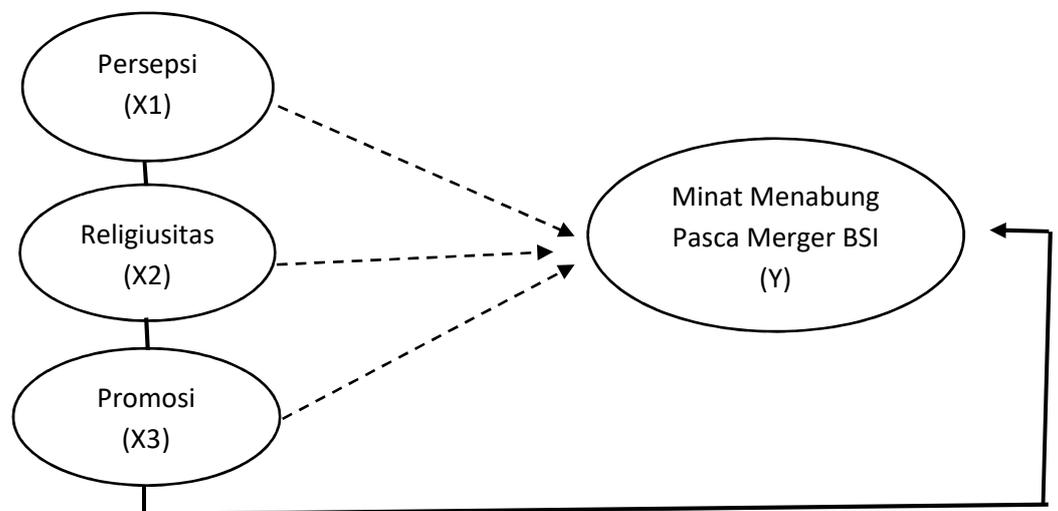
1. Setiap manusia pasti memiliki beberapa interpretasi atau pandangan dalam melihat suatu peristiwa. Banyaknya pandangan tersebut berasal dari pengalaman manusia itu sendiri karena pada dasarnya manusia satu dengan yang lainnya memiliki latar belakang yang berbeda-beda. Perbedaan latar belakang tersebut akan melahirkan suatu konsep persepsi yang berbeda-beda pula. Persepsi adalah perspektif suatu

- peristiwa. Persepsi dapat dicirikan sebagai cara paling umum untuk menggabungkan dan memilah informasi nyata kita (mendeteksi) untuk dibuat sehingga kita dapat mengetahui apa yang terjadi di sekitar kita, termasuk memantau diri kita sendiri (Sumanto, 2014, hlm. 68). Persepsi biasa disebut juga *point of view*. Hal ini akan menunjukkan betapa pentingnya persepsi tokoh agama pada perbankan Syariah untuk mengedukasi masyarakat.
2. Religiusitas menurut Bambang Suryadi dan Bahrul Hidayat (2021:87) ialah tingkat keyakinan (belief) dan sikap seseorang (attitudes) pada ajaran agama yang di anutnya baik dalam konteks hubungan vertikal antara manusia dan tuhan. Religiusitas dalam penelitian ini ialah ketaatan terhadap agamanya. Karena semakin tinggi religiusitas agamanya maka semakin berpengaruh pada tindakan agama seseorang dalam kehidupan sehari-hari.
 3. Promosi menurut Kotler, *Marketing: The Millenium Edition*, 2000:23, promosi ialah kegiatan mengkomunikasikan dan memperkenalkan suatu produk yang perlu dilakukan dan sangatlah penting. Promosi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bagaimana para tokoh agama menilai promosi.
 4. Minat yaitu kecenderungan hati terhadap sesuatu. (Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2009, Hlm. 744). Sedangkan minat menabung yaitu kecenderungan hati untuk memilih suatu produk yang berhubungan dengan melakukan kegiatan penyimpanan (tabungan). Di dalam penelitian ini minat yang peneliti maksud adalah kecenderungan sudut pandang atau cara pemikiran para tokoh agama mengenai perbankan syariah pasca merger BSI sehingga timbul rasa keinginan menabung di bank terkait.

F. Kerangka Berpikir

Dalam penelitian ini akan diketahui pengaruh persepsi religiusitas dan promosi terhadap minat menabung pasca merger BSI pada tokoh agama. Kerangka pemikiran peneliti ialah:

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



Keterangan :

- > : Pengaruh secara simultan
- - - - -> : Pengaruh secara parsial

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis ialah dugaan sementara dimana ada 2 kemungkinan yang bisa terjadi, kemungkinan benar dan kemungkinan salah. Kemudian Hipotesis akan ditolak jika salah, dan diterima jika fakta-fakta membenarkan. Sehingga hipotesis yang dipersembahkan peneliti ialah:

1. Secara Simultan

H_0 = Tidak terdapat pengaruh antara persepsi, religiusitas dan promosi secara simultan terhadap minat menabung pasca merger BSI pada Tokoh Agama di Kecamatan Banjarmasin Selatan.

H_a = Terdapat pengaruh antara persepsi, religiusitas dan promosi secara simultan terhadap minat menabung pasca merger BSI pada Tokoh Agama di Kecamatan Banjarmasin Selatan

2. Secara Parsial

H_0 = Tidak terdapat pengaruh antara persepsi, religiusitas dan promosi secara parsial terhadap minat menabung pasca merger BSI pada Tokoh Agama di Kecamatan Banjarmasin Selatan.

H_a = Terdapat pengaruh antara persepsi, religiusitas dan promosi secara parsial terhadap minat menabung pasca merger BSI pada Tokoh Agama di Kecamatan Banjarmasin Selatan.

H. Kajian Pustaka

Adapun peneliti masa lalu yang menurut peneliti sangat cocok dengan dengan penelitian ini, yakni sebagai berikut:

1. Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Ningsih mahasiswa Perbankan Syariah Tahun 2017 IAIN Raden Intan Lampung dengan judul Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syari'ah. Dalam penelitian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi, tingkat religiusitas dan disposable income berpengaruh positif terhadap minat menabung di perbankan syariah. Apabila dilihat secara simultan variabel-variabel independen, yakni persepsi (X1), tingkat religiusitas (X2) dan

disposable income (X3), berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependennya yaitu minat menabung di perbankan syariah (Y). Persamaan dengan penelitian ini yaitu teori yang digunakan merupakan minat menabung. Sedangkan perbedaannya ada pada variabel dan responden.

2. Dalam penelitian yang dilaksanakan oleh Sulaiman Zain mahasiswa Perbankan Syariah UIN Syarif Hidayatulla Jakarta tentang Pengaruh Persepsi Santri, Religiusitas Dan Promosi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Santri Pada Produk Simpanan Pelajar (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Al-Mukhlisin) Tahun 2020. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu terdapat pengaruh signifikan yang positif pada semua variabel yang diuji secara parsial dan simultan. Persamaan dari penelitian ini yaitu variabel (persepsi, religiusitas dan promosi) yang diambil peneliti. Perbedaan penelitian ini yaitu produk (Simpanan Pelajar) objek yang diteliti.
3. Penelitian yang dilakukan Erifa mahasiswi Ni'maturrohmah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Tentang Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah (Studi pada Anggota Aisyiyah di Kec. Widodaren, Kab. Ngawi Jawa Timur) tahun 2019. Persamaan penelitian ini ialah terletak pada kesamaan mengambil religiusitas dan promosi sebagai variabel penelitian. Perbedaan dari penelitian ini ialah terletak pada responden, penelitian ini memakai anggota organisasi sebagai respondennya.

Berdasarkan hasil penelitian-penelitian mahasiswa terhadap lembaga keuangan syariah yang dikemukakan di atas, dapat diketahui bahwa penelitian yang akan penulis lakukan memiliki kajian yang berbeda. Dalam penelitian penulis

dengan judul Pengaruh Persepsi, Religiusitas dan Promosi Terhadap Minat Menabung Pasca Merger BSI Pada Tokoh Agama Di Kecamatan Banjarmasin Selatan lebih ditekankan pada bagaimana persepsi, religiusitas dan promosi yang diketahui tokoh agama mengenai Bank Syariah Indonesia pasca merger BSI sehingga membuat ketertarikan atau minat menabung di bank tersebut dan objek yang penulis teliti adalah tokoh agama yang tentu berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu.

I. Sistematika Penulisan

Sesuai dengan pedoman penulisan skripsi oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka penulis akan membagi penulisan skripsi dalam 5 bab, ialah:

Bab I peneliti akan menggambarkan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, kajian pustaka, dan sistematika penulisan. Permasalahan yang sudah tergambar terdapat di rumusan masalah, lalu disusun tujuan penelitian yang merupakan hasil yang diinginkan. Signifikansi penelitian merupakan kegunaan hasil penelitian. Definisi operasional untuk istilah-istilah dalam judul penelitian yang bermakna luas. Serta sistematika penulisan yaitu susunan skripsi secara keseluruhan.

Bab II merupakan landasan teori. Pada bab ini berisi tentang teori-teori dan penjelasan mengenai apa itu persepsi, religiusitas, promosi, minat menabung, Pasca merger BSI, tokoh agama.

Bab III adalah metode penelitian. Pada bab ini terdiri dari jenis, sifat, dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data,

Teknik pengumpulan data, desain pengukuran, teknik analisis data dan prosedur penelitian.

Bab IV berisikan mengenai laporan hasil penelitian yang meliputi gambaran data penelitian, pengujian hipotesis dan pembahasan.

Bab V adalah penutup, yang berisikan tentang jawaban terhadap permasalahan atau intisari dari isi skripsi secara keseluruhan yang akan dimuat dalam simpulan dan akan dilengkapi dengan saran-saran sebagai pertimbangan pihak-pihak yang berkepentingan, dalam lingkup untuk dapat lebih meningkatkan hasil yang akan dicapai.