

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Aktivitas menyisihkan sebagian uang dari hasil pendapatan atau biasa disebut menabung sudah dikenal sebagai kegiatan positif di kalangan masyarakat Indonesia. Penanaman dan budaya menabung sudah diajarkan sejak di bangku sekolah agar nantinya dapat menjadi kebiasaan yang diteruskan di masa depan dan dapat berfikir antisipatif terhadap keadaan tak terduga seperti inflasi. Inflasi merupakan kenaikan terus menerus pada harga barang dan jasa dalam jangka waktu tertentu. Dengan menabung, daya beli masyarakat yang tinggi akan menurun, sehingga laju inflasi dapat dikendalikan. Inflasi juga berdampak pada tabungan *domestic*, dimana adapun solusi untuk menangani kondisi itu adalah dengan menanamkan kegiatan menabung (Purnomo *et al*, 2021).

Menurut Akmal (2021) menabung merupakan kegiatan atau aktivitas yang memerlukan adanya keinginan dalam diri seseorang untuk menyisihkan dan menyimpan uangnya di bank atau lembaga keuangan lainnya. Perilaku menabung merupakan kombinasi dari persepsi kebutuhan masa depan, keputusan menabung dan tindakan penghematan. Perilaku menabung merupakan pilihan dari setiap individu untuk menggunakan pendapatannya untuk ditabung atau konsumsi pribadi sehingga perilaku tersebut turut mempengaruhi setiap individu. Pada kegiatan menabung, masyarakat dapat menggunakan jasa perbankan untuk menyimpan uang yang dimilikinya.

Dalam perkembangannya, sektor perbankan tidak hanya terdiri dari bank konvensional saja. Perbankan syariah juga hadir guna melayani kebutuhan perbankan masyarakat yang membutuhkan layanan bank secara islami. Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah menyatakan bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Sistem bank syariah

yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan sistem alternatif yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi investasi dan beretika, mengedepankan nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi dan menghindari spekulasi dalam bertransaksi keuangan. Nilai keadilan tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan keuntungan sesuai dengan kesepakatan bersama (Akmal, 2021)

Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat pertumbuhan penduduk yang tinggi serta mayoritas penduduknya beragama Islam. Namun, hal ini masih belum bisa menjadikan perbankan syariah menjadi lembaga keuangan yang besar. Hal ini disebabkan oleh rendahnya ketertarikan serta minat pada masyarakat. Meskipun sebagian besar penduduk Indonesia menganut agama Islam, perbankan syariah seolah sangat sulit bersaing dengan perbankan konvensional (Muzakir *et al*, 2022).

Tabel 1 Indeks Keuangan Indonesia 2024

Indikator	Indeks Literasi Keuangan	Indeks Inklusi Keuangan
Bank Syariah	39,11 %	12,88 %
Bank Konvensional	65,43 %	75,02 %

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) merilis indeks literasi dan inklusi keuangan penduduk Indonesia pada 2024. Terlihat bahwa indeks sektor konvensional timpang dengan sektor syariah. Atas fakta tersebut, Ekonom dan Direktur Ekonomi *Digital Center of Economic and Law Studies (Celios)* yaitu Nailul Huda mempertanyakan peran PT Bank Syariah Indonesia Tbk. (BRIS). Seperti diketahui, BSI berdiri pada 1 Februari 2021 hasil merger dari PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Nailul Huda berkata bahwa produk keuangan syariah belum mampu menggeser perbankan konvensional dalam hal penetrasi pasar. Secara asset pun, bank syariah terbesar di Indonesia (BSI) masih belum mampu masuk ke jajaran bank di KBMI IV. Mereka (BSI) masih kalah dibandingkan bank besar seperti BCA, BRI, BNI, dan Bank Mandiri.

Alhasil, penetrasi pasar mereka juga masih bisa dibilang kalah dengan keempat bank tersebut (www.finansial.bisnis.com).

Dari sisi potensi, Indonesia sebenarnya memiliki potensi yang besar karena merupakan salah satu negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, yaitu sebanyak 87,08%. Namun, kenyataannya masih banyak masyarakat yang memilih bank konvensional. Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap bank syariah masih sangat rendah. Sehingga menjadi tantangan bagi bank syariah untuk bersaing dan membuat masyarakat tertarik dengan bank syariah (Akmal, 2021).

Persaingan yang semakin ketat diantara perbankan syariah dan perbankan konvensional menyebabkan bank syariah harus berusaha untuk menarik minat masyarakat menjadi nasabah bank tersebut. Aspek ekonomi juga menjadi faktor penting bagi nasabah dan calon nasabah yang akan menabung di bank syariah yang dapat memberikan pelayanan dan keuntungan optimal dari produk yang ditawarkan oleh bank. Selain itu, nasabah juga merasa aman dan nyaman menabung di bank yang tidak kontroversial dengan ajaran syariahnya. Tantangan bagi perusahaan perbankan syariah saat ini adalah bagaimana membangun suatu budaya sehingga semua orang yang ada dalam perusahaan perbankan bertujuan menarik minat nasabah untuk berinvestasi pada produk tabungan *mudharabah* bank syariah (Dewi, 2021).

Menurut Rafika (2020) minat merupakan keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai tujuan tertentu. Minat adalah perasaan suka atau tertarik pada sesuatu secara alami, tanpa paksaan, dan cenderung membuat seseorang mencari hal tersebut. Minat juga merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan apabila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya, kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedangkan perasaan yang bersifat halus atau tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan

akal berfungsi sebagai pengingat pikiran dan perasaan itu dalam kondisi harmonis, agar kehendak bisa diatur dengan sebaik-baiknya. Sedangkan menurut Andriani et al, (2023) menabung merupakan kegiatan menyisihkan uang yang ada untuk disimpan dan dapat diambil sewaktu-waktu jika diperlukan. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa minat menabung adalah ketertarikan seseorang untuk melakukan aktivitas penyimpanan uang atau penyesihan uang dengan tujuan tertentu, baik di lembaga keuangan atau disimpan sendiri.

Terdapat faktor yang dapat mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah. Diantaranya adalah faktor bagi hasil, faktor *disposable income*, faktor promosi dan faktor pengetahuan. Faktor yang pertama yaitu bagi hasil merupakan sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana. Pembagian hasil usaha ini dapat terjadi antara bank dengan penyimpan dana maupun antara bank dengan nasabah penerima dana. Bagi hasil dapat berbentuk bonus uang tahunan yang didasarkan laba yang diperoleh pada tahun-tahun sebelumnya atau dapat berbentuk pembayaran mingguan atau bulanan (Pamilih, 2019). Dari standar pola operasi dalam mekanisme perhitungan bagi hasil bank syariah dengan bank lainnya akan mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah. Pada penelitian yang dilakukan oleh Riyanti *et al*, (2023) menyatakan bahwa bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Sedangkan hasil penelitian Maharani & Mulia (2023) menyatakan bahwa bagi hasil tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.

Faktor kedua yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah adalah *disposable income*. *Disposable income* merupakan pendapatan yang siap digunakan, baik untuk keperluan konsumsi maupun ditabung setelah dikurangi dengan kewajibannya (seperti pajak, zakat dan sebagainya). Jadi, pendapatan pertama-tama dikeluarkan untuk kepentingan konsumsi, sedangkan sisanya, apabila memang masih ada akan ditabung (Kurniawan & Septiana, 2020). Dalam Kamus Ekonomi, pendapatan (*income*) adalah

uang yang diterima seseorang dalam perusahaan dalam bentuk gaji, upah, sewa, bunga, laba dan lain sebagainya, bersama dengan tunjangan pengangguran, uang pensiun dan lain sebagainya. Jadi, dapat disimpulkan *disposable income* adalah pendapatan pribadi yang diterima individu setelah dikurangi pajak (Septiana, 2020). Semakin tinggi *disposable income*, maka hasrat atau keinginan untuk menabung akan semakin tinggi. Sebaliknya, semakin rendah *disposable income* maka keinginan menabung akan semakin rendah (Sapira, 2023). Pada penelitian yang dilakukan oleh Akmal (2021) menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan *disposable income* terhadap minat menabung di bank syariah. Sedangkan hasil penelitian Azzahra & Hakim (2024) menyatakan bahwa *disposable income* tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.

Faktor ketiga yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah adalah promosi. Menurut Muzakir *et al*, (2022) promosi merupakan suatu komponen yang digunakan untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan. Oleh karena itu, pasar dapat mengetahui info produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Tujuan yang diinginkan dari adanya promosi yaitu konsumen dapat mengetahui informasi suatu produk. Sehingga pada akhirnya konsumen akan berminat untuk membeli atau menggunakan produk tersebut. Semakin baik dan semakin sering promosi yang dilakukan oleh bank syariah, maka dapat mempengaruhi masyarakat untuk menabung di bank syariah. Pada penelitian yang dilakukan oleh Muzakir *et al*, (2022) menyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Sedangkan hasil penelitian Aisya & Riyadi (2020) menyatakan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.

Faktor keempat yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah adalah pengetahuan. Pengetahuan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan segala sesuatu yang diketahui atau segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan suatu hal (Hernawaty & Chrisna, 2020) . Apabila pengetahuan yang dimiliki seseorang tinggi, maka akan

dapat mengontrol tindakan selanjutnya yang akan dilakukan. Dengan kata lain, pengetahuan tentang bank syariah dapat mengontrol perilaku yang akan dilakukan selanjutnya. Semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki tentang bank syariah maka semakin meningkat pula keputusan menabung di bank syariah. Sebaliknya, jika pengetahuan tentang bank syariah rendah maka keputusan menabung di bank syariah juga semakin menurun (Utamy, 2019). Pada penelitian Dewi (2021) menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Sedangkan penelitian Muzakir *et al*, (2022) menyatakan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.

Kecamatan Cilongok merupakan sebuah kecamatan yang berada di Kabupaten Banyumas. Peneliti tertarik melakukan penelitian di kecamatan Cilongok karena sesuai dengan fenomena yang terjadi bahwa mayoritas masyarakat kecamatan Cilongok beragama Islam, namun tidak menjamin bahwa masyarakat akan menggunakan bank syariah. Masyarakat kecamatan Cilongok juga masih termasuk dalam lingkup penelitian, dimana variabel-variabel pada penelitian ini masih memiliki keterkaitan dengan kecamatan tersebut. Tidak hanya itu, Kecamatan Cilongok juga memiliki potensi yang besar dalam menggali faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah. Salah satu alasan utama adalah jumlah keluarga yang cukup besar, sekitar 43.364 keluarga (BPS Kabupaten Banyumas, 2022), yang menunjukkan bahwa banyak keluarga yang berpotensi untuk menabung. Dengan banyaknya keluarga yang berpenghasilan tetap, Kecamatan Cilongok menjadi lokasi yang relevan untuk penelitian ini, khususnya dalam mengkaji perilaku menabung di bank syariah.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah diuraikan, variabel bagi hasil, *disposable income*, promosi dan pengetahuan memiliki pengaruh yang berbeda terhadap minat menabung, di mana beberapa variabel menunjukkan pengaruh yang signifikan, sementara yang lainnya tidak berpengaruh. Penelitian ini adalah pengembangan penelitian yang dilakukan oleh Hariati Ayu, F. P., & Rochmawati (2022) dengan

menambahkan variabel pengetahuan. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : “**Pengaruh Bagi Hasil, *Disposable Income*, Promosi dan Pengetahuan terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Cilongok)**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah?
2. Apakah *disposable income* berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah?
3. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah?
4. Apakah pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah?
5. Apakah bagi hasil, *disposable income*, promosi dan pengetahuan secara simultan berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh dari bagi hasil dalam minat menabung masyarakat kecamatan Cilongok di bank syariah.
2. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh dari *disposable income* dalam minat menabung masyarakat kecamatan Cilongok di bank syariah.
3. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh dari promosi dalam minat menabung masyarakat kecamatan Cilongok di bank syariah.

4. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh dari pengetahuan dalam minat menabung masyarakat kecamatan Cilongok di bank syariah.
5. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh secara simultan dari bagi hasil, *disposable income*, promosi dan pengetahuan dalam minat menabung masyarakat kecamatan Cilongok di bank syariah.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini adalah untuk memperoleh informasi pemahaman mengenai persepsi masyarakat terhadap minat dan kepercayaan pada Bank Syariah serta mampu memberi wawasan dan memperdalam pemahaman tentang produk perbankan syariah dan mampu mengembangkan pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan penelitian di masa mendatang.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis

Sebagai sarana untuk menambah wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah.

- b. Bagi Masyarakat

Sebagai sarana untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi masyarakat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah.