

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank adalah lembaga perantara keuangan atau bisa disebut *financial intermediary*. Artinya, lembaga bank adalah lembaga yang dalam aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang. Oleh karena itu, usaha bank akan selalu dikaitkan dengan masalah uang yang merupakan alat pelancar terjadinya perdagangan yang utama.¹

Sistem lembaga keuangan atau yang lebih khusus lagi disebut sebagai aturan yang menyangkut aspek keuangan dalam sistem mekanisme keuangan suatu negara, telah menjadi instrumen penting dalam memperlancar jalannya pembangunan suatu bangsa. Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama islam tentu saja menuntut adanya baku yang mengatur dalam kegiatan kehidupannya. Termasuk diantaranya kegiatan keuangan yang dijalankan oleh setiap umat. Hal ini berarti bahwa sistem baku termasuk dalam bidang ekonomi. Namun, di dalam perjalanan hidup umat manusia, kini telah terbelenggu dalam sistem perekonomian yang bersifat sekunder.

Di Indonesia terdapat dua jenis bank yaitu bank konvensional dan bank syariah. Sesuai UU 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*),

¹ Setia budhi wilardjo, *pengertian, peranan dan perkembangan bank syariah di indonesia*. Value added, vol. 2, no. 1, September 2004-Maret 2005. Hlm 1

kemaslahatan (masalah), universalisme (umum), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan objek yang haram.²

Upaya pengembangan bank syariah tidak cukup hanya berlandaskan kepada aspek-aspek legal dan peraturan perundang-undangan tetapi juga harus *berioorientasi* kepada pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa (konsumen) lembaga perbankan. Keberadaan bank (konvensional dan syariah) secara umum memiliki fungsi strategis sebagai lembaga intermediasi dan memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, namun karakteristik dari kedua tipe bank (konvensional dan syariah) dapat mempengaruhi perilaku calon nasabah membentuk preferensi mereka terhadap pemilihan antara kedua tipe bank bank tersebut.³

Perbankan syariah berkembang sejak ditetapkannya dasar-dasar hukum operasional tentang perbankan melalui UU No 7 tahun 1992, yang kemudian diubah dalam Undang-Undang No 10 tahun 1998. Undang-Undang ini merupakan bentuk penegasan dari Bank Indonesia sebagai otoritas moneter untuk menjamin kelegalan bank syariah, dan memberikan ruang gerak yang lebih luas bagi bank syariah.⁴

Banyaknya keunggulan yang dimiliki bank syariah karena tidak hanya berdasarkan pada syariah saja sehingga transaksi dan aktifitasnya menjadi halal, tapi sifatnya yang terbuka dan tidak mengkhususkan diri bagi nasabah

² Andrianto SE,M.ak, *manajemen bank syariah (implementasi teori dan praktek)*, hlm.24

³ Silvia miftakur rakhmah, sri wahyuni. *Pengaruh persepsi mahasiswa tentang bank syariah terhadap minat menabung di perbankan syariah*. Hlm, 3

⁴ Kurniati, *Analisis persepsi dan preferensi nasabah muslim dan nasabah non muslim terhadap keputusan memilih perbankan syariah di provinsi DIY*, jurnal ekonomi syariah indonesia volume 2,2 (2012). 251

muslim saja tetapi juga bagi nonmuslim. Hal ini membuktikan bahwa bank syariah membuka peluang yang sama terhadap semua nasabah dan tidak membedakan nasabah.⁵

Persepsi adalah suatu proses seorang individu memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran yang memiliki arti. Persepsi tidak hanya tergantung pada hal fisik tetapi juga berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu tersebut.⁶ Persepsi merupakan salah satu hal yang menyebabkan seseorang memiliki suatu minat.

Adanya persepsi yang positif terhadap bank syariah dari para masyarakat terutama mahasiswa perbankan syariah, membuat mereka tertarik dan memiliki minat untuk di bank syariah. Hal ini dikarenakan banyaknya manfaat yang dapat diperoleh dengan menjadi nasabah pada bank syariah. Dimana metode bagi hasil dan *profit* dan *falah* (mencari kemakmuran di dunia dan akhirat) *oriented*, sehingga menyebabkan individu memiliki keinginan/minat untuk menjadi nasabah.

Menurut Maxxwell konsumen akan memutuskan produk yang akan dibeli berdasarkan persepsi mereka terhadap produk tersebut berkaitan dengan kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhannya. Semakin tinggi atau semakin bagus persepsi konsumen terhadap nilai suatu produk, maka minat membeli terhadap suatu produk tersebut juga semakin tinggi begitu halnya pada masyarakat yang memiliki persepsi pada suatu

⁵ Silvia miftakur rakhmah, sri wahyuni. *Pengaruh persepsi mahasiswa tentang bank syariah terhadap minat menabung di perbankan syariah*. Hlm, 3

⁶ Abu ahmadi, *Psikologi Umum* (Jakarta:PT Rineka Cipta,2003), hlm. 175.

lembaga keuangan seperti bank syariah, mereka akan mencari segala informasi yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan, serta keuntungan menjadi nasabah di bank syariah tersebut.

Segala informasi yang diperoleh dan memiliki segi positif akan menyebabkan masyarakat memiliki keinginan untuk menjadi nasabah tetap dan rutin dalam melakukan penyimpanan uang (menabung). Adanya suatu persepsi yang positif pada suatu lembaga keuangan seperti bank syariah, seseorang terutama mahasiswa akan memiliki minat untuk menjadi nasabah pada bank syariah. Hal ini dikarenakan adanya persepsi yang positif yang dimiliki oleh mahasiswa, maka memiliki keinginan menabung dan menjadi nasabah pada bank syariah.⁷

Motivasi dapat didefinisikan pula sebagai kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi ke arah tujuan-tujuan yang hendak dicapainya, yang dikondisikan oleh kemampuan upaya untuk memenuhi suatu kebutuhan individual. Sementara motivasi umum bersangkutan dengan upaya ke arah setiap tujuan, kami menyempitkan fokus ke tujuan individual agar mencerminkan minat tunggal dan perilaku yang berkaitan dengan hal tersebut. Berdasarkan definisi tersebut, maka terdapat unsur-unsur kunci yaitu upaya, tujuan, dan kebutuhan.

Unsur upaya merupakan unsur intensitas. Bila seseorang termotivasi, maka ia akan mengantar kepada hasil yang menguntungkan kecuali bila bila upaya tersebut disalurkan dalam suatu arah yang bermanfaat bagi individu

⁷ Silvia miftakur rakhmah, sri wahyuni. *Pengaruh persepsi mahasiswa tentang bank syariah terhadap minat menabung di perbankan syariah*. Hlm, 9-11

tersebut. Oleh karena itu, kita harus mempertimbangkan kualitas dan upaya tersebut maupun intensitasnya. Upaya yang diarahkan pada suatu tujuan tertentu yang diharapkan dan konsisten dengan tujuan tersebut adalah macam upaya yang harus dilakukan. Akhirnya kita perlakukan motivasi sebagai proses pemenuhan kebutuhan.

Suatu kebutuhan dapat diartikan sebagai suatu keadaan yang menyebabkan hasil-hasil tertentu tampak menarik. Suatu kebutuhan yang tak terpuaskan menciptakan tegangan yang merangsang dorongan yang ada dalam diri individu yang bersangkutan. Dorongan ini menimbulkan suatu perilaku pencarian untuk menemukan tujuan tertentu yang apabila dicapai akan memenuhi kebutuhan itu dan mendorong ke arah pengurangan tegangan. Apabila kita menerima motivasi sebagai suatu pengaruh terhadap tingkah laku manusia yaitu pemenuhan dan kebutuhan dasar, maka kita akan berusaha mengetahui apakah yang menjadi kebutuhan dasar ini.⁸

Minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat itu sendiri dengan disertai perasaan senang. Pada dasarnya jika seseorang tersebut mempunyai minat pada sesuatu, maka ia akan dapat menerima dengan baik dan bersikap positif dengan suatu objek atau lingkungan yang menjadi objek minatnya.⁹

⁸ Dr. Nugroho J. Setiadi, S.E., M.M. *perilaku konsumen perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen edisi ketiga*, Kencana. 2003 hlm 26

⁹ Romdhoni, A, dan Sari, D. *Pengaruh pengetahuan, kualitas pelayanan, produk, dan religiusitas terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk simpanan pada lembaga keuangan mikro syariah*, Jurnal ilmiah ekonomi islam, 4(02), 2018, hlm.141

Dengan adanya perubahan era globalisasi, bank syariah tidak hanya dikenal dikalangan masyarakat yang berprofesi, tetapi juga dikalangan mahasiswa. Pihak bank syariah dapat memperkenalkan sistem perbankan syariah dengan cara terjun langsung ke lingkungan perkuliahan. Dimana mahasiswa merupakan sarana yang tepat bagi perbankan syariah untuk memperbesar pertumbuhan tabungan. Tabungan sangat dibutuhkan dalam kalangan mahasiswa seperti untuk menyimpan uang bulanan atau uang uang kiriman dari orang tua bagi mahasiswa yang merantau. Salah satunya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura, mengingat mereka juga banyak mempelajari bidang agama sehingga memberikan pengetahuan yang lebih mendalam dalam hal riba.

IAIN Madura adalah salah Perguruan Tinggi yang terdapat di Kabupaten Pamekasan, yang dikenal ke islamiannya. Dengan berbagai jurusan yang ada di Perguruan Tinggi tersebut, seperti Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang merupakan mahasiswa yang berpendidikan aktif dalam lembaga pendidikan Islam, tentunya mereka pasti pernah mendengar tentang perbankan syariah atau bahkan pernah menggunakan jasa lembaga keuangan syariah khususnya bank syariah untuk kepentingan pribadi, karena hal ini mempermudah mereka melakukan transaksi ataupun untuk menjaga amannya keuangan seperti tabungan. Dengan adanya perkembangan bank syariah yang sangat pesat, mahasiswa mampu menjalankan diri dalam prinsip-prinsip syariah yang diterapkan dalam kampus IAIN Madura. Ketidak tahuan mahasiswa terhadap Bank Syariah karena pertama mahasiswa sebelum

menjadi mahasiswa pasti lebih mengenal bank konvensional ketimbang dengan bank syariah hal itu menjadikan saya untuk mengajak mahasiswa lain agar menjadi nasabah bank syariah.

Motivasi tentang perbankan syariah dapat diperoleh oleh mahasiswa melalui jalur seperti dalam bentuk seminar bahkan mata kuliah tentang perbankan syariah ataupun lembaga keuangan syariah. Selain itu, motivasi tentang perbankan syariah juga dapat diperoleh dalam bentuk interaksi dengan teman sebaya, masyarakat, dan media seperti TV atau buku-buku tentang perbankan syariah. Adanya persepsi dan motivasi yang dimiliki, maka dapat menimbulkan minat mahasiswa untuk menjadi nasabah di bank syariah.

Dari latar belakang masalah di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Madura Angkatan 2018-2019)”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi secara parsial mempengaruhi minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura menjadi nasabah di bank syariah ?
2. Apakah motivasi secara parsial mempengaruhi minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura menjadi nasabah di bank syariah?

3. Apakah persepsi dan motivasi secara simultan mempengaruhi minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura menjadi nasabah di bank syariah?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah persepsi mempengaruhi minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura menjadi nasabah di bank syariah?
2. Untuk mengetahui apakah motivasi mempengaruhi minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura menjadi nasabah di bank syariah?
3. Untuk mengetahui apakah persepsi dan motivasi mempengaruhi minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura menjadi nasabah di bank syariah?

D. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti. Fungsi anggapan dasar dalam penelitian adalah sebagai landasan berpikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian, untuk mempertegas

variabel yang diteliti, serta untuk menentukan dan merumuskan hipotesis.¹⁰

Adapun fungsi asumsi dalam penelitian ini adalah:

1. Sebagai landasan berfikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian,
2. Untuk mempertegas variabel yang diteliti.
3. Untuk menentukan dan merumuskan hipotesis.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih harus di uji secara empiria. Hipotesis merupakan jawaban terhadap masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin dan yang paling tinggi tingkat kebenarannya.¹¹

Adapun hipotesis dalam penilaian ini adalah sebagai berikut:

1. H₁: Persepsi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah Bank Syariah.
2. H₂: Motivasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah Bank Syariah.
3. H₃: Persepsi dan motivasi secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah Bank Syariah.

F. Kegunaan Penelitian

¹⁰ Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Pamekasan: STAIN Pamekasan, 2015), hlm.10

¹¹ Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Pamekasan: STAIN Pamekasan, 2015), hlm.11

1. Bagi Penulis

Menjadi salah satu langkah dalam mengembangkan, menerapkan, dan melatih berpikir secara ilmiah sehingga dapat memperluas wawasan ilmu pengetahuan utamanya mengenai topik yang menjadi bahasan penelitian serta sebagai media untuk menyelesaikan tugas akhir penelitian.

2. Bagi IAIN Madura

Dapat dijadikan bahan bacaan, referensi dan bahan acuan bagi teman-teman mahasiswa utamanya di perpustakaan IAIN Madura.

G. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup variabel yang diteliti adalah variabel persepsi (X_1), Motivasi (X_2) dan Minat (Y). Agar variabel di atas memiliki batasan terhadap materi yang akan diteliti, maka indikator-indikator dari variabel tersebut adalah sebagai berikut:

1. Indikator Persepsi (X_1)¹²
 - a. Perhatian
 - b. Penyatuan
 - c. Strategi
 - d. Pendekatan
 - e. penyampaian
2. Indikator Motivasi (X_2)¹³

¹² Nugroho J. Setiadi, “*Perilaku Konsumen: Persepektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*”, (Jakarta: Kencana,2003) hlm, 98-102

- a. Tujuan
 - b. Mengenai Kepentingan
 - c. Komunikasi Efektif
 - d. Integrasi Tujuan
 - e. Fasilitas
3. Indikator Minat (Y)¹⁴
 - a. Pengenalan Masalah
 - b. Pencarian Informasi
 - c. Evaluasi Alternatif

H. Definisi Istilah

1. Persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi.¹⁵
2. Motivasi merupakan kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi kearah tujuan-tujuan yang hendak dicapainya, yang dikondisikan oleh kemampuan upaya untuk memenuhi suatu kebutuhan individual.¹⁶
3. Minat merupakan kecendrungan dan keinginan yang besar terhadap sesuatu yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan.¹⁷

I. Kajian Penelitian Terdahulu

¹³ *Ibid*, hlm, 28

¹⁴ Nugroho J. Setiadi, “*Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*”, (Jakarta:Kencana, 2003) hlm, 15-16

¹⁵ Rini Dwiastuti, *Ilmu Perilaku Konsumen*, (Malang: UB Press, 2012) hlm, 38

¹⁶ Kevin Yonathan Harry Miauw “Motivasi Konsumen Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Wild”, *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1 (Desember, 2016) hlm,573

¹⁷ Silvia Miftakhur Rakhman, *Pengaruh Persepsi Mahasiswa tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Perbankan (Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2011 dan 2012 FKIP Universitas Jember* ”, (Skripsi, Universitas Jember), hlm, 7

Pada penelitian yang dilakukan oleh Silvia Miftakhur Rakhmah, diperoleh hasil berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh persepsi mahasiswa tentang Bank Syariah terhadap minat menabung di Perbankan Syariah dapat disimpulkan bahwa apa pengaruh yang signifikan persepsi mahasiswa tentang Bank Syariah terhadap minat menabung di perbankan Syariah pada mahasiswa pendidikan Ekonomi angkatan 2011 dan 2012 FKIP Universitas Jember. Dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda R-square sebesar 77,7%.¹⁸

Pada penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Zuhriyan, Nurlinda, dan jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah” dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan 62,1% menunjukkan bahwa Pengaruh persepsi searah dengan keputusan memilih bank syariah¹⁹.

Pada penelitian yang dilakukan oleh wiwin Khasanah, dengan judul Pengaruh persepsi mahasiswa UIN Sunan Kalijaga tentang perbankan syariah terhadap minat menabung di bank syariah mandiri (studi pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam) . Dapat disimpulkan bahwa Persepsi dapat berpengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

¹⁸ Silvia Miftakhur Rakhman, *Pengaruh Persepsi Mahasiswa tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Perbankan (Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2011 dan 2012 FKIP Universitas Jember*”, (Skripsi, Universitas Jember), hlm, 7

¹⁹ Abdul Haris Romadhoni, Dita Ratnasari, “*Pengaruh Pengetahuan, kualitas pelayanan, produk dan Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah*” (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Juli 2018), hlm.143

Dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda R-square sebesar 63,9%.²⁰

Dalam penelitian-penelitian di atas mempunyai beberapa perbedaan dengan penelitian ini, antara lain:

- a. Dalam penentuan variabel-variabel independen yang digunakan berbeda dengan penelitian ini. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari persepsi dan motivasi.
- b. Tempat penelitian dalam penelitian ini berbeda dengan tempat pada penelitian sebelumnya. Tempat penelitian dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Madura.

²⁰ Wiwin Khasanah, “*Pengaruh Persepsi Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Mandiri (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam)*”, Skripsi UIN Sunan Kalijaga, hlm.10-11.