

# BAB I

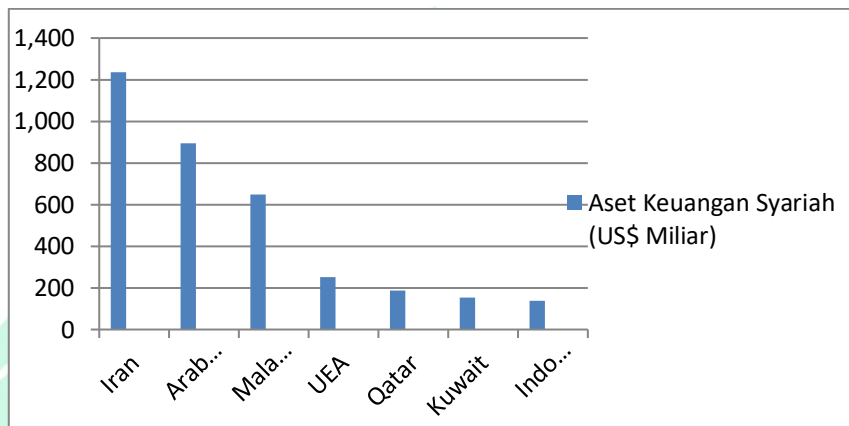
## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Saat ini, perkembangan sektor lembaga keuangan syariah sangat dipengaruhi oleh peran ekonomi syariah dalam perekonomian global, ekonomi syariah merupakan sistem ekonomi yang menerapkan prinsip-prinsip syariah dengan tujuan untuk menciptakan kemaslahatan dalam perekonomian. Lembaga keuangan syariah (LKS) memiliki tiga sektor utama yang mencakup sektor pasar modal syariah, perbankan syariah, dan industri keuangan non-bank (IKNB) syariah merupakan bagian integral dari ekonomi syariah yang sedang berkembang (Sunaryo & Kasri, 2022). Perkembangan keuangan syariah Internasional pada tahun 2020 menyatakan bahwa industri keuangan syariah tumbuh sebesar 10,6% dibandingkan tahun 2019 dan diproyeksikan pada tahun 2021-2022 industri keuangan syariah akan terus tumbuh sebesar 10%-12%, dengan total nilai pasar \$2,2 triliun, market pasar industri keuangan Islam global cukup besar dapat memenuhi kebutuhan keuangan sekitar seperempat populasi dunia, kemudian menurut data dari *State of the Global Islamic Economy Report* (Dinar Standard, 2022) pengeluaran masyarakat muslim dunia pada tahun 2021 menghabiskan US\$2 triliun, mencakup sektor, farmasi, makanan kosmetik, fesyen, perjalanan, dan sektor rekreasi, dari pengeluaran atau belanja masyarakat islam hal tersebut tentunya memberi dampak positif terhadap industri keuangan syariah, dengan aset keuangan syariah dunia diperkirakan tumbuh sebesar US\$3,6 triliun pada tahun 2021, mengalami peningkatan sebesar 7,8% dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang mencapai US\$3,4 triliun, menurut data yang disajikan dalam *Islamic Finance Outlook 2022* (S&P Global, 2022).

Pada tahun 2022, berdasarkan data yang disajikan oleh Perusahaan Islam untuk pengembangan sektor swasta (*Islamic Corporation for the Development of the Private Sector (ICD)*), menyatakan bahwa total nilai aset keuangan syariah secara global mencapai US\$4 triliun, mengalami

peningkatan sebesar 17% dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang mencapai 14%. Pada tahun 2021, nilai total aset keuangan syariah di Indonesia sebesar US\$139 miliar, yang masih berada di bawah Iran, Arab Saudi dan Malaysia, aset keuangan syariah yang dimiliki Malaysia sebesar US\$ 650 miliar pada tahun 2021, untuk informasi yang lebih rinci, silakan lihat dalam diagram di bawah ini.



**Gambar 1.1 Total Nilai Aset Keuangan Syariah Secara Global**

*Sumber : (ICD, 2022)*

Indonesia menempati peringkat ketiga dalam industri maju keuangan syariah berdasarkan indikator pengembangan keuangan Islam (IFDI) yang meliputi Financial Performance, Governance, Sustainability, Knowledge, dan Awareness masih dibawah Malaysia yang menempati peringkat pertama, data tersebut dapat merujuk ke tabel di bawah ini:

**Tabel 1.1 Indikator Pengembangan Keuangan Islam (IFDI)**

Negara	Peringkat	Skor IFDI 2022	Financial Performance	Governance	Sustainability	Knowledge	Awareness
Malaysia	1	113	98	94	117	147	172
Arab Saudi	2	74	65	49	89	75	143
Indonesia	3	61	31	65	30	195	56

*Sumber : (ICD, 2022)*

Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebuah lembaga pemerintah yang menjalankan tugas dan wewenangnya di dunia finansial, pada bulan Juni 2021, market share pada industri keuangan syariah yang sedang berkembang di Indonesia mencapai 10,00%, dan mengalami peningkatan yang signifikan hingga mencapai 10,19% pada bulan September 2021. Terdapat tiga sektor yang berkontribusi terhadap industri keuangan syariah di Indonesia saat ini diantaranya perbankan syariah dengan pangsa pasar sebesar 6,52%, industri keuangan non-bank (IKNB) dengan pangsa pasar 4,26%, dan pasar modal syariah dengan pangsa pasar sebesar 17,88% per September 2021. Peningkatan ini menunjukkan adanya pertumbuhan positif dalam industri keuangan syariah di Indonesia, meskipun masih ada potensi untuk lebih mengembangkan pangsa pasar ini agar sejalan dengan potensi besar dari jumlah penduduk Muslim yang besar di negara ini. Kinerja industri perbankan syariah di Indonesia mengalami perbaikan yang positif, termasuk pertumbuhan aset yang signifikan, hal itu didukung dengan adanya peningkatan dana pihak ketiga (DPK) dan penyaluran dana yang disalurkan (PYD) (OJK, 2021a).

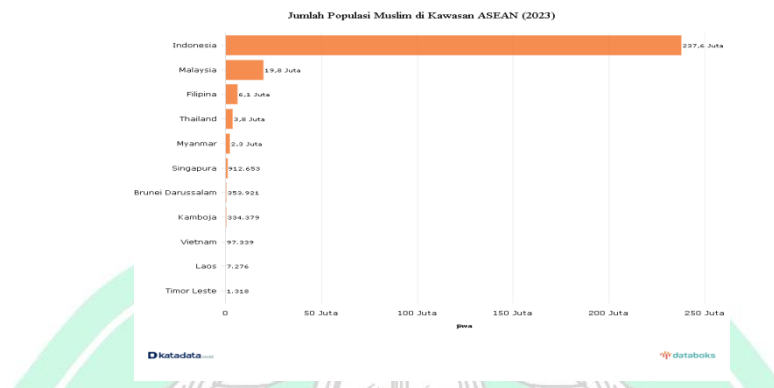
Jika kita melihat aset perbankan konvensional pada februari 2023 mencapai 10.947.533 miliar, dana pihak ketiga mencapai 7.988.710 miliar dan dana yang disalurkan kepada nasabah atau pihak ketiga mencapai 6.375.320 miliar (Otoritas Jasa Keuangan, 2023a), sedangkan aset perbankan syariah pada februari 2023 mencapai 525 393 miliar, dana pihak ketiga mencapai 611 047 miliar dan dana yang disalurkan atau pembiayaan bagi hasil mencapai 126 212 miliar, dari data yang ada dapat diketahui bahwasanya masyarakat Indonesia lebih banyak menggunakan produk dan jasa dari perbankan konvensional atau dapat dikatakan jumlah nasabah bank konvensional lebih banyak daripada nasabah perbankan syariah (Otoritas Jasa Keuangan, 2023b).

Pada tahun 2021, *market share* perbankan syariah mengalami peningkatan sebesar 5,96% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Hingga September 2021, pangsa pasar perbankan syariah mencapai 6,18% atau memiliki total aset sebesar Rp 545,39 triliun dari total aset perbankan nasional sebesar Rp 8.830,89 triliun (termasuk perbankan konvensional dan syariah), menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pangsa pasar industri keuangan syariah secara keseluruhan di Indonesia per September 2021 mencapai 10,19%, dengan total dana pihak ketiga (DPK) sebesar 503,83 triliun dan jumlah rekening sebanyak 40,46 juta, yang mencakup deposito sebesar 52,19%, tabungan sebesar 33,93%, dan giro sebesar 13,88%. Tetapi, angka-angka ini masih cukup kecil jika dibandingkan dengan pangsa pasar industri keuangan konvensional. Industri keuangan syariah masih kalah dominan atau tidak sekuat industri keuangan konvensional dalam pangsa pasar keuangan di Indonesia. Salah satu penyebab utama rendahnya pangsa pasar industri keuangan syariah di Indonesia adalah tingkat literasi keuangan masyarakat yang kurang (rendah) dalam hal produk dan layanan keuangan syariah (Otoritas Jasa Keuangan, 2021).

Definisi literasi keuangan menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), literasi keuangan merujuk pada serangkaian aktivitas yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, kepercayaan, dan keterampilan masyarakat dalam pengelolaan keuangan yang berkelanjutan, tepat, dan cerdas. Tahun 2022 menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia mencapai 49,68%, sementara indeks literasi keuangan syariah hanya mencapai 9,14%. Meskipun indeks literasi keuangan syariah masih rendah, sektor perbankan syariah memiliki potensi dan peluang yang signifikan karena mayoritas penduduk Indonesia adalah Muslim. Meskipun tingkat literasi keuangan syariah masih perlu ditingkatkan, sektor perbankan syariah tetap memiliki peluang besar. Ini mengindikasikan adanya potensi untuk pertumbuhan dan peningkatan kesadaran masyarakat terhadap produk dan layanan keuangan syariah di



Indonesia. Penting untuk berupaya meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap literasi keuangan syariah agar mereka dapat lebih baik memahami dan memanfaatkan produk keuangan syariah (OJK, 2022a).



**Gambar 1.2 Pertumbuhan Sektor Perbankan Syariah**

Data yang disajikan menunjukkan bahwa potensi pertumbuhan sektor perbankan syariah di Indonesia cukup besar, terutama dengan mayoritas penduduk yang memeluk agama Islam. Tingkat literasi keuangan syariah yang rendah di antara masyarakat Indonesia berdampak pada penggunaan produk dan layanan perbankan syariah, sehingga pangsa pasar industri keuangan syariah, terutama perbankan syariah, tetap lebih kecil daripada perbankan konvensional. Meskipun mayoritas penduduk Indonesia adalah Muslim dan Indonesia memiliki populasi Muslim terbesar di dunia, tingkat partisipasi dalam perbankan syariah masih belum optimal. Sebagian besar masyarakat Indonesia masih lebih memilih produk dan layanan perbankan konvensional yang melibatkan riba. Tingkat literasi keuangan syariah yang rendah merupakan faktor utama yang mempengaruhi rendahnya penggunaan produk perbankan syariah. Peningkatan literasi keuangan syariah diharapkan tidak hanya meningkatkan pengetahuan masyarakat, tetapi juga mengubah perilaku dan kebiasaan mereka dalam mengelola keuangan dengan lebih baik. Hal ini dapat membantu masyarakat memahami dan memanfaatkan produk keuangan syariah dengan lebih baik, serta menghindari investasi yang

tidak sesuai dengan prinsip-prinsip keuangan syariah. Dengan demikian, literasi keuangan syariah dapat berperan penting dalam mendukung pertumbuhan industri keuangan syariah di Indonesia (Gunawan et al., 2022).

Pengembangan literasi keuangan syariah adalah upaya strategis pemerintah untuk mendukung Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam mencapai rencana nasional. Tujuan dari pengembangan literasi keuangan syariah adalah untuk memperluas dan meningkatkan pengetahuan, pemahaman, dan partisipasi masyarakat dalam penggunaan produk dan layanan jasa keuangan syariah. Selain itu, pengembangan pengetahuan dan pemahaman literasi keuangan syariah diharapkan dapat mengubah perilaku masyarakat di Indonesia dalam mengelola keuangan dengan lebih baik dan bijak. Masyarakat diharapkan dapat memilih investasi yang halal dan menguntungkan, serta menghindari investasi yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip keuangan syariah. Ini akan membuat masyarakat Indonesia menjadi konsumen yang cerdas dalam menggunakan produk dalam industri keuangan. Melalui gerakan literasi keuangan syariah yang telah diperkenalkan oleh pemerintah, khususnya OJK, diharapkan masyarakat akan mendapatkan pemahaman lebih baik tentang lembaga keuangan syariah dan produk serta layanan keuangan syariah. Mereka juga akan lebih memahami manfaat, fungsi, risiko, serta hak dan kewajiban yang terkait dengan produk dan layanan keuangan syariah. Upaya ini akan membantu menciptakan masyarakat yang lebih teredukasi dan cerdas dalam mengelola keuangan mereka (Ernayani, 2023).

Literasi keuangan memiliki hubungan positif dengan inklusi keuangan, yang menggambarkan akses masyarakat terhadap layanan keuangan formal yang berkualitas. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan, semakin tinggi juga tingkat inklusi keuangan yang dimanfaatkan oleh masyarakat. Inklusi keuangan adalah upaya untuk memastikan bahwa setiap anggota masyarakat memiliki akses ke berbagai layanan keuangan yang relevan, terjangkau, dan aman, dengan tujuan

untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Survei Nasional Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan tahun 2021 menunjukkan bahwa terdapat hubungan erat antara literasi keuangan dan inklusi keuangan dalam penggunaan produk dan layanan jasa keuangan. Semakin tinggi literasi keuangan seseorang, semakin tinggi juga tingkat pemanfaatan produk dan layanan jasa keuangan. Namun, data menunjukkan bahwa hubungan antara literasi keuangan syariah dan inklusi keuangan syariah cenderung lebih lemah dibandingkan dengan hubungan yang sama dalam konteks keuangan konvensional. Rata-rata indeks inklusi keuangan syariah (12,12%) lebih tinggi daripada indeks literasi keuangan syariah (9,14), yang mungkin menunjukkan bahwa sebagian masyarakat menggunakan produk dan layanan jasa keuangan syariah tanpa memiliki pengetahuan yang memadai tentang layanan tersebut. Ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan syariah adalah hal yang sangat penting untuk mendukung pertumbuhan dan pengembangan industri keuangan syariah (OJK, 2021b).

Hasil dari Survei Nasional Literasi Keuangan (SNLIK) 2022 menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia mencapai 49,68 persen, mengalami peningkatan dari tahun 2019 yang sebesar 38,03 persen. Sementara itu, indeks inklusi keuangan pada tahun 2019 mencapai 85,10 persen, yang meningkat dari periode survei sebelumnya pada tahun 2019 sebesar 76,19 persen. Hal ini menunjukkan bahwa telah terjadi kesenjangan antara tingkat literasi dan tingkat inklusi keuangan semakin menurun, dari 38,16 persen pada tahun 2019 menjadi 35,42 persen pada tahun 2022. Dalam konteks literasi dan inklusi keuangan syariah, indeks literasi masyarakat terhadap keuangan syariah di Indonesia mengalami peningkatan dari 8,93 persen pada tahun 2019 menjadi 9,14 persen pada tahun 2022. Demikian pula, tingkat inklusi keuangan syariah meningkat menjadi 12,12 persen pada tahun 2022, dibandingkan dengan 9,10 persen pada survei tahun 2019. Namun, berdasarkan data ini, dapat dilihat bahwa dari total inklusi keuangan

sebesar 85,10 persen, hanya 12,12 persen yang merupakan inklusi keuangan syariah. Ini berarti bahwa sebagian besar inklusi keuangan masih didominasi oleh keuangan konvensional, dengan 72,98 persen masyarakat yang menggunakan layanan dan produk keuangan konvensional. Ini menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk pertumbuhan dan peningkatan kesadaran terkait produk dan layanan keuangan syariah di Indonesia (OJK, 2022b).

Faktor lain yang berkontribusi terhadap tertinggalnya pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia adalah "Islamic Branding." Islamic branding merupakan identitas yang digunakan pada produk perbankan syariah untuk mencerminkan dan menggambarkan nilai-nilai Islam. Hal ini melibatkan strategi pemasaran yang menggunakan label syariah, identitas Islam, dan menunjukkan bahwa operasional dan produk perbankan tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Pentingnya Islamic branding adalah untuk mendekatkan lembaga keuangan syariah kepada masyarakat, terutama kepada konsumen Muslim, dengan memastikan bahwa produk dan layanan yang mereka tawarkan adalah halal dan sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini memungkinkan umat Muslim untuk membuat pilihan yang lebih selektif dalam penggunaan produk keuangan, dengan memastikan bahwa produk tersebut memenuhi prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang kuat dengan menggunakan Islamic branding menjadi penting dalam meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap produk dan layanan perbankan syariah di Indonesia. Hal ini juga dapat membantu meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah dengan memberikan keyakinan kepada konsumen tentang kehalalan dan kesesuaian produk tersebut dengan nilai-nilai Islam. Ada beberapa hal yang menghambat pemasaran Islamic branding pada pendanaan perbankan syariah diantaranya kurangnya SDM yang mumpuni dalam memasarkan Islamic branding pada internal perbankan syariah, banyak nasabah lebih memilih produk perbankan konvensional karena keuntungannya lebih besar daripada



menggunakan produk dari perbankan syariah dan yang terakhir kurang menjamurnya sarana prasarana perbankan syariah didaerah pelosok karena menurut nasabah sulit untuk mencari ATM atau kantor bank syariah terdekat, Ada beberapa faktor yang dapat menghambat pemasaran Islamic branding pada pendanaan perbankan syariah. Kurangnya SDM yang mumpuni merupakan salah satu faktor utama yaitu kurangnya sumber daya manusia (SDM) yang kompeten dalam memasarkan Islamic branding pada internal perbankan syariah. Dibutuhkan tenaga kerja yang memiliki pemahaman yang baik tentang prinsip-prinsip syariah, serta kemampuan untuk mengkomunikasikan nilai-nilai Islam dalam pemasaran. Pelatihan dan pengembangan SDM dalam hal ini sangat penting. Keuntungan lebih besar di perbankan konvensional, banyak nasabah lebih memilih produk perbankan konvensional karena mereka percaya bahwa keuntungan yang mereka dapatkan lebih besar daripada menggunakan produk dari perbankan syariah. Penting bagi perbankan syariah untuk meningkatkan pemahaman nasabah tentang keuntungan dan manfaat yang dapat diperoleh melalui produk dan layanan syariah. Keterbatasan sarana prasarana di beberapa daerah pelosok, sarana dan prasarana perbankan syariah mungkin terbatas. Nasabah mungkin menghadapi kesulitan dalam menemukan ATM atau kantor bank syariah terdekat. Ini dapat menghambat aksesibilitas dan kenyamanan dalam bertransaksi dengan perbankan syariah. Perbankan syariah perlu mempertimbangkan untuk memperluas jaringan kantor cabang dan ATM di daerah-daerah ini. Untuk mengatasi hambatan-hambatan ini, perbankan syariah perlu berinvestasi dalam pelatihan SDM, meningkatkan pemahaman nasabah tentang manfaat produk syariah, dan memperluas jaringan sarana prasarana mereka. Dengan upaya yang tepat, perbankan syariah dapat memperkuat pemasaran Islamic branding mereka dan meningkatkan pangsa pasar mereka di masyarakat (Jaya, 2020).

Sikap religiusitas memainkan peran penting dalam keputusan konsumen, terutama ketika memilih produk dan layanan keuangan.

Konsumen yang memiliki sikap religius yang kuat akan cenderung lebih memilih produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti perbankan syariah. Religiusitas mencerminkan hubungan seseorang dengan Allah SWT, serta ketaatan terhadap perintah-Nya dan menjauhi segala yang dilarang-Nya. Masyarakat Muslim yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi akan cenderung memilih untuk tidak menggunakan produk atau layanan yang dianggap haram atau tidak sesuai dengan ajaran Islam. Mereka juga mungkin lebih peduli terhadap aspek keadilan sosial dan etika dalam keuangan. Oleh karena itu, perbankan syariah, yang berfokus pada prinsip-prinsip keuangan syariah yang sesuai dengan hukum Islam, menjadi pilihan alami bagi konsumen yang religius. Penting bagi perbankan syariah untuk memahami dan mempromosikan nilai-nilai agama dalam pemasaran mereka, serta untuk memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa produk dan layanan mereka mematuhi prinsip-prinsip syariah. Dengan cara ini, perbankan syariah dapat menarik konsumen yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi dan memperluas pangsa pasar mereka di kalangan masyarakat yang peduli akan aspek moral dan etika dalam keuangan (Pamungkas et al., 2021), hasil penelitian yang dilakukan oleh (Putra & Hermanto, 2022) menyimpulkan bahwa faktor agama tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan bank Islam. Faktor-faktor lain seperti layanan yang cepat dan efisien, biaya dan manfaat, reputasi dan citra bank, serta kerahasiaan, lebih memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank Islam. Ini menunjukkan bahwa keputusan nasabah dalam memilih lembaga keuangan lebih dipengaruhi oleh pertimbangan praktis dan manfaat ekonomi daripada faktor agama. Penelitian ini menunjukkan bahwa perbankan Islam perlu lebih fokus pada peningkatan layanan, efisiensi, biaya, reputasi, dan privasi pelanggan untuk menarik dan mempertahankan nasabah, selain hanya mengandalkan faktor agama sebagai alasan utama. Dengan demikian, perbankan Islam dapat lebih kompetitif dan menarik bagi masyarakat yang memiliki beragam

pertimbangan dalam pemilihan lembaga keuangan mereka, Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rusdianto & Ibrahim, 2017) menyimpulkan bahwa faktor agama dan keberadaan produk perbankan yang bebas riba memengaruhi sikap nasabah dalam memilih bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa faktor agama tetap memiliki pengaruh signifikan dalam keputusan nasabah untuk memilih bank syariah. Selain itu, pengetahuan nasabah tentang perbedaan antara produk perbankan syariah dan perbankan konvensional, terutama dalam hal ketiadaan riba, juga memengaruhi sikap mereka. Meskipun demikian, penelitian juga mencatat bahwa sebagian besar konsumen perbankan syariah mungkin tidak memiliki pemahaman mendalam tentang perbedaan materi antara produk perbankan syariah dan perbankan konvensional selain pemahaman umum bahwa perbankan syariah tidak mengandung riba, sementara perbankan konvensional mengandung riba yang diharamkan dalam agama. Ini menunjukkan pentingnya pendidikan dan penyuluhan kepada nasabah untuk memahami manfaat dan perbedaan produk perbankan syariah dengan lebih baik, selain dari aspek keagamaan. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang produk perbankan syariah, nasabah mungkin akan lebih cenderung memilih bank syariah dan menghargai keunggulan yang ditawarkan oleh produk-produk tersebut. Ini menekankan pentingnya upaya pendidikan dan komunikasi yang efektif dalam industri perbankan syariah (Ernayani, 2023).

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon adalah salah satu perguruan tinggi negeri bergengsi yang ada di Kota Cirebon, kampus ini juga selalu memegang komitmen yang berorientasi pada ilmu, keislaman, dan akhlak karimah dalam berbagai pelaksanaan pengajaran, penelitian, dan pengabdian masyarakat. Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon hidup dalam lingkungan yang islami, terdapat asrama dilingkungan kampus yang digunakan untuk kegiatan belajar ilmu keagamaan dan keislamaan bagi mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon, kemudian program kurikulum yang telah disusun sedemikian rupa untuk



menunjang kegiatan belajar mahasiswa dalam melajari ilmu umum dan ilmu keislamaan seperti adanya program bahasa arab, bahasa inggris dan mata kuliah keuangan yang berbasis syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) (Cirebon, 2023)

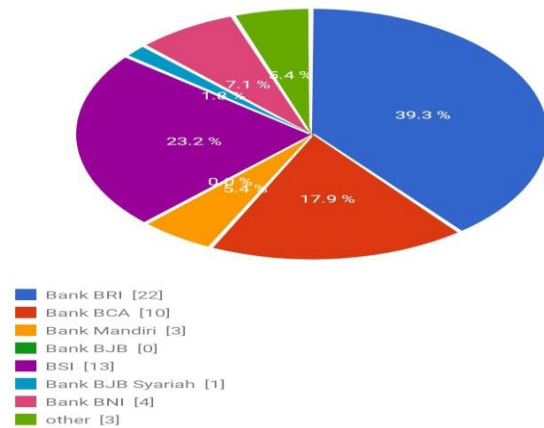
Sebagai salah satu komponen masyarakat, mahasiswa adalah pangsa pasar yang layak untuk dijadikan pertimbangan bagi bank syariah untuk menambah jumlah nasabah dan pengguna produk serta layanan yang tersedia di bank syariah, hal itu dikarenakan mahasiswa merupakan peserta didik dari perguruan tinggi yang mendapatkan banyak ilmu dari proses pembelajaran dan pelatihan yang diadakan di kampus maupun diluar kampus, pembelajaran di perguruan tinggi sangat berperan penting dalam proses pembentukan pengetahuan dan pemahaman literasi keuangan syariah pada mahasiswa. Dengan ilmu yang dimiliki seorang mahasiswa seharusnya mahasiswa memiliki kesadaran untuk mau menggunakan produk pada bank syariah, karena dengan adanya kesadaran dari mahasiswa untuk menggunakan produk bank syariah mahasiswa dapat menjadi contoh bagi lingkungan sekitarnya, seperti keluarga, teman dan dapat mendorong masyarakat sekitar untuk beralih menggunakan produk perbankan syariah, tentunya hal tersebut dapat meningkatkan pangsa pasar perbankan syariah dan mendorong perekonomian Indonesia menjadi perekonomian yang berpusat pada industri halal global (Lestari, 2019).

Banyak mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang menggunakan produk perbankan konvensional hal itu dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya faktor kemudahan mengakses layanan perbankan konvensional, cabangnya dekat dengan rumah, biaya admin murah, pelayanan yang cepat dan faktor keluarga yang menggunakan perbankan yang sama. Maka dari itu akar permasalahannya adalah sudah begitu melekatnya bank konvensional di masyarakat termasuk di kalangan mahasiswa, sehingga masih banyak masyarakat yang masih menggunakan produk bank konvensional, ketika satu keluarga menggunakan jasa perbankan konvensional maka akan mempengaruhi keputusan orang lain



untuk menggunakan produk perbankan konvensional. Hal ini disebabkan oleh belum meratanya perbankan syariah di seluruh daerah di Indonesia dan kurangnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat Indonesia tentang bank syariah serta produk turunannya, mayoritas mahasiswa yang menggunakan produk perbankan konvensional mereka merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Syekh Nurjati Cirebon, secara literatur maupun secara pendidikan mereka telah mempelajari tentang ekonomi Islam dan perbankan syariah akan tetapi pada realitanya banyak mahasiswa FEBI yang menggunakan produk perbankan konvensional dengan berbagai alasan dan kebutuhan yang berbeda (Eka Vebryl Maretha, Fitri Nur Latifah, 2022).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Salim et al., 2022) hasil penelitiannya menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan jasa perbankan syariah itu artinya semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah pada mahasiswa maka semakin tinggi pula minat atau keputusan untuk menggunakan jasa perbankan syariah. Namun berbeda halnya dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Wijanarko & Rachmawati, 2020) menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah tidak berpengaruh positif atau signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih layanan keuangan syariah, maka dari itu menurut hasil penelitian sebelumnya, peneliti menyimpulkan terdapat *research gap* pada penelitian-penelitian terdahulu, yaitu adanya perbedaan hasil penelitian satu dengan penelitian lainnya. Kemudian berdasarkan hasil observasi dengan cara melakukan survey kepada 56 mahasiswa FEBI secara random dari berbagai jurusan, dari hasil survey tersebut menunjukkan 75% mahasiswa FEBI menggunakan produk perbankan konvensional dan sisanya 25% menggunakan produk perbankan syariah, berikut ini data hasil survey tersebut :



**Gambar 1.3 Hasil Survey Mahasiswa FEBI**

Berdasarkan uraian latar belakang dan fenomena diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Produk Pada Perbankan Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating” pada mahasiswa perbankan syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Syekh Nurjati Cirebon Angkatan 2020/2021.

## **B. Perumusan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

- a. Market share lembaga keuangan syariah di Indonesia masih kurang berkembang dan masih dikuasi oleh lembaga keuangan konvensional, meskipun perkembangan lembaga keuangan syariah global mengalami peningkatan yang signifikan hal tersebut dapat dilihat dari data Islamic Corporation for the Development of the Private Sector dan Islamic Finance Outlook tahun 2022.
- b. Tingkat literasi keuangan syariah di Indonesia masih rendah dan terdapat GAP antara tingkat literasi keuangan syariah dengan tingkat inklusi keuangan syariah di Indonesia.

c. Jumlah nasabah perbankan syariah di Indonesia lebih kecil dibandingkan dengan jumlah nasabah pada perbankan konvensional hal tersebut dapat dilihat dari jumlah aset, jumlah tabungan dan jumlah kredit atau pembiayaan yang terdapat pada laporan perbankan yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan dan Bank Indonesia.

d. Pemasaran produk perbankan syariah masih kurang berkembang meskipun telah menggunakan islamic branding pada produk perbankan syariah, masih banyak masyarakat Indonesia yang lebih tertarik menggunakan produk perbankan konvensional hal tersebut dikarenakan perbankan konvensional memberikan keuntungan yang lebih dan memberikan kemudahan bagi nasabahnya dalam mengakses layanan dan fasilitas yang ada kapanpun dan dimanapun termasuk di daerah pelosok.

Berdasarkan hasil identifikasi masalah diatas, masalah yang akan dijadikan bahan penelitian ini yaitu masih banyak mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon khususnya mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi Islam (FEBI) yang menggunakan produk perbankan konvensional.

Agar penelitian lebih terfokus, terarah dan tidak meluas peneliti membatasi masalah yang ada pada ruang lingkup penelitian. Maka, peneliti membatasi permasalahan hanya dalam pengaruh literasi keuangan syariah dan islamic branding terhadap keputusan mahasiswa menggunakan produk perbankan syariah dengan religiusitas sebagai variabel moderating (Susanto & Ratna Dewi Setyowati, 2023).

## 2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penulis telah merumuskan beberapa masalah diantaranya sebagai berikut :

- 1) Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan produk perbankan syariah?
- 2) Apakah islamic branding berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan produk perbankan syariah?
- 3) Apakah literasi keuangan syariah dan islamic branding berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan produk perbankan syariah secara simultan?
- 4) Apakah variabel religiusitas dapat memoderating hubungan literasi keuangan syariah terhadap keputusan mahasiswa menggunakan produk pada perbankan syariah?
- 5) Apakah variabel religiusitas dapat memoderating hubungan islamic branding terhadap keputusan mahasiswa menggunakan produk perbankan syariah?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, terdapat tujuan dalam penelitian ini yaitu :

- 1) Untuk menganalisis dan mengukur bagaimana pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan mahasiswa menggunakan produk perbankan syariah secara parsial.
- 2) Untuk menganalisis dan mengukur bagaimana pengaruh islamic branding terhadap keputusan mahasiswa menggunakan produk perbankan syariah secara parsial.
- 3) Untuk menganalisis dan mengukur bagaimana pengaruh literasi keuangan syariah dan islamic branding terhadap keputusan mahasiswa menggunakan produk perbankan syariah secara simultan.



- 4) Untuk menganalisis dan mengukur apakah variabel religiusitas dapat memoderating hubungan antara variabel literasi keuangan syariah terhadap keputusan mahasiswa menggunakan produk perbankan syariah.
- 5) Untuk menganalisis dan mengukur apakah variabel religiusitas dapat memoderating hubungan antara variabel islamic branding terhadap keputusan mahasiswa menggunakan produk perbankan syariah.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Ketika tujuan dalam penelitian ini telah tercapai maka hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan atau manfaat bagi berbagai pihak dalam beberapa aspek kehidupan diantaranya :

##### 1) Kegunaan Secara Teoritis

Penelitian yang telah dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber referensi untuk penelitian lebih lanjut dan dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan kepada peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik dan permasalahan yang sama.

Penelitian ini sebagai salah satu kontribusi terhadap tanggung jawab akademik dalam disiplin ilmu khususnya ilmu ekonomi. Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan dalam ilmu dan diharapkan sebagai literature yang baru bagi daftar kepustakaan untuk memperkaya referensi karya ilmiah di IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

##### 2) Secara Praktis

###### a. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memeberikan informasi,pengetahuan dan menambah pemahaman

kepada mahasiswa diseluruh di Indonesia terkait literasi keuangan syariah, islamic branding, dan, religiusitas terhadap keputusan penggunaan produk perbankan syariah yang ada di Indonesia khususnya dilingkungan perguruan tinggi.

b. Bagi Perbankan Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai landasan, acuan atau bahan pertimbangan perbankan syariah dalam upaya mengembangkan layanan perbankan syariah kearah yang lebih baik lagi dalam memasarkan produk-produk perbankan syariah.

#### **D. Sistematika Penelitian**

Dalam penelitian yang akan dilakukan agar penelitian dapat terarah, sistematis, dan berjalan dengan baik sesuai dengan prosedur ilmiah maka dalam penyusunan ini dibagi dalam 5 bab di mana dalam setiap bab terdiri dari sub bab sebagai perinciannya atau penjelasannya. Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut:

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam BAB I Pendahuluan terdapat latar belakang masalah perumusan masalah identifikasi masalah pembatasan masalah dan pertanyaan penelitian tujuan dan kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

##### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bagian ini isi bagian mencakup kajian tentang variabel penelitian sintesis teori, hipotesis teoritik, adapun langkah-langkah yang bisa dilakukan dengan menganalisis landasan teori yang dipergunakan memetakan hasil penelitian terdahulu, membuat kerangka teoritis dan menyusun hipotesis penelitian, pada bagian ini penulis seyogyanya memuat perdebatan para pakar tentang teori yang digunakan implikasi, dan penerapannya dalam memecahkan masalah.

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bagian ini minimal mencakup objek penelitian penentuan populasi dan sampel definisi operasional variabel menjelaskan dan mengoperasionalkan variabel-variabel penelitian dimensi indikator dan skala ukur data penelitian meliputi jenis data, sumber data, teknik pengumpulan data, uji instrumen validitas atau reliabilitas dan asumsi-asumsi model penelitian termasuk metode atau pendekatan penelitian teknik analisis data pengujian dengan statis parametrik atau non parametrik dan pengujian hipotesis statistik.

### IV HASIL PEMBAHASAN

Pada bagian ini meliputi deskripsi data persyaratan uji hipotesis, pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

### V KESIMPULAN

Kesimpulan merupakan pernyataan-pernyataan sederhana yang memberi jawaban secara langsung terhadap pertanyaan penelitian dan bukan rangkuman atau ikhtisar. Pernyataan kesimpulan dapat berupa uraian essay atau berupa butir-butir bernomor. Pada bagian akhir tahun ini dapat dikemukakan keterbatasan penelitian sarana atau rekomendasi yang urgen.

