

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Selama dua dekade perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah banyak kemajuan yang telah dicapai. Dalam hal aspek lembaga dan infrastruktur penunjang, perangkat regulasi dan sistem pengawasan, serta kesadaran dan pengetahuan masyarakat tentang layanan keuangan syariah, sistem keuangan syariah kita adalah salah satu yang paling canggih dan paling lengkap yang diakui secara internasional, dan yang menjadi dasar berkembangnya bank syariah di Indonesia karena adanya Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah serta keinginan masyarakat Indonesia, terutama masyarakat muslim, yang menganggap bunga sebagai riba dan dilarang oleh agama, mendorong lahirnya perbankan syariah di Indonesia (OJK, 2017).

Berdasarkan *State of the Global Islamic Economic Report 2023*, Posisi Indonesia terus membaik. Dalam *Dinar Standard* yang dirilis 26 Desember 2023, Indonesia mengamankan posisi ketiga setelah Malaysia dan Arab Saudi, menjadikan peringkat tertinggi Indonesia di *Global Islamic Economy Index* (GIEI). *Center for Economic* (CORE) Direktur Eksekutif Mohammad Faisal memiliki keyakinan bahwa Indonesia memiliki potensi untuk memimpin peringkat SGIE, Indonesia memiliki populasi muslim terbesar di dunia dan sumber daya alam yang melimpah, layak mendapat posisi teratas (Siregar & Sugianto, 2024).

Perbankan syariah menjadi salah satu industri keuangan syariah yang sangat penting bagi kelancaran ekonomi dan pelaksanaan pembangunan (Sanjaya & Nasim, 2021). Selain itu perbankan syariah juga penting untuk masyarakat yang tumbuh dengan kesadaran akan pentingnya keuangan syariah dan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi (Faadilah & ilham, 2024).

Meskipun dihadapkan pada berbagai tantangan, industri perbankan Syariah di Indonesia tetap memiliki potensi besar untuk terus berkembang. Dukungan regulasi, peningkatan literasi akad syariah, dan kerja sama antara pemerintah, lembaga keuangan, dan masyarakat menjadi kunci dalam mengatasi hambatan dan

memanfaatkan peluang dalam pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia (Yudhira, Ahmad 2023). Sampai saat ini, perkembangan bank syariah cukup baik, seperti yang dijelaskan dalam uraian berikut :

Tabel 1. 1
Jaringan Kantor Perbankan Syariah

Indikator	2021	2022	2023	2024	Mei 2025
Bank Umum Syariah					
- Jumlah Bank	12	13	13	14	14
- Jumlah Kantor	2.035	2.007	1967	1.987	1.989
Unit Usaha Syariah (UUS)					
- Jumlah Bank Umum yang memiliki (UUS)	21	20	20	19	19
- Jumlah Kantor Unit Usaha Syariah	444	438	426	384	391
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah					
- Jumlah Bank	164	167	173	174	173
- Jumlah Kantor	659	668	693	706	694

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2025)

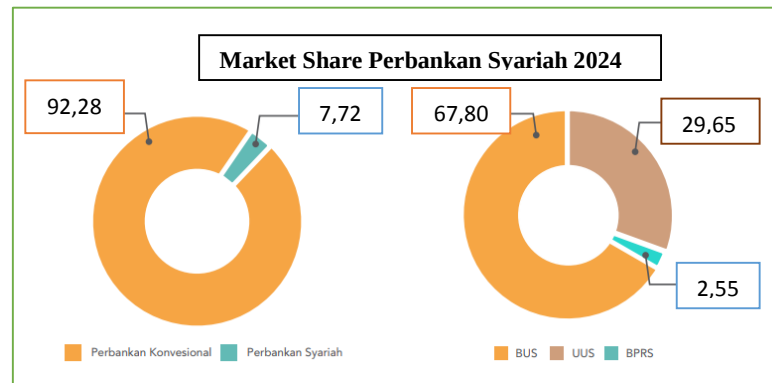
Berdasarkan data tersebut perkembangan bank syariah setiap tahun nya mengalami perkembangan. Jumlah lembaga bank syariah mengalami naik turun, dengan 14 bank umum syariah, 19 unit usaha syariah dan 173 bank pembiayaan rakyat syariah per Mei 2025. Dari data tersebut disimpulkan bahwa masih banyak masyarakat yang belum memahami produk dan sistem perbankan syariah, sehingga meskipun kantor bank syariah semakin banyak, hal itu tidak secara otomatis meningkatkan jumlah nasabah. Literasi keuangan syariah sebagai pengetahuan menjadi faktor kunci agar perluasan jaringan kantor benar-benar berdampak pada peningkatan minat menabung (Abdul Malik, 2021). Masyarakat yang memiliki penghasilan lebih tinggi seharusnya memiliki kemampuan lebih besar untuk menabung. Akan tetapi, jika kesadaran syariah dan pengetahuan tentang produk masih rendah, maka meskipun ada akses kantor bank syariah yang memadai, masyarakat berpendapatan tinggi pun tetap cenderung menabung di bank konvensional (Fielnanda & Wahyuningsih, 2021).

Windi Ayu Kharisma, 2025

Minat Menabung di Bank Syariah dengan Social Media sebagai Variabel Moderator (Studi pada Karyawan Industri Kabupaten Karawang)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Perkembangan perbankan syariah juga terlihat dari pangsa pasar pada gambar sebagai berikut:



Gambar 1. 1
Market Share Perbankan Syariah

Sumber: Departemen Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan (2024)

Dibandingkan dengan bank konvensional, bank syariah memiliki porsi pasar yang lebih kecil, seperti yang ditunjukkan pada grafik diatas, market share bank syariah hanya 7,72% dari total perbankan nasional. Angka tersebut naik sebesar 28 bps dibandingkan dengan *market share* perbankan syariah pada tahun 2023 yang tercatat sebesar 7,44% (Departemen Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan, 2024). Rendahnya market share menandakan masih minimnya literasi keuangan syariah di kalangan masyarakat. Banyak orang belum memahami perbedaan mendasar antara bank syariah dan bank konvensional, sehingga meskipun produk syariah tersedia, mereka tetap lebih memilih bank konvensional. Rendahnya market share bank syariah menunjukkan adanya gap antara keyakinan agama dengan praktik ekonomi sehari-hari. Hal ini memperlihatkan bahwa religiusitas berperan penting dalam mendorong minat menabung di bank syariah (Hanida, Mukhsin, & Atiah, 2025). Selain itu bank syariah perlu memanfaatkan media sosial untuk memperkuat promosi, menyebarkan informasi yang mudah dipahami, serta membangun kepercayaan masyarakat (Firman, 2018).

Seiring berkembangnya Perbankan Syariah di Indonesia, baik dari pertumbuhan kantor dan jumlah nasabah, Perbankan syariah tampaknya menghadapi beberapa masalah utama, yaitu bagaimana bisnis dapat menarik

pelanggan baru dan mempertahankannya agar dapat bertahan dan berkembang. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka diperlukan strategi yang tepat (Putrawardana, Ahmadsyah, & Mukhdasir, 2021). Banyak cara untuk menarik nasabah baru bank syariah, baik promosi secara langsung maupun di media sosial.

Aktivitas menyisihkan sebagian uang dari hasil penghasilan atau yang lebih akrab disebut menabung sudah dikenal sebagai hal yang baik bagi masyarakat Indonesia (Purnomo, Cahyo, & Mukharomah, 2021). Banyaknya perusahaan yang menggunakan bank konvensional dari pada bank syariah sebagai sarana pembayaran gajinya. Hal tersebut secara tidak langsung dapat mempengaruhi individu dalam memilih bank mana yang akan dipilih untuk menyisihkan sebagian dananya. Hal ini juga diutarakan oleh informan yang bekerja sebagai karyawan industri, dikarenakan gaji mereka yang sudah melalui bank konvensional. Sehingga menabung di bank konvensional menurutnya lebih praktis daripada harus ke bank syariah. Berdasarkan pernyataan yang disampaikan oleh informan, dapat dilihat bahwa masih jarang perusahaan yang memilih bank syariah sebagai perantara pembayaran gaji karyawan. Hal itu dapat menyebabkan kurang menariknya bank syariah dalam padangan masyarakat (Purwati & Rafindra, 2023).

Dari penjelasan diatas, adanya ketertarikan atau minat yang merupakan sebuah motivasi dan dorongan dari dalam diri sendiri untuk melakukan menabung di bank syariah dengan ikhlas. Minat merupakan sebuah keinginan yang muncul dari diri sendiri tanpa ada paksaan oleh orang lain untuk mencapai suatu tujuan (Hasibuan & Wahyuni, 2020). Minat menggunakan produk bank syariah adalah masyarakat yang belum memiliki minat pada produk yang tersedia di bank syariah karena mayoritas populasinya beragama muslim Karena itu, sangat penting untuk mengetahui atau ingin menggunakan produk bank syariah (Asrul, 2020). Berdasarkan pada penjelasan tersebut, minat menabung dapat didefinisikan sebagai perilaku seseorang atau masyarakat yang tertarik atau memiliki ketertarikan untuk menyimpan uang untuk masa yang akan datang.

Perbankan syariah di Indonesia masih belum mampu menunjukkan eksistensinya terhadap masyarakat yang belum menaruh kepercayaan terhadap perbankan syariah. Ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman tentang cara kerja

perbankan syariah, sistem yang digunakan oleh bank syariah dianggap identik dengan cara kerja bank konvensional. Artinya kesadaran masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah masih rendah (Akmal, 2021). Faktor utama adalah kurangnya pengetahuan masyarakat tentang lembaga keuangan syariah. Kurangnya pengetahuan ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan mereka tentang ekonomi islam (Romdhoni & Ratnasari, 2018).

Pengetahuan tentang keuangan syariah sangat penting bagi setiap individu, karena dengan pemahaman tersebut dapat mengelola keuangan dan mengambil keputusan yang baik, demikian juga *Religion* atau agama sudah ada di berbagai aspek kehidupan manusia. Seperti halnya dalam penjelasan etika Islam, tujuan beragama adalah supaya manusia dapat memiliki pedoman hidup dan berperilaku dengan cara yang sesuai dengan ajaran Islam untuk mencapai keridhaan Allah SWT. Dalam konteks keagamaan, pemahaman moral seseorang dapat memengaruhi sikap mereka. Sebagai agama, Islam adalah konsep yang mengatur kehidupan manusia secara luas baik dalam hubungannya dengan sang pencipta (*HabluminAllah*) maupun dengan sesama manusia (*Habluminannas*) (Sodik, Hidayat, Farda, & Syahita, 2022). Faktor religiusitas paling dominan sebagai pendorong minat untuk menabung di bank syariah. Selain itu, melalui variabel kepercayaan dan persepsi, ditemukan bahwa faktor religiusitas memiliki efek tidak langsung terhadap loyalitas untuk menabung di bank syariah (Triuspitorini, 2019). Menurut Glock and Stark dalam (Suryadi & Hayat, 2021, hal. 16) ada empat dimensi atau aspek religiusitas yaitu, dimensi keyakinan, dimensi praktik ibadah, dimensi pengalaman, dan dimensi pengetahuan agama. Selain itu pada penelitian (Juliana, Rizaldi, Al-Adawiyah, & Marlina, 2022) ada lima indikator yang digunakan yaitu, dimensi keyakinan, dimensi ibadah, dimensi penghayatan, dimensi pengetahuan, dan dimensi konsekuensi.

Aktivitas keagamaan bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan ibadah, tetapi juga saat melakukan aktivitas lainya termasuk dalam aktivitas perekonomian (Usvita, 2021). Iranati dalam (Musyaffa & Iqbal, 2022, hal. 169) menjelaskan bahwa aktivitas keagamaan tidak hanya merupakan ibadah, tetapi juga ketika aktivitas lain didominasi oleh kekuatan lain. Tidak hanya berkaitan dengan

aktivitas yang dapat dilihat dengan mata, tetapi juga aktivitas yang tidak terlihat dan terjadi terhadap seseorang dengan sikap tersebut. Dalam upaya menjalankan perintah agama, seseorang mengharapkan hanya keridhaan Tuhan.

Selain pengetahuan dan religius, pendapatan juga berperan penting terhadap minat menabung. Pendapatan diperoleh tidak semua dibelanjakan untuk barang dan jasa, ketika kebutuhan sudah terpenuhi sebagian dari pendapatannya ditabungkan untuk keperluan di masa akan datang (Fielnanda & Wahyuningsih, 2021). Pendapatan adalah hasil uang yang diperoleh atau yang didapatkan dari pihak pemberi uang pada seseorang dalam bentuk pemberian upah atau gaji, laba, bagi hasil diperoleh dari hasil usaha masyarakat baik itu dalam bentuk usaha, berdagang maupun usaha lainnya. Pendapatan perseorangan adalah yang terdiri dari sewa, upah, gaji, bunga, laba perusahaan bukan perseroan, dividen dan pembayaran transfer (Nasution, 2021). Pendapatan setiap individu tidak sama karena profesi yang berbeda, pendapatan yang diperoleh tidak semua dibelanjakan untuk barang dan jasa, ketika kebutuhan sudah terpenuhi sebagian dari pendapatannya akan ditabungkan untuk keperluan di masa yang akan datang (Apriani & Faozan, 2023).

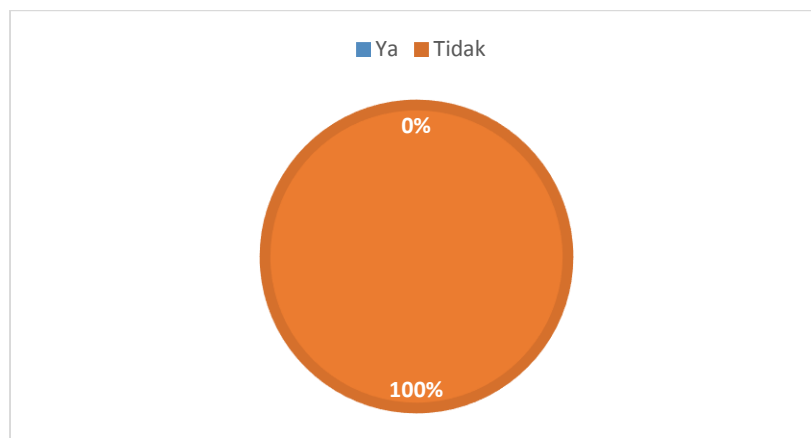
Menurut teori ekonomi, manusia adalah makhluk ekonomi yang selalu berusaha memenuhi kebutuhan mereka sebanyak mungkin selama kemampuan finansialnya memungkinkan (Septrimadona, 2023). Individu yang secara langsung terlibat dalam pembelian dan penggunaan barang dan jasa ekonomis disebut perilaku konsumen, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menetapkan tindakan apa yang harus dilakukan (Kurniati, 2016). James F. Angel berpendapat bahwa perilaku konsumen terdiri dari tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam pembelian dan penggunaan barang dan jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menetapkan tindakan apa yang harus dilakukan (Kurniati, 2016).

Kebutuhan konsumen akan informasi yang cepat mengenai informasi dari sebuah produk serta banyaknya perusahaan-perusahaan yang telah menggunakan strategi promosi melalui digital marketing untuk dapat memperluas pangsa pasar dengan waktu dan biaya yang lebih efisien. Ini adalah salah satu proses di mana perusahaan mengkomunikasikan dan menyampaikan melalui *platform* media sosial

untuk membangun dan memelihara hubungan dengan memfasilitasi interaksi, berbagi informasi, menawarkan rekomendasi tentang produk dan layanan yang ada dan sedang tren (Damayanti, Chan, & Barkah, 2021). dalam penelitian yang dilakukan oleh (Dafiq & Habib, 2022), (Setyoningrum, Artanti, & Sanaji, 2024), (Rafi & Zulfison, 2023), dan (Sahara & Mujiatun, 2023) menyatakan bahwa *social media marketing* dapat mempengaruhi minat menabung di bank syariah. Pengaruh *social media marketing* terhadap minat menabung di bank syariah adalah positif. Bank syariah dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menabung dengan menggunakan berbagai konsep digital marketing, meningkatkan promosi produknya melalui *social media*, dan meningkatkan interaksi dengan nasabah.

Salah satu fenomena ketidak tertarikan atau kurang nya minat karyawan industri menabung di bank syariah ini terlihat dari hasil penyebaran kuesioner pra-penelitian pada 30 karyawan industri karawang di tanggal 9 sampai 15 Desember 2024 sebagai berikut :

Gambar 1. 2
Hasil Pra Penelitian



Sumber : Data Diolah Penulis (2025)

Dari Gambar diatas mengindikasikan bahwa karyawan memiliki kurangnya minat karena Masih ada yang menganggap bahwa bank syariah dengan konvensional itu sama, sama-sama menyimpan dan mengeluarkan uang, jawaban lainnya yaitu perusahaan membayar gaji karyawan melalui bank konvensional, kurangnya informasi dan cenderung tidak tertarik, ada juga dari mereka yang mengatakan

bahwa ada ketertarikan karena beragama muslim, tapi kurang informasi mengenai bank syariah.

Peneliti memilih karyawan Industri di Kabupaten Karawang karena Kabupaten Karawang kini menjadi salah satu daerah dengan upah minimum tertinggi kedua se-Indonesia berdasarkan peraturan penetapan UMK 2024 Jabar tertuang dalam Keputusan Gubernur Jawa Barat Nomor: 561.7/Kep.798-Kesra/2024 tentang Upah Minimum Kabupaten atau Kota di Daerah Provinsi Jawa Barat Tahun 2025 tertanggal 30 November 2023. UMK Kabupaten Karawang yang pada 2024 sebesar Rp5.257.834 dan pada 2025 naik menjadi sebesar Rp. 5.599.593 (PORTAL JABAR, 2024).

Dengan menyandang sebagai daerah yang memiliki upah minimum tertinggi tersebut, menjadikan Kabupaten Karawang sebagai daerah yang favorit bagi masyarakat untuk mencari pekerjaan dan dikenal dengan lahan industri dengan luas lahan sebesar 13.756.358 hektar (Gusman & Kusmayadi, 2023). Penghasilan tinggi mempengaruhi minat menabung di bank syariah. Berdasarkan beberapa penelitian, semakin tinggi penghasilan seseorang maka semakin tinggi pula minat menabung di bank syariah.

Dari banyaknya penelitian minat menabung yang sudah dilakukan, dalam penelitian ini membawa kebaruan yaitu untuk melihat bagaimana minat menabung di bank syariah terhadap karyawan industri dengan mengombinasikan variabel pengetahuan, religiusitas, dan pendapatan sebagai variabel yang memberikan pengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Selain itu penelitian ini menggunakan variabel *social media marketing* sebagai variabel moderator. Karena media sosial dapat memengaruhi perilaku konsumen dalam beberapa hal, dan yang perlu diperhatikan oleh perbankan syariah adalah sifat konsumen yang suka mencari informasi dari berbagai sumber sebelum mereka memutuskan untuk menabung atau menggunakan produk pada bank syariah. Hal tersebut merupakan sesuatu yang penting bagi bank syariah yang ingin mendapatkan nasabah semaksimal mungkin. Dengan demikian penulis dapat menjelaskan mengenai *novelty* atau kebaruan yang ada dalam penelitian ini.

Berdasarkan uraian penjelasan masalah fenomena yang didukung dengan data dan teori, maka terkait minat menabung di bank syariah terhadap karyawan industri penting dilakukan. Sehingga peneliti mengambil judul Minat Menabung di Bank Syariah dengan *Social Media Marketing* sebagai Variabel Moderator (studi pada karyawan industri di Kabupaten Karawang).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka dapat diketahui indentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Rendahnya pemahaman masyarakat tentang lembaga keuangan syariah, pemahaman masyarakat yang masih rendah tersebut disebabkan karena kurangnya pengetahuan mereka tentang ekonomi islam (Ratnasari, 2018).
2. Masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui secara jelas sistem di bank syariah (Abdul Malik, 2021).
3. Mereka menganggap bahwa bank syariah sama saja dengan bank konvensional, seperti hasil akhir dari perhitungan bagi hasil dan bunga, tingkat pelayanan hingga fasilitas yang dimiliki (Kurlillah, 2023).
4. Kurangnya minat karyawan industri di Kabupaten Karawang untuk menabung di bank syariah (Pra penelitian).

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan di latar belakang, maka penulis merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran tingkat pengetahuan, tingkat religiusitas, tingkat pendapatan, tingkat *social media marketing* dan tingkat minat menabung di Bank Syariah?
2. Bagaimana pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung di Bank Syariah?
3. Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap minat menabung di Bank Syariah?
4. Bagaimana pengaruh pendapatan terhadap minat menabung di Bank Syariah?
5. Bagaimana *social media marketing* memoderasi pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung di Bank Syariah?
6. Bagaimana *social media marketing* memoderasi pengaruh terhadap religiusitas minat menabung di Bank Syariah?

7. Bagaimana *social media marketing* memoderasi pengaruh terhadap pendapatan minat menabung di Bank Syariah?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Pertanyaan penelitian yang telah diuraikan penulis, maka tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk memperoleh pengetahuan dan melakukan kajian secara ilmiah mengenai bagaimana tingkat pengetahuan, tingkat religiusitas, tingkat pendapatan, *social media marketing* dan minat menabung di Bank Syariah. Kemudian mengetahui apakah *social media marketing* ini bisa memoderasi pengetahuan, religiusitas, pendapatan terhadap minat menabung di bank syariah.

1.5 Manfaat Penelitian

Diharapkan dari hasil penelitian ini bisa memberikan tambahan pengetahuan yang baru pada bidang keilmuan tentang perbankan syariah yang bersifat teoritis. Manfaat dari segi teoritisnya diharapkan bisa memberikan tambahan pengetahuan dan keilmuan pada bidang muamalah khususnya pada bagian tingkat pemahaman masyarakat yang dalam penelitian ini adalah karyawan industri terhadap sistem perbankan syariah.

Adapun manfaat praktisnya sebagai masukan kepada institusi lembaga keuangan syariah atau bank syariah untuk meningkatkan sosialisasi terkait perbankan syariah dikalangan karyawan industri guna meningkatkan minat menabung di bank syariah.