

BAB I

PENDAHULUAN

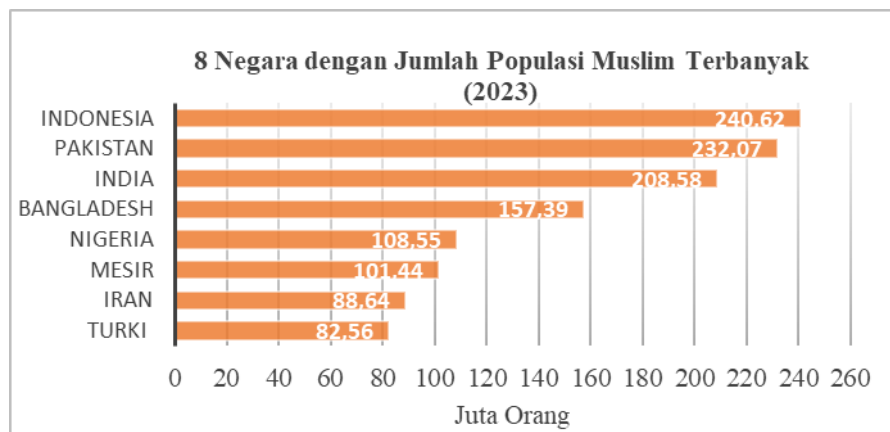
A. Latar Belakang Masalah

Industri keuangan syariah yang berkembang dengan cepat berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi berlandaskan prinsip syariah di Indonesia. Dengan demikian, Indonesia memiliki peluang besar untuk menjadi salah satu pelaku utama di pasar keuangan Islam internasional. Lembaga keuangan syariah bertindak sebagai mediator yang menyalurkan dana dari pihak yang memiliki kelebihan dana kepada pihak yang memerlukan, sesuai prinsip syariah. Lembaga keuangan Islam terbagi menjadi dua jenis, yaitu perbankan, yang mencakup Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), serta non-perbankan, mencakup asuransi syariah, pembiayaan syariah, dana pensiun syariah, lembaga keuangan mikro syariah, jasa keuangan khusus syariah, dan teknologi finansial berbasis syariah (Aulia et al., 2025).

Berdasarkan laporan Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2024, pertumbuhan aset industri keuangan syariah mengalami kenaikan mencapai 2.883,67 triliun. Pertumbuhan ini tercatat sebesar 11,67% *year on year* (yoy), yang lebih meningkat dibandingkan dengan tahun sebelumnya hanya mencapai 2.582,25 triliun. Angkat tersebut meningkat sebesar 9,04% *year on year* (OJK, 2025). Selain itu, OJK telah merilis roadmap periode 2023-2027 guna memperkuat persaingan perbankan syariah serta inklusi keuangan, dengan penekanan pada produk syariah

yang lebih inklusif serta dukungan bagi UMKM dan ekonomi halal di Indonesia (Mayasari, 2024).

Negara Indonesia termasuk negara paling luas dan negara dengan jumlah populasi muslim terbanyak di dunia. Berdasarkan laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC)* yang berjudul *The Muslim 500: The World's 500 Most Influential Muslims 2024*, ada 240,62 juta orang Indonesia yang beragama Islam pada tahun 2023 (Rizaty, 2024).



Gambar 1. 1 Negara Muslim Terbesar 2023

Sumber: *dataindonesia.id*

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbanyak di dunia sudah semestinya masyarakatnya lebih berminat untuk menggunakan lembaga keuangan syariah serta lebih mengetahui keuangan syariah. Akan tetapi, masih banyak masyarakat muslim di Indonesia yang belum melakukan perubahan ke penerapan bank syariah, mengambil transaksi dengan bank konvensional (Fauzi & Murniawaty, 2020).

Kondisi tersebut mendeskripsikan minimnya tingkat literasi keuangan syariah masyarakat Indonesia. Berikut merupakan data indeks

literasi keuangan syariah berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan oleh OJK dan BPS:

Tabel 1. 1
Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah 2022-2025

Indeks Syariah	2022	2024	2025
Literasi	9,14%	39,11%	43,42%
Inklusi	12,12%	12,88%	13,41%

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, SNLIK Tahun 2022-2025.

Data literasi keuangan syariah di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan antara tahun 2022 dan 2025, meskipun tingkat literasi secara keseluruhan masih relatif rendah. Menurut Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan oleh OJK dan BPS, indeks literasi keuangan syariah meningkat dari 9,14% pada tahun 2022 menjadi 43,42% di tahun 2025. Di sisi lain, indeks inklusi keuangan syariah hanya meningkat sedikit dari 12,12% menjadi 13,41% dalam periode yang sama.

Penelitian ini berfokus pada variabel literasi keuangan syariah karena tujuan utama yaitu untuk menganalisis dampak literasi keuangan syariah terhadap minat santri dalam menggunakan bank syariah. Data yang disajikan menggambarkan kondisi aktual yang menunjukkan bahwa meskipun pengetahuan keuangan syariah di masyarakat telah meningkat, pengetahuannya masih rendah. Hal ini merupakan faktor penting karena literasi yang rendah dapat menghambat peningkatan minat santri dalam sektor keuangan syariah, terutama dalam penggunaan produk dan layanan perbankan syariah.

Beradsarkan survei Otoritas Jasa Keuangan menyatakan bahwa *market share* perbankan syariah dari tahun ke tahun terus mengalami kenaikan. Seperti dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. 2 Market Share Perbankan Syariah 2021-2025

Tahun	Perbankan Konvensional	Perbankan Syariah
2021	93,26%	6,74%
2022	92,91%	7,09%
2023	92,56%	7,44%
2024	92,68%	7,72%
2025	92,54%	7,42%

Sumber: OJK 2020-2025, Laporan Perkembangan Keuangan Syariah

Data dalam tabel 1.2 menunjukkan bahwa *market share* perbankan syariah di Indonesia menunjukkan tren peningkatan dari tahun 2021 hingga 2025, meskipun persentasenya masih di bawah 10%. Berdasarkan survei Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang dilaporkan dalam Laporan Perkembangan Keuangan Syariah, *market share* perbankan syariah meningkat dari 6,74% pada tahun 2021 menjadi 7,42% pada tahun 2025. Sementara itu, pangsa pasar perbankan konvensional mengalami sedikit penurunan dari 93,26% menjadi 92,54% pada periode yang sama.

Kenaikan *market share* ini mengindikasikan adanya pertumbuhan yang konsisten dalam preferensi masyarakat terhadap produk dan layanan perbankan berbasis syariah. Kondisi ini mencerminkan semakin tingginya kesadaran dan kepercayaan masyarakat terhadap sistem perbankan syariah sebagai alternatif keuangan yang sesuai dengan prinsip syariat Islam. Namun demikian, persentase pangsa pasar yang masih relatif kecil

menunjukkan bahwa sektor perbankan syariah masih memiliki potensi besar untuk berkembang lebih lanjut.

Pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia berkembang pesat. Meskipun jumlah bank dan cabang syariah relatif besar, aset bank syariah masih relatif kecil dibandingkan dengan bank konvensional. Sebagai lembaga keuangan perantara, perbankan syariah harus memainkan peran krusial dalam mendukung perekonomian nasional, sama seperti yang dilakukan oleh perbankan berbasis bunga. Namun, banyak orang masih menganggap menabung di bank syariah tidak berbeda dengan bank konvensional karena kurangnya penyebaran informasi dan pemahaman tentang operasi keuangan syariah (Mahfuz, 2021). Di Kota Kebumen terdapat bank syariah antara lain yaitu Bank KCP Kebumen, Bank Syariah Ikhsanul Amal, Bank Syariah Bumi Artha Sampang, Bank Syariah Bas, Bank Jateng KC Kebumen, BSI KCP Gombong, Bank Syariah Indonesia Atm.

Menurut Azizah & Syafitri (2022) menyatakan bahwa terdapat sebagian faktor yang mengakibatkan *market share* perbankan syariah di Indonesia sedikit, antara lain: tingkat literasi keuangan syariah yang sedikit, kurangnya kapasitas sumber daya manusia, pemahaman masyarakat yang kurang mengenai bank syariah, sedikitnya inovasi perbankan syariah dalam menjual produk serta layanan, dan kurangnya penerapan GCG (*Good Corporate Governance*) pada bank syariah.

Literasi keuangan syariah merupakan kegiatan yang direncanakan untuk mengembangkan pemahaman, keyakinan, serta kemampuan masyarakat dalam mengatur keuangan yang berlandaskan ketentuan syariah (Ruwaidah, 2020). Literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap sikap keuangan seseorang dalam menentukan produk maupun pelayanan keuangan syariah berdasarkan kebutuhannya. Semakin baik tingkat literasi keuangan syariah seseorang, semakin besar tingkat penggunaan produk dan jasa keuangan syariah (Defiansih, 2021).

Penelitian yang telah dilakukan Nurrohmah dan Purbayati (2020) memberikan bukti bahwa minat menabung masyarakat dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan syariah. Selaras dengan temuan dari penelitian Sari dan Pradesyah (2023) terbukti bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Berbeda dengan hasil temuan Hasibuan dan Nurbaiti (2023) yang menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap keinginan untuk menabung di perbankan Islam.

Selain faktor literasi keuangan syariah, terdapat beberapa faktor lain yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan bank syariah, salah satunya yaitu pengetahuan produk (Nurlaeli, 2017). Pengetahuan produk merupakan informasi yang dimiliki pelanggan, mengenai beragam jenis produk serta layanan, dan pemahaman tentang fungsi dari produk tersebut dalam pengambilan keputusan pembelian (Nurlaeli, 2017). Berdasarkan penelitian Rosidi (2021), pengetahuan yang luas tentang suatu produk

merupakan pondasi utama, ketika konsumen mengetahui suatu produk dapat menyukainya, tertarik, serta dapat mengambil keputusan untuk membeli produk.

Keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan produk perbankan terlihat dari tingkat pengetahuan produk (Maharani et al., 2021). Pengetahuan konsumen mengenai produk menjadi sebagian aspek yang dapat berpengaruh terhadap minat nasabah guna menabung (Novian et al., 2023). Produk tabungan yang disediakan untuk nasabah mencakup dua jenis, antara lain: (1) Tabungan wadiah sebagai jenis simpanan berbasis akad wadiah, di mana dana yang telah disetor atau disimpan boleh ditarik oleh nasabah kapan saja; (2) Tabungan mudharabah, yang mengandalkan akad mudharabah, sehingga proses penarikan dana tidak seperti wadiah yang fleksibel, melainkan bergantung pada persyaratan yang telah ditentukan oleh bank syariah dan disetujui oleh semua pihak terkait (Hasibuan & Wahyuni, 2020). Berdasarkan riset yang telah dilakukan oleh Thohari dan Hakim (2021) membuktikan bahwa hasil *product knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widowati dan Mustikawati (2018) yang menyatakan bahwa pengetahuan produk tabungan berpengaruh positif terhadap keputusan menabung nasabah.

Selain literasi keuangan syariah dan pengetahuan produk, peran religiusitas juga merupakan faktor penting bagi minat nasabah dalam

memakai sebuah produk yang ada di perbankan terutama pada bank syariah (Mariamah et al., 2024). Religiusitas menjadi salah satu faktor utama yang menentukan keputusan seseorang dalam menggunakan layanan keuangan syariah, karena religiusitas memberikan pedoman yang membimbing penganutnya dalam menjalankan perintah dan menjauhi larangan. Menurut Hasbullah (2023), perilaku keuangan seseorang dipengaruhi oleh tingkat religiusitas, rutinitas ibadah, dan partisipasi dalam komunitas keagamaan berperan signifikan dalam membentuk perilaku keuangan seseorang. Religiusitas ialah suatu tingkah laku atau kesadaran yang didasari dengan keyakinan serta kepercayaan seseorang atas suatu agama, yang berpengaruh terhadap beragam aspek kehidupannya, tidak hanya pada saat beribadah, melainkan juga dalam kegiatan lainnya (Piolita, 2024).

Pondok pesantren menjadi salah satu elemen masyarakat yang memiliki pemahaman agama, yang menjadi pangsa pasar bank syariah guna menaikkan jumlah nasabah. Terdapat bukti bahwa santri pondok pesantren mempunyai religiusitas tinggi dan pemahaman yang jelas terhadap fiqih muamalah serta hukum syariah, karena asumsi adanya perilaku konsumen Indonesia dipengaruhi oleh aspek keyakinan. Jika menilik kapasitasnya selaku santri di pondok pesantren tentunya lebih mengerti mengenai prinsip-prinsip ajaran Islam. Namun, kenyataannya persepsi bank konvensional telah terikat pada santri maka dari itu masih

banyak santri yang memakai jasa dari bank konvensional (Faridah et al., 2021).

Perbankan menjadi salah satu sarana yang digunakan untuk mentransfer uang untuk memenuhi kebutuhan santri. Dengan adanya perbankan syariah, penting untuk mengetahui pengetahuan dan sikap santri terhadap perbankan syariah, serta apakah mereka memiliki niat untuk menerapkan syariah secara menyeluruh (Renaldi & Hidayani, 2025).

Penelitian ini berfokus pada santri di Kabupaten Kebumen, yang dikenal sebagai kota santri dengan adanya pesantren serta memiliki budaya keagamaan yang kuat, tabungan sangat diperlukan oleh para santri guna menyimpan uang bulanan selama berada di pondok pesantren. Situasi tersebut menjadikan oportunitas bagi bank syariah guna meningkatkan *market share*. Penelitian ini memberikan kesempatan penting guna mendorong minat para santri menabung di bank syariah. Penelitian terdahulu telah banyak membahas pada kalangan masyarakat umum atau mahasiswa, belum banyak yang meneliti pada kalangan santri pondok pesantren. Oleh sebab itu, penelitian ini memberikan keterlibatan dengan menguji peran moderasi religiusitas di kalangan santri Kebumen.

Berdasarkan pada uraian latar belakang tersebut dan permasalahan yang telah disampaikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendetail dengan penetapan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Santri di Kebumen pada Bank Syariah dengan Moderasi Religiusitas”**.

B. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis memiliki batasan-batasan dalam melakukan penelitian, bertujuan agar penelitian lebih teratur dan tidak meluas dari pembahasan maka skripsi ini membatasi ruang lingkup penelitian pada Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Santri di Kebumen pada Bank Syariah dengan moderasi Religiusitas. Serta pada penelitian ini, penulis memfokuskan untuk meneliti pada santri di Kebumen.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi rumusan masalah di dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat santri di Kebumen pada bank syariah?
2. Apakah pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat santri di Kebumen pada bank syariah?
3. Apakah religiusitas dapat memoderasi hubungan antara literasi keuangan syariah terhadap minat santri di Kebumen pada bank syariah?
4. Apakah religiusitas dapat memoderasi hubungan antara pengetahuan produk terhadap minat santri di Kebumen pada bank syariah?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat santri di Kebumen pada bank syariah.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat santri di Kebumen pada bank syariah.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah religiusitas dapat memoderasi hubungan antara literasi keuangan syariah terhadap minat santri di Kebumen pada bank syariah.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah religiusitas dapat memoderasi hubungan antara pengetahuan produk terhadap minat santri di Kebumen pada bank syariah.

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, sebagai berikut:

Penemuan dalam penelitian ini secara khusus memunculkan dampak kebermanfaatan dari aspek teoritis sekaligus praktis lingkup yang memuat:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan partisipasi terkait dengan pengembangan teori yang berhubungan mengenai literasi keuangan syariah dan pengetahuan produk

terhadap minat santri menggunakan bank syariah. Penelitian ini juga dijadikan sebagai bahan referensi serta bahan pustaka untuk penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengalaman untuk peneliti terkait mengaplikasikan ilmu dan teori yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam karya tulis ilmiah dan menambah pengetahuan peneliti terkait dengan penelitiannya.

b. Bagi Bank Syariah

Penelitian ini mampu memberikan informasi serta mampu dijadikan sebagai bahan evaluasi dalam penentuan strategi penjualan yang tepat dalam menambahkan minat santri pondok pesantren untuk mengamplifikasi produk bank syariah.

c. Bagi Peneliti lain

Penelitian ini mampu dijadikan referensi literatur penelitian selanjutnya yang kaitannya dengan minat menggunakan bank syariah.

E. Penegasan Istilah

Penulis menjelaskan istilah-istilah dalam judul skripsi agar tidak terjadi kesalahpahaman dan untuk memberikan arah serta pemahaman jelas bagi pembaca tentang tujuan penelitian. Beberapa istilah penting yang perlu diperjelas dalam penelitian ini adalah:

1. Literasi Keuangan Syariah

literasi keuangan syariah merupakan kemampuan individu dalam memanfaatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap untuk mengelola keuangan sesuai dengan prinsip syariat Islam. Selain itu, literasi keuangan Islam merupakan kewajiban bagi umat Muslim karena dapat berkontribusi pada pencapaian *Al-Falah* (kesejahteraan sejati) di dunia dan akhirat (Rahim et al., 2016).

2. Pengetahuan Produk

Pengetahuan atau pemahaman konsumen terhadap suatu produk yaitu tidak hanya berasal dari informasi baru yang mereka dapatkan saat ini, tetapi juga sangat bergantung pada data atau pengalaman yang telah tersimpan dalam ingatan mereka sebelumnya (Shirin & Kambiz, 2011).

Menurut Sari dan Husaen (2024), pengetahuan produk merupakan suatu keadaan dimana seseorang memahami informasi-informasi tentang produk yang dipromosikan, melingkupi merek, kualitas, variasi, serta kelebihan dari produk tersebut, manfaat dan keuntungan produk bagi pengguna.

3. Minat

Menurut Crow dan Crow, minat dapat muncul dari dorongan yang membuat seseorang tertarik atau tergerak kepada orang, objek, atau kegiatan tertentu, atau juga dapat bersumber dari pengalaman yang diperoleh melalui kegiatan tersebut. Dengan demikian, minat dapat

dijadikan alasan dalam berpartisipasi pada suatu kegiatan (Abror, 1993). Dalam penelitian ini, minat santri pada bank syariah diartikan sebagai keinginan atau kecenderungan santri untuk menggunakan produk dan layanan perbankan syariah karena kesesuaian dengan nilai-nilai Islam.

4. Bank Syariah

Bank syariah adalah lembaga perantara dan penyedia jasa keuangan yang beroperasi pada prinsip serta nilai-nilai Islam, menghindari bunga (*riba*), aktivitas untung-untungan yang tidak produktif seperti perjudian (*maysir*), dan transaksi yang mengandung ketidakpastian atau keraguan (*gharar*). Selain itu, bank syariah didasarkan pada prinsip keadilan dan hanya membiayai usaha yang halal (Yumanita, 2005).

5. Religiusitas

Religiusitas merupakan ungkapan atau manifestasi dari sistem kepercayaan (agama) yang dianut dengan menghayati nilai-nilainya secara mendalam, sehingga menghasilkan pilihan sikap dan perilaku dalam pengambilan keputusan (Hasanah, 2019). Dalam penelitian ini, religiusitas berperan sebagai variabel moderasi yang memperkuat atau memperlemah hubungan antara literasi keuangan syariah dan pengetahuan produk terhadap minat santri pada bank syariah. Semakin tinggi tingkat religiusitas santri, semakin kuat kecenderungan mereka untuk memilih produk keuangan yang sesuai dengan prinsip Islam.