

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah adalah lembaga keuangan yang mempunyai fungsi sebagai lembaga intermediasi keuangan (*financial intermediary*), yakni menghimpun dana dari masyarakat (kelebihan dana) dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali dana yang sudah dihimpun kepada masyarakat (kekurangan dana) dalam bentuk kredit serta memberikan jasa lainnya dalam bentuk transfer yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. (Umam, Khatibul, 2016:1).

Keberadaan perbankan syariah sudah tidak asing lagi dikalangan masyarakat Indonesia, peminatnya pun juga sudah banyak. Salah satu cara untuk mengetahui sejauh mana atau sebanyak mana yang minat menabung di Bank Syariah kita bisa mengetahuinya melalui partisipasi mahasiswa di perguruan-perguruan tinggi. Karena Sebagian perguruan tinggi terdapat jurusan yang memberikan materi tentang Bank Syariah. Dengan itu, tentu mahasiswanya memiliki pengetahuan tentang Bank Syariah. Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh (Prasasti 2020) pada mahasiswa fakultas ekonomi syariah yang sudah mendapat pengetahuan terkait perbankan syariah akan tetapi hasil penelitiannya menunjukkan bahwa sebanyak 9,8% mahasiswa yang sudah menjadi nasabah di Bank Syariah dan 90,2% tidak menggunakan bank syariah dan menjadi nasabah di bank konvensional. Temuan penelitian lain (Imanuddin 2019)

dan (Aliah 2021) menunjukkan bahwa masih banyak mahasiswa perbankan syariah menggunakan bank konvensional daripada bank syariah.

Pertumbuhan lembaga keuangan di Indonesia sungguh luar biasa bagaikan jamur di musim penghujan, selain itu dukungan dari pemerintah juga membela lembaga keuangan karena mampu memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi seperti sekarang ini salah satu aspek yang paling menonjol adalah pada sektor industri keuangan, karena sebagian masyarakat di Indonesia berada pada level menengah ke bawah. Inilah yang memacu tingkat pertumbuhan lembaga keuangan khususnya syariah. Selain itu penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam, sehingga semakin berkembang pola pikir masyarakat untuk beralih ke sektor keuangan Syariah.

Industri perbankan syariah telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dengan diterbitkannya Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah tertanggal 16 Juli 2008, pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi. Perkembangan perbankan syariah cukup impresif, dengan rata-rata pertumbuhan aset lebih dari 65% per-tahun dalam lima tahun terakhir (2019-2022). Dengan demikian, peran industri perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional semakin signifikan.

Tabel I.1
Data Perkembangan Bank Syariah

Keterangan	2019	2020	2021	2022
BUS	14	14	12	13
Jumlah kantor	1.919	2.042	2 035	2007
UUS	20	20	21	20
Jumlah kantor	381	391	444	438
BPRS	164	163	164	167
Jumlah kantor	617	627	659	668

Pada tabel 1.1, memperlihatkan data yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang menunjukkan perkembangan dan perubahan jumlah Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) pada tahun 2019 hingga desember 2022 terjadi perubahan baik pengurangan maupun penambahan jumlah BUS, UUS, dan BPRS. Hal tersebut dikarenakan Bank Aceh Syariah melakukan spin-off dari Unit Usaha Syariah menjadi Bank Umum Syariah. Kemudian pada tahun 2021, bank BRI Syariah, bank BNI Syariah, dan bank Syariah Mandiri melakukan merger perusahaan menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Kemudian pada tahun 2022 bank BPD Kepri Riau berhasil melakukan konversi dari bank konvensional menjadi bank umum syariah.

Perbankan syariah merupakan suatu lembaga yang memiliki peran yang penting dalam berjalannya suatu pembangunan, apalagi di dunia usaha. Perbankan syariah awal munculnya di mesir yaitu pada tahun 1963 di kota mit Ghamr. Prinsip-prinsip yang terkait dengan produk dan jasa dari perbankan syariah yaitu jauh dari praktik produk riba dan produk haram. Empat elemen tersebut menjelaskan pengertian, dasar hukum dan pembagian dari bank syariah. Dalam memahami praktik ini, didalam bank syariah tidak menerapkan metode

riba dan bunga. Serta beberapa aturan dan perjanjian mengikuti hukum islam baik antara bank maupun kegiatan lainnya yang sesuai dengan syariat islam. Prinsip tersebut di atur dalam (pasal 11 UU No.3 tahun 2004 tentang BI). (Dayyan et al., 2019:27)

Perbankan syariah memiliki beberapa produk dan jasa antaranya mudharabah, musyarakah, murabaah, ijarah, ishtisna dan produk lainnya yang juga lebih menarik dan tidak di miliki oleh bank bank konvensional, produk dan jasa tersebut tidak membentuk sistim bunga seperti yang terjadi di bank bank konvensional. Ada beberapa pendapat masyarakat tentang bank syariah yaitu bank syariah terkenal dengan sistem bagi hasil dan tidak memakai sistim bagi hasil. Tetapi nyatanya pendapat sikap dan persepsi masyarakat tentang bank syariah ini sangat banyak ragamnya. Beragamnya sikap dan pendapat masyarakat tentang bank syariah ini diakibatkan karena kurang nya pemahaman serta pengetahuan yang dimiliki masyarakat tentang perbankan syariah ini. Dan karena perbedaan pendapat hal ini berpotensi dan menjadi pengaruh terhadap pengetahuan yang dimiliki masyarakat tentang baik digunakan nya bank syariah, hal tersebut berakibat kurang nya minat masyarakat untuk bertransaksi di bank syariah. (Desiana & Putri, 2018:43)

Nasabah perbankan syariah dapat memanfaatkan layanan bebas bunga. Bunga tidak diperbolehkan untuk dibayar atau ditarik dalam transaksi apa pun. Muslim dilarang menarik uang atau membayar bunga (riba). Larangan ini membedakan sistem perbankan syariah dengan sistem perbankan konvensional. Riba adalah istilah teknis yang mengacu pada penambahan pokok dan bunga

pinjaman. Bank-bank Islam didirikan berdasarkan gagasan non-diskriminasi antara masalah temporal (keduniaan) dan agama. Gagasan ini mengharuskan kepatuhan terhadap syariah di semua bidang kehidupan. (Rosyidah, 2019:64).

Salah satu faktor paling mendasar dalam mengembangkan produk-perbankan syariah di kalangan warga adalah pengetahuan. Pengetahuan merupakan pengalaman aktual yang tersimpan dalam kesadaran manusia. Pengetahuan adalah informasi, informasi bisa diperoleh melalui berbagai media, seperti iklan pada majalah, televisi, Koran, radio, pamphlet, bahkan bisa juga melalui pengalaman seseorang

Pengetahuan masyarakat terhadap produk perbankan syariah sangat penting. Karena kinerja sebenarnya dari perilaku seseorang adalah produk dari respon terhadap rangsangan sensorik. Dalam kasus yang lebih spesifik, perilaku masyarakat (nasabah) terkait minat mereka untuk menggunakan produk tersebut sebenarnya akan sangat dipengaruhi dan ditentukan oleh pengaruh mereka terhadap apa dan bagaimana produk perbankan syariah itu (Mardiah, 2018:24).

Minimnya pengetahuan masyarakat ihwal produk perbankan syariah juga dirasakan sang rakyat pada Kota Medan. Hal ini disebabkan kurangnya informasi dan sosialisasi mengenai produk-produk ini menyebabkan masyarakat ragu atau enggan untuk beralih atau menggunakan layanan perbankan syariah. Hal ini memerlukan upaya lebih dari pihak perbankan dan pemerintah untuk meningkatkan edukasi dan pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah, termasuk manfaat dan keunggulannya dibandingkan dengan perbankan

konvensional. Upaya tersebut dapat berupa program sosialisasi, seminar, workshop, dan kampanye informasi yang lebih luas di berbagai media.

Kehadiran bank syariah pada Medan pada awalnya mengalami kesulitan pada memperkenalkan produk perbankan syariah sebab kurangnya pengetahuan warga wacana bank syariah (Kurnia & Tripalupi, 2021:41).

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Warga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Uisu)”

1.2. Identifikasi Masalah

Masalah yang dapat diidentifikasi melalui latar belakang dalam penelitian ini antara lain:

1. Minimnya pengetahuan masyarakat ihwal produk perbankan syariah
2. Rendahnya pemahaman tentang perbankan syariah dan kurangnya pengetahuan tentang produk bank syariah.

1.3. Batasan dan Rumusan Masalah

1.3.1. Batasan Masalah

Untuk menghindari perluasan masalah dalam penelitian ini, maka dilakukan pembatasan sebagai berikut:

1. Pengaruh Pengetahuan Warga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uisu)”

2. Seberapa besar pengaruh Pengetahuan Warga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uisu)?

1.3.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pembatasan masalah dalam penelitian ini, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengetahuan warga tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UISU)?
2. Seberapa besar pengaruh pengetahuan warga tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UISU)?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengetahuan warga tentang Perbankan Syariah Terhadap minat memilih produk Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UISU).
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengetahuan warga tentang Perbankan Syariah terhadap minat memilih produk Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Uisu).

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai alat pembelajaran, untuk membandingkan teori dengan realitas di lapangan, dan untuk memperluas cakrawala teoritis dan praktis

2. Masyarakat

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi dan penentuan kebijakan dalam memilih produk perbankan syariah.

3. Universitas

Penulisan ini dimaksudkan untuk memberikan para sarjana ide-ide baru dan informasi mengenai produk perbankan syariah

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Uraian Teoritis

2.1.1 Minat Memilih Produk

a. Pengertian Minat Memilih Produk

Tiap individu mempunyai kecenderungan fundamental untuk berhubungan dengan sesuatu yang berada dalam lingkungannya, jika sesuatu itu memberikan kesenangan pada dirinya kemungkinan ia akan berminat terhadap sesuatu itu

Menurut Kotler & Keller (2016:137) berpendapat bahwa minat beli merupakan salah satu jenis perilaku konsumen yang terjadi sebagai respon yang muncul terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk membeli sesuatu. Minat beli merupakan bagian dari elemen perilaku dalam sikap konsumen.

Sementara menurut Schiffman & Kanuk (2015:228) berpendapat bahwa minat beli merupakan penjelasan dari sikap seseorang terhadap objek yang sangat cocok untuk mengukur perilaku produk, jasa, atau merek tertentu.

Menurut Priansa (2017:164) minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli suatu produk tertentu serta banyaknya unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu.

b. Macam Macam Minat

Khairani, (2014:141). menyatakan bahwa ada tiga cara yang dapat dipergunakan dalam menentukan minat, yaitu :

1. Minat yang diekspresikan/Expressed Interest yaitu apabila seseorang memberikan ungkapan terhadap minatnya atau pilihan dengan kata-kata tertentu.
2. Minat yang diwujudkan/Manifest Interest yaitu apabila seseorang memberikan ungkapan terhadap minatnya bukan melalui kata-kata, melainkan melalui tindakan ataupun perbuatan, dengan ikut berpartisipasi dan berperan aktif dalam suatu kegiatan.
3. Minat yang diinventarisikan/Inventoral Interest yaitu seseorang yang menilai atas minatnya agar dapat diukur dengan menjawab sejumlah pertanyaan atau urutan pilihan untuk kelompok aktivitas tertentu. Pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat diukur melalui angket untuk mengetahui minat tersebut (Khairani, 2014:141).

c. Indikator Minat Memilih Produk

Menurut Ferdinand dalam Septyadi *et.al.*, (2022:25) Minat beli diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut :

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli suatu produk.
2. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.

3. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

2.1.2 Perbankan Syariah

a. Pengertian Perbankan Syariah

Bank merupakan lembaga yang dipercaya oleh masyarakat dari berbagai macam kalangan dalam menempatkan dananya secara aman. Di sisi lain, bank berperan menyalurkan dana kepada masyarakat dan memberikan pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan dana. Bank Syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima oleh Bank Syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dan bank. Perjanjian (akad) yang terdapat di perbankan syariah harus tunduk pada syarat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam syariat islam (Ismail, 2021:32)

Berdasarkan UU Nomor 21/2008 tentang perbankan syariah, Bank syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank umum Syariah dan bank pembiayaan Rakyat Syariah. Adapun prinsip syariah yang di maksud oleh UU tersebut adalah prinsip hukum islam dalam kegiatan perbankan

berdasarkan fatwa yang di keluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah.

b. Fungsi Perbankan Syariah

Fungsi dan peranan Bank Syariah yang diantaranya tercantum dalam pembukaan standar akuntansi yang dikeluarkan oleh *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution (AAOIFI)*, sebagai berikut:

- a) Manajer investasi, Bank Syariah dapat mengelola investasi dana nasabah
- b) Investor, Bank Syariah dapat menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya
- c) Penyediaan jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran
- d) Pelaksanaan kegiatan sosial, contoh: kewajiban mengeluarkan dan mengelola (menghimpun, mengadministrasikan, mendistribusikan) zakat serta dana sosial lainnya.
- e) Dalam UU perbankan Syariah No.21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah Pasal 3 menyatakan bahwa perbankan syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan dan pemerataan kesejahteraan rakyat.

c. Prinsip-Prinsip Perbankan Syariah

Prinsip-prinsip Bank Syariah. Prinsip dasar perbankan syariah berdasarkan pada al-Quran dan sunnah. Setelah dikaji lebih dalam

Falsafah dasar beroperasinya bank syariah yang menjiwai seluruh hubungan transaksinya berprinsip pada tiga hal yaitu efisiensi, keadilan, dan kebersamaan. Efisiensi mengacu pada prinsip saling membantu secara sinergis untuk memperoleh keuntungan/margin sebesar mungkin. Keadilan mengacu pada hubungan yang tidak dicurangi, ikhlas, dengan persetujuan yang matang atas proporsi masukan dan keluarannya.

Kebersamaan mengacu pada prinsip saling menawarkan bantuan dan nasihat untuk saling meningkatkan produktivitas. Dalam mewujudkan arah kebijakan suatu perbankan yang sehat, kuat dan efisien, sejauh ini telah didukung oleh enam pilar dalam Arsitektur Perbankan Indonesia (API) yaitu, struktur perbankan yang sehat, sistem pengaturan yang efektif, system pengawasan yang independen dan efektif, industri perbankan yang kuat, infrastruktur pendukung yang mencukupi, dan perlindungan konsumen. Daya tahan perbankan syariah dari waktu ke waktu tidak pernah mengalami *negative spread* seperti bank konvensional pada masa krisis moneter dan konsistensi dalam menjalankan fungsi intermediasi karena keunggulan penerapan prinsip dasar kegiatan operasional yang melarang bunga (riba), tidak transparan (gharar), dan (maisir) spekulatif.

d. Bagi Hasil Sistem Perbankan Syariah

Bagi hasil menurut terminologi asing (bahasa Inggris) dikenal dengan *profit sharing*. Profit dalam kamus ekonomi diartikan pembagian laba. Secara definisi profit sharing diartikan "distribusi beberapa bagian dari laba pada pegawai dari suatu Perusahaan". Menurut Antonio, bagi hasil

adalah suatu sistem pengolahan dana dalam perekonomian Islam yakni pembagian hasil usaha antara pemilik modal (shahibul maa/) dan pengelola (Mudharib). (Syafi'i Antoni, 2001:90)

Sistem bagi hasil merupakan sistem di mana dilakukannya perjanjian atau ikatan bersama di dalam melakukan kegiatan usaha. Di dalam usaha tersebut diperjanjikan adanya pembagian hasil atas keuntungan yang akan di dapat antara kedua belah pihak atau lebih. Bagi hasil dalam sistem perbankan syariah merupakan ciri khusus yang ditawarkan kepada masyarakat, dan di dalam aturan Syariah yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak (akad). Besarnya penentuan porsi bagi hasil antara kedua belah pihak ditentukan sesuai kesepakatan bersama, dan harus terjadi dengan adanya kerelaan (An-Tarodhin) di masing-masing pihak tanpa adanya unsur paksaan (Muhamad, 2004:18).

Prinsip bagi hasil merupakan bagian yang sangat penting dalam kegiatan usaha bank syariah. Prinsip bagi hasil merupakan penerapan prinsip keadilan dan kesetaraan. Dalam transaksi ekonomi syariah, termasuk aktual dan profitabilitas bank syariah itu sendiri. Perbankan bersama. Sebagaimana disebutkan di atas, sistem bagi hasil adalah sistem untuk membuat perjanjian atau jaminan bersama dalam melakukan kegiatan usaha. (Suherman, 2014:295)

Dalam bisnis ini, dua pihak atau lebih sepakat untuk mendistribusikan keuntungan yang diperoleh. Bagi hasil dalam sistem perbankan syariah

merupakan fungsi khusus yang diberikan kepada masyarakat, dalam aturan syariah terkait dengan pembagian hasil usaha harus ditentukan terlebih dahulu (akad) di awal akad. (Suherman, 2014:296).

Bagi hasil dalam lembaga keuangan syariah adalah bagi hasil keuntungan maupun kerugian. Jadi, jika dalam usaha bersama mengalami resiko maka dalam konsep bagi hasil, kedua belah pihak akan sama-sama menanggung resiko. Shahibul maal (nasabah) akan mengalami kerugian dalam modal, sedangkan pihak pengelola dana akan kerugian dalam tenaga yang telah dikeluarkannya. Dengan permasalahan itu, maka kedua belah pihak dalam konsep bagi hasil adalah adanya partisipasi dalam menanggung resiko. Memahami penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa bagi hasil adalah suatu sistem pengelolaan dana untuk usaha yang terjadi antara bank dan penyimpan dana maupun antara bank dan peminjam dana, kemudian hasilnya dibagi berdasarkan porsi bagi hasil yang telah disepakati di awal.

Pengembalian atau pembagian keuntungan yang diberikan oleh nasabah kepada lembaga keuangan atau diberikan oleh lembaga keuangan kepada nasabah. Bagi hasil dalam hal ini yaitu tidak hanya bagi hasil keuntungan namun apabila mendapatkan kerugian maka akan ditanggung oleh kedua belah pihak. Serta kerja sama para pihak dengan sistem bagi hasil ini harus dijalankan secara transparan dan adil. Karena untuk mengetahui tingkat bagi hasil pada periode waktu tertentu itu tidak dapat dijalankan kecuali harus ada laporan keuangan atau pengakuan yang

terpercaya. Pada tahap perjanjian kerjasama ini disetujui oleh para pihak, maka semua aspek yang berkaitan dengan usaha harus disepakati dalam kontrak, agar antar kedua pihak saling mengingatkan.

2.1.3 Pengetahuan

a. Pengertian Pengetahuan

Saraswati (2016:31) menyatakan bahwa pengetahuan adalah informasi yang telah diinterpretasikan oleh seseorang dengan menggunakan sejarah, pengalaman, dan skema interpretasi yang dimilikinya.

Menurut Sumarwan (2019:140), pengetahuan sebagai semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk serta informasi lain yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Pengetahuan adalah informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut serta informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen (Sunyoto, 2015:51).

Dari penjabaran di atas dapat menyimpulkan bahwa pengetahuan merupakan hasil dari tahu seseorang terhadap sesuatu hal dalam memahami suatu objek yang dihadapinya atau hasil usaha manusia dalam memahami suatu objek tertentu.

b. Tingkat Pengetahuan

Simarmata, dkk, (2020:10) Pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang, sebab

dari pengalaman apabila perilaku yang didasari oleh pengetahuan akan lebih baik daripada tidak dengan pengetahuan. Adapun pengetahuan yang dicakup didalam domain kognitif memiliki 6 tingkatan, diantaranya :

1. Tahu (*know*)

Tahu diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya. Tingkatan ini adalah mengingat kembali terhadap suatu yang spesifik dan seluruh bahan yang dipelajari atau rangsangan yang diterima.

2. Memahami (*comprehension*)

Memahami diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang suatu objek yang diketahui, dan dapat menginterpretasikan materi tersebut dengan benar.

3. Aplikasi (*aplication*)

Aplikasi diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi atau kondisi yang sebenarnya.

4. Analisis (*analysis*)

Analisis atau kemampuan untuk menjabarkan materi atau suatu objek kedalam komponen-komponen, tetapi masih masuk kedalam struktur organisasi dan masih berkaitan dengan satu sama lain.

5. Sintesis (*synthesis*)

Sintesis menunjukkan pada suatu kemampuan untuk meletakkan atau menghubungkan bagian-bagian didalam suatu bentuk keseluruhan yang

baru, dengan kata lain, sintesis merupakan kemampuan untuk menyusun formulasi baru ataupun yang sudah ada.

6. Evaluasi (*evaluation*)

Evaluasi ini berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan penilaian terhadap suatu materi objek. Penilaian-penilaian itu didasarkan pada suatu kriteria yang ditentukan sendiri atau yang sudah ada.

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan antara lain :
(Simarmata, dkk, 2020:12):

1. Faktor internal

a. Pendidikan.

Pendidikan dapat membawa wawasan ataupun pengetahuan seseorang. Secara umum, seseorang berpendidikan lebih tinggi akan mempunyai pengetahuan yang luas dibandingkan dengan seseorang yang tingkat pendidikannya lebih rendah

b. Pengalaman.

Pengalaman dapat diperoleh dari pengalaman sendiri ataupun pengalaman orang lain. Pengalaman yang sudah diperoleh dapat memperluas pengetahuan seseorang.

c. Usia.

Usia adalah lamanya tahun yang terhitung sejak dilahirkan yang artinya semakin cukup umur tingkat kematangan maupun

kekuatan seseorang akan lebih matang dalam pola pikir dan dalam bekerja.

2. Faktor eksternal

a. Ekonomi.

Ekonomi dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang akan suatu hal apabila didalam kebutuhan didalam kebutuhan sehari-hari, keluarga dengan status ekonomi yang baik lebih mudah tercukupi dibandingkan dengan ekonomi keluarga yang rendah.

b. Informasi.

Informasi baru yang diperoleh dari berbagai sumber akan mempengaruhi tingkat pengetahuan dan sikap seseorang. Bila seseorang memperoleh informasi, maka ia cenderung mempunyai pengetahuan yang luas.

c. Kebudayaan/lingkungan

Kebudayaan maupun lingkungan seperti didalam keluarga mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap pengetahuan.

d. Indikator Pengetahuan

Menurut Peter dan Olson kategori pengetahuan produk dapat dibagi tiga, yaitu pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk, pengetahuan tentang manfaat produk dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen (Firmansyah, 2018: 69). Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Peter dan Olson tersebut, maka

indicator-indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat pengetahuan seorang konsumen adalah:

- 1) Atribut produk adalah segala spesifikasi suatu produk atau jasa yang dapat dirasakan. Dalam produk tabungan contohnya terdapat kartu atm dan buku tabungan serta fitur yang ada dalam BSI Mobile. Manfaat produk adalah suatu akibat langsung yang dialami ketika produk tersebut digunakan. Dalam aspek produk tabungan bank syariah ketika nasabah merasakan manfaat dari produk tabungan sehingga memutuskan menggunakan produk tabungan bank syariah indonesia.
- 2) *Action* atau tindakan adalah adanya dorongan kuat calon konsumen sehingga terjadinya keputusan dalam membeli produk yang ditawarkan oleh produsen. Contohnya ketika nasabah memutuskan untuk membuka rekening tabungan dibank syariah setelah mengetahui tentang produk tersebut.

2.1.4 Hubungan Pengetahuan Dengan Minat

Pengetahuan produk merupakan cakupan seluruh informasi akurat yang disimpan dalam memori konsumen yang sama baiknya dengan persepsinya terhadap pengetahuan produk. Secara umum, konsumen dengan pengetahuan produk yang lebih tinggi akan memiliki memori lebih baik, pengakuan, analisis dan kemampuan logika dibandingkan dengan pengetahuan produk yang lebih rendah. Akibatnya seseorang yang yang berpikir bahwa mereka memiliki pengetahuan produk yang lebih tinggi cenderung mengandalkan isyarat intrinsic

bukan stereotip untuk membuat penilaian terhadap kualitas produk karena konsumen menyadari pentingnya informasi produk.

Menurut Wang dan Hwang (2001) yang dikutip dari Lin dan Lin (2007), menyimpulkan bahwa konsumen dengan pengetahuan produk yang tinggi akan mengevaluasi produk berdasarkan kualitasnya karena mereka percaya diri dengan pengetahuan produk mereka. Dengan demikian konsumen akan menjadi sadar akan nilai produk dan akibatnya mengembangkan minat beli. Disisi lain konsumen yang memiliki pengetahuan produk yang rendah lebih mungkin untuk menjadi dipengaruhi isyarat lingkungan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang menjadi acuan dari penelitian ini dapat dilihat pada Tabel II.1.

Tabel II.1.
Penelitian Terdahulu

No.	Nama (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil Penelitian
1	Very Sidi (2022)	Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat	Dependent Minat Masyarakat	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat variabel pengetahuan berpengaruh
		Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Rambah Tengah Utara Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu).	Produk Perbankan Syariah independent Pengetahuan	signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk perbankan syariah. Dengan hasil uji T yaitu Nilai signifikansi (sig) = $0,000 < 0.05$ dan nilai $T_{hitung} 6,568 > T_{tabel} 1,986$. Hal ini dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel pengetahuan (X) terhadap minat (Y) secara parsial.

No.	Nama (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil Penelitian
2	Nong Dede (2022)	Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kp. Laban Ds. Cerucuk Kec.	Dependent Pengetahuan Independent Minat	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah, hal ini ditunjukkan dengan nilai thitung sebesar 7.124 dan ttabel sebesar 1.984. Jadi, nilai thitung $7.124 >$ ttabel 1.984 dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,584 atau 58,4% artinya hubungan antara pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah terhadap minat menabung di bank dapat dinyatakan sedang.
3	Achmad Fathahillah Akbar (2022)	Pengaruh Pengetahuan Siswa Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah Di Kabupaten Tapin	Dependent Pengetahuan Independent Minat	Berdasarkan hasil tabel output SPSS MAN 1 Tapin diketahui bahwa nilai Sig variabel pengetahuan (X) sebesar $0,036 < 0,05$ dan thitung sebesar $21,936 >$ $2,032$ berarti secara parsial variabel Pengetahuan Siswa Madrasah Aliyah Negeri 1 Tapin tentang Perbankan Syariah berpengaruh terhadap minat memilih produk Bank Syariah di Kabupaten Tapin (Y) dan hasil tabel output SPSS

No.	Nama (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil Penelitian
				<p>SMAN 1 Rantau diketahui bahwa nilai Sig variabel pengetahuan (X) sebesar $0,000 < 0,05$ dan t hitung sebesar $23,379 > 2,032$ berarti secara parsial variabel Pengetahuan Siswa Sekolah Menengah Atas 1 Rantau tentang Perbankan Syariah berpengaruh terhadap minat memilih produk Bank Syariah di Kabupaten Tapin (Y). dan hasil keduanya tidak ada perbedaan pengetahuan tentang Perbankan Syariah terhadap minat memilih produk Bank Syariah antara siswa MAN 1 Tapin dan SMAN 1 Rantau</p>
4	Kautsar Audytra Muhammad (2022)	Pengaruh Pengetahuan Warga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Muamalat (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darunnajah)	<p>Dependent Pengetahuan</p> <p>Independent Minat</p>	<p>minat warga dipengaruhi secara bersama-sama oleh pengetahuan definisi, pengetahuan lokasi, pengetahuan prinsip-prinsip, dan pengetahuan produk-produk Bank Muamalat. Dari keempat faktor yang ada ternyata faktor pengetahuan lokasi merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi Warga Pondok Pesantren Darunnajah untuk memilih Bank Muamalat.</p>
5	Abdillah Syekh Assegaf (2022)	Pengaruh Pengetahuan Produk dan Kepercayaan masyarakat Jakarta terhadap Minat Menabung pada	<p>Dependent Minat</p> <p>Independent</p>	<p>Hasil dari penelitian inidiharapkan memiliki implikasi untuk Bank Syariah Indonesia sebagai acuan tambahan dalam</p>

No.	Nama (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil Penelitian
		Bank Syariah Indonesia	Pengetahuan Produk dan Kepercayaan masyarakat	menyusun strategi dalam meningkatkan minat menabung pada Bank Syariah Indonesia, seperti.meningkatkan pengetahuan produk masyarakat, melakukan seminar dan mengadakan workshop untuk masyarakat agar menambah pengetahuan terhadap perbankan syariah
6	Anin Noviyanti (2024)	Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Lokasi Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Di Bank Syariah (Studi Pada Guru Sdit At-Taqwa Gumawang, Kab. OKU Timur, Sumatera Selatan)	Dependent Minat Memilih Produk Di Bank Syariah Independent Pengetahuan, Religiusitas Dan Lokasi Perbankan Syariah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Variabel Pengetahuan, secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat memilih produk di bank syariah. (2) Variabel Religiusitas, secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat memilih produk di bank syariah. (3) Variabel Lokasi, secara parsial berpengaruh terhadap minat memilih produk di bank syariah
7	Sigit Setiyo Nugroho (2020)	Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Dosen Fiai Kopertais III D.I Yogyakarta di Bank Syariah	Dependent Minat Menabung Independent Pengetahuan Produk Perbankan Syariah	Hasil dari penelitian ini adalah adanya pengaruh yang signifikan antara pengetahuan produk perbankan syariah terhadap minat menabung dosen fiai kopertais di bank syariah.dan hasil nilai t sebesar 2,026 dengan nilai signifikan sebesar 0,047. Hasil ini membuktikan bahwa variabel pengetahuan produk perbankan syariah memiliki pengaruh terhadap

				minat menabung dosen fiai kopertais di bank Syariah
No.	Nama (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil Penelitian
8	Muh. Fadli (2019)	Pengaruh Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Pedagang Kaki Lima Lapangan Pancasila Kota Palopo)	Dependent Minat Independent Pengetahuan Perbankan Syariah	Hasil regresi menunjukkan ada pengaruh antara pemahaman perbankan syariah pedagang kaki lima terhadap minat menabung di bank syariah yaitu diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.507 atau 50,7% dengan nilai signifikan sumber daya manusia sebesar $0,000 < 0,05$.

2.3 Kerangka Konseptual

Perbankan Syariah adalah konsep yang telah mendapatkan daya tarik di masyarakat. Ini adalah lembaga bisnis yang kekayaan pokoknya dalam bentuk aset keuangan, yang memberikan pinjaman dan menginvestasikan dananya dalam sekuritas.

Perbankan syariah yang sistem operasinya menggunakan sistem bagi hasil (*profit and loss sharing*), dapat digambarkan sebagai stimulus yang dapat menghasilkan berbagai persepsi mengenai sistem operasional perbankan syariah, sehingga menghasilkan respon masyarakat yang baik. Ada tiga jenis ajaran Islam: Aqidah, Akhlak, dan Syariah. Bank Syariah adalah bank yang diatur sesuai dengan syariah Islam. Keyakinan dan moral terkait dengan agama seseorang, dan moral terkait dengan tindakan etis; oleh karena itu, kegiatan harus dilaksanakan dalam semua aspek kehidupan, termasuk perbankan. Bank syariah, di sisi lain,

diatur oleh hukum syariah sebagai sistem. Syariah berasal dari Al-Qur'an dan Hadis dan kemudian ditafsirkan oleh para ulama, yang interpretasinya dikenal sebagai fiqh.

Fiqh dibagi menjadi dua jenis yang mengatur hubungan vertikal antara manusia dan Tuhan, yang dikenal sebagai fiqh ibadah, dan mereka yang mengatur hubungan horizontal antara manusia dan makhluk lain, yang dikenal sebagai fiqh muamalah. Ada ekonomi di Muamalah, dan ada sistem keuangan dalam perekonomian. Bank-bank Islam adalah komponen dari sistem keuangan dan ekonomi syariah (Ifham, 2015:1-2).

Produk mudharabah memiliki porsi yang cukup besar dalam berkontribusi pada Bank syariah sebagai produk simpanan. Untuk meningkatkan pertumbuhan perbankan Syariah di masyarakat, perlu diadakannya edukasi pada masyarakat tentang perbankan syariah agar sadar akan kelebihan dan kekurangan bank syariah. Minimnya pengetahuan tentang perbankan syariah dan kelangkaan bank syariah menyebabkan masyarakat tidak tertarik untuk menggunakan produk perbankan syariah

Sesuai dengan uraian tersebut, maka dapat digambarkan pula kerangka konseptual yang dapat dilihat pada Gambar II.1.



Gambar II.1.
Kerangka Konseptual

2.4. Hipotesis

Berdasarkan kerangka konseptual dalam penelitian ini, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

H_a : Pengetahuan Warga Tentang Perbankan Syariah Tidak Signifikan Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UISU)

H_0 : Pengetahuan Warga Tentang Perbankan Syariah Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UISU)