

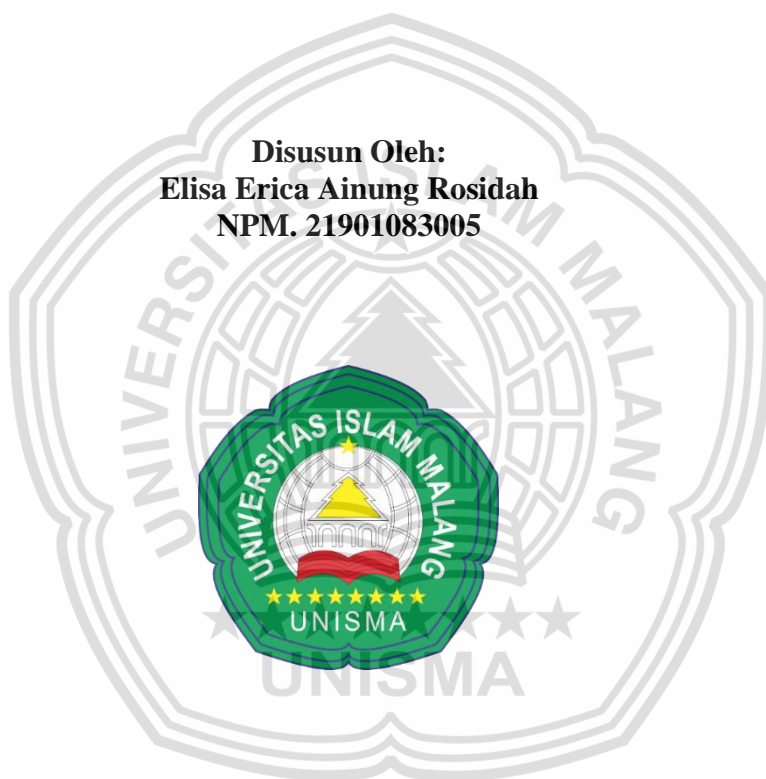


**PENGARUH EFEKTIVITAS PEMBUKAAN REKENING ONLINE,
PENGETAHUAN PRINSIP SYARIAH DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK SYARIAH
(Studi Kasus Nasabah BSI Se-Malang Raya)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**Disusun Oleh:
Elisa Erica Ainung Rosidah
NPM. 21901083005**

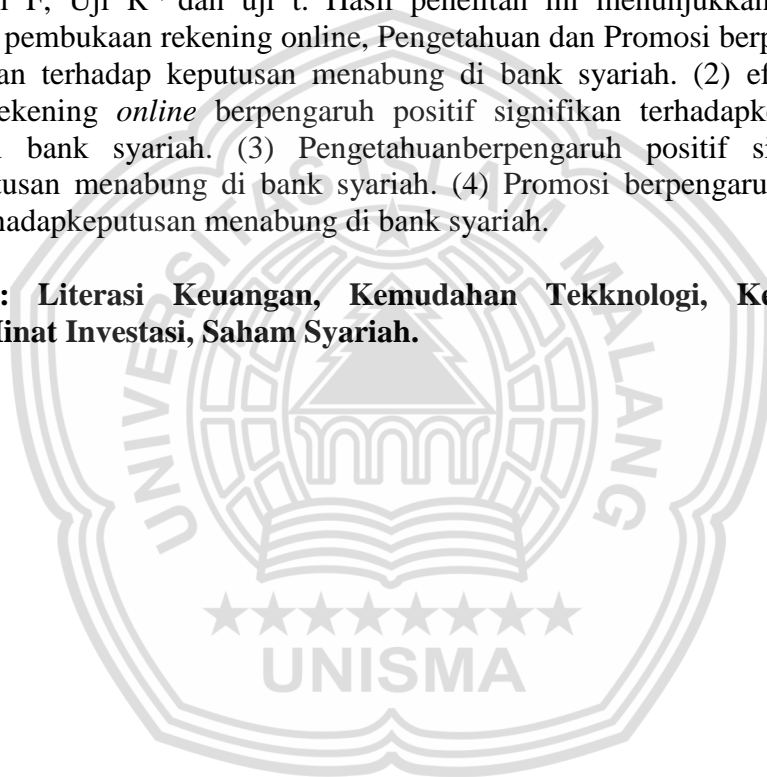


**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PERBANKAN SYARIAH
2024**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menilai mengetahui pengaruh efektivitas pembukaan rekening online, pengetahuan dan promosi terhadap keputusan menabung di bank syariah baik secara parsial maupun simultan. Metode korelasional yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini ialah Nasabah BSI Se-Malang Raya sebanyak 100 orang. Dalam penelitian ini, kuisioner digunakan sebagai metode pengumpulan data. Uji validitas dan uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kinerja dari instrumen tersebut. Tidak hanya itu penelitian ini juga menggunakan Uji normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, Analisa Regresi Linier Berganda, Uji F, Uji R^2 , dan uji t. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Efektivitas pembukaan rekening online, Pengetahuan dan Promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menabung di bank syariah. (2) efektivitas pembukaan rekening *online* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah. (3) Pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah. (4) Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah.

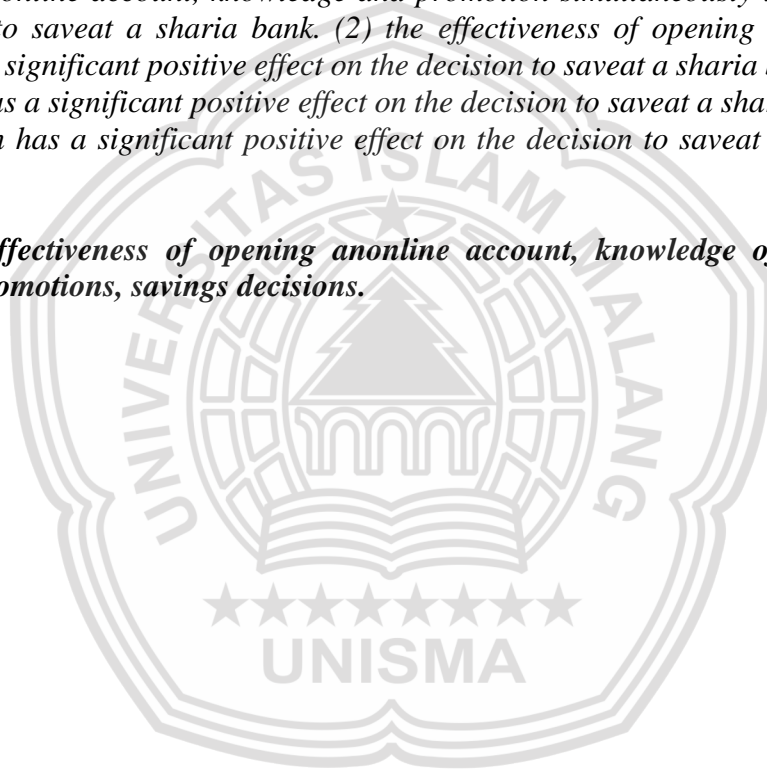
Kata Kunci: Literasi Keuangan, Kemudahan Teknologi, Kemajuan Teknologi, Minat Investasi, Saham Syariah.



ABSTRACT

This research aims to find out and assess the influence of the effectiveness of opening anonline account, knowledge and promotion on the decision to saveat a sharia bank, both partially and simultaneously. The correlation al method used in this researc his quantitative. The population in this study was 100 BSI customers throughout Malang Raya. In this research, questionnaires were used as a data collection method. Validity tests and reliabilitytests are used to measure the performance of the instrument. Not onlythat, this research also uses normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, F test, R2 test, and t test. The results of this research show that: (1) The effectiveness of opening anonline account, knowledge and promotion simultaneously influence the decision to saveat a sharia bank. (2) the effectiveness of opening anonline account has a significant positive effect on the decision to saveat a sharia bank. (3) Knowledge has a significant positive effect on the decision to saveat a sharia bank. (4) Promotion has a significant positive effect on the decision to saveat a sharia bank.

Keywords: *Effectiveness of opening anonline account, knowledge of sharia principles, promotions, savings decisions.*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah menetapkan dasar-dasar hukum operasional perbankan membawa dampak pada pesatnya perkembangan perbankan syariah di Indonesia. Undang-Undang ini menjadi ketentuan yang tetap menjamin kelegalan Bank Syariah. Perkembangan perbankan syariah merupakan bentuk penerapan Sistem Ekonomi Syariah di Indonesia yang telah memasuki babak baru (Sumar'in, 2012). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang mempunyai pandangan tersendiri tentang Bank Syariah bahwa para bankir tertarik mengembangkan Bank Syariah yang sebelumnya sekedar memperkenalkan praktik alternatif Perbankan Syariah, namun kini tumbuh berkembang dengan menempatkan posisinya sebagai pemain utama dalam percaturan ekonomi Indonesia (Istiqomah, 2015).

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Tabungan BSI pada
PT. Bank Syariah Indonesia Tahun 2019 - 2021

Tahun	Jumlah Nasabah	Persen
2019	161.474	30,0%
2020	163.746	30,3%
2021	214.615	39,7%
Jumlah	539835	100%

Sumber: Malang Dalam Angka, 2022

Berdasarkan dari tabel 1.1 di atas dapat dijelaskan jumlah nasabah

tabungan PT. Bank Syariah Indonesia Kota Malang 3 tahun terakhir yaitu pada tahun 2019 jumlah nasabah sebanyak 161.474 orang, pada tahun 2020 jumlah nasabah sebanyak 163.746 orang, mengalami kenaikan sebanyak 2.272 orang, sedangkan pada tahun 2021 jumlah nasabah sebanyak 214.615 orang, dan mengalami kenaikan sebanyak 50.869 orang.

Pemilihan keputusan nasabah terhadap tabungan Bank Syariah memberikan keleluasaan lebih dalam bertransaksi, kejelasan dalam pencatatan dan keuntungan lain yang menunjang transaksi dan kebutuhan bisnis (Aiyub, 2007). Berdasarkan keunggulan yang dimiliki produk tersebut akan mempengaruhi nasabah dalam menabung (Prasetyo, 2012). Atas dasar pertimbangan sebagaimana diuraikan di atas maka perlu pelayanan yang berkualitas baik dapat diciptakan oleh bank melalui pemenuhan harapan dan kebutuhan nasabah, dengan demikian maka pihak bank harus seimbang menyelaraskan keinginan, harapan nasabah dan tingkat kredibilitas kinerja yang sebisanya dapat diterima oleh nasabah sehingga bisa meningkatkan dedikasi bank itu sendiri. Bank harus berupaya untuk selalu memperbaiki dengan meningkatkan kualitas jasa dengan layanan yang baik dari waktu ke waktu, ketepatan waktu pelayanan, kesopanan dan keramah tamahan, tanggung jawab, kemudahan dalam mendapatkan fasilitas pelayanan kenyamanan (Rivai dkk, 2011). Beberapa faktor yang melatar belakangi nasabah dalam memilih perbankan syariah berasal dari luar maupun dari nasabah itu sendiri. Salah satu faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah dalam menggunakan layanan perbankan syariah adalah motivasi menghindari riba merupakan merupakan

faktor yang ada dalam diri seseorang yang menggerakkan, mengarahkan perilaku untuk memenuhi tujuan tertentu. Upaya yang harus dilakukan perbankan dalam meningkatkan jumlah nasabah selain motivasi adalah dengan mempelajari dan mengamati hal-hal yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah untuk menggunakan jasa suatu bank. Karena nasabah merupakan pusat perhatian perusahaan. Berdasarkan penelitian terdahulu terdapat beberapa yang mempengaruhi keputusan menabung Syukri & Nofrianto (2019) menelaah faktor-faktor yang memilih jasa perbankan syariah dalam peneliti yang berjudul Pengaruh Produk, Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung di Bank Syariah.

Zahro (2020) mendefinisikan efektivitas merupakan suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas, dan waktu) yang telah tercapai. Efektivitas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam mencapai hasil akhir yang telah ditetapkan secara tepat. Dalam penelitian ini efektivitas berarti hasil yang didapat oleh nasabah dari penggunaan layanan pembukaan rekening online perbankan syariah sebagai inovasi tujuan mendukung kebutuhan di era digitalisasi. Penelitian terdahulu mengenai pengaruh efektivitas pembukaan rekening online dan promosi terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia di masa pandemic covid 19 seperti yang dilakukan oleh Rani (2020) menyatakan bahwa variabel efektivitas pembukaan rekening online berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah, namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Taslim, (2018) menunjukkan bahwa *sales promotion* mempengaruhi secara negative dan tidak

signifikan terhadap minat nasabah.

Perkembangan teknologi yang cukup pesat banyak dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan yang salah satunya perbankan syariah untuk menambah pangsa pasarnya dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Dalam pemanfaatan tersebut perbankan syariah menawarkan inovasi berupa aplikasi *mobile banking*. Aplikasi ini didalamnya terdapat fitur-fitur yang dapat digunakan oleh nasabah untuk memudahkan memperoleh informasi dan juga melakukan kegiatan transaksi. Berdasarkan aplikasi BSI *mobile*, fitur-fitur yang ada secara umum diantaranya info rekening, transfer, pembayaran, pembelian, layanan islami, berbagi- Ziswaf, e-mas, tarik tunai, *top up eWallet*, *E-commerce*, Buka rekening dan sebagainya. Salah satu fitur *mobile banking* yaitu pembukaan rekening merupakan sebuah fitur inovatif dan bisa dimanfaatkan oleh masyarakat. Berdasarkan wawancara dengan Indria Whayuni *Branch Operational and Service Manager* dalam (Irawan, 2020), pembukaan rekening online mulai dikenalkan pada akhir tahun 2019 agar dapat menarik minat masyarakat yang ingin menggunakan jasa layanan BSM.

Perbankan syariah untuk memperkenalkan fitur pembukaan rekening *online* kepada kalangan masyarakat membutuhkan kegiatan promosi yang efektif agar masyarakat dapat mengetahui dan tertarik dengan fitur pembukaan yang ada. Selain itu, efektivitas pembukaan rekening online berupa kemudahan yang bisa diasumsikan bahwa proses secara efektif telah mencapai tujuan juga dapat menarik minat nasabah untuk membuka rekening online.

Saraswati (2016) menyatakan bahwa pengetahuan adalah informasi yang

telah diinterpretasikan oleh seseorang dengan menggunakan sejarah, pengalaman, dan skema interpretasi yang dimilikinya. Dalam perspektif yang beragam, pengetahuan dapat dilihat dari berbagai perspektif: sebuah kondisi pikiran, sebuah objek, sebuah proses, sebuah kondisi untuk mendapatkan pengetahuan, dan sebuah kapasitas. Saputra (2022) mendefinisikan pengetahuan tentang bank syariah adalah segala informasi yang dapat didapatkan dari berbagai sumber (buku, koran, media social, dan lain-lain) mengenai bank syariah yang telah diinterpretasikan oleh seseorang dengan menggunakan sejarah, pengalaman, dan skema interpretasi yang dimiliki sehingga dapat mempengaruhi tindakan seseorang tersebut untuk menggunakan jasa perbankan syariah. Penelitian yang dilakukan oleh Saputra (2022) menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung sebagai variabel investering.

Darmawan (2019) mendefinisikan promosi mempunyai peranan sebagai alat berkomunikasi dengan individu-individu, kelompok-kelompok atau organisasi-organisasi yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi salah satu diantara penerima informasi tersebut (atau lebih) untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan (Zuliyansah, 2020). Promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk dan mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi akan meningkatkan lembaga keuangan syariah tersebut (Zuliyansah, 2020). Promosi yang dilakukan oleh perbankan syariah melalui media cetak ataupun elektronik dan sebagainya. Kegiatan promosi perlu dilakukan dengan cara yang tepat, sehingga dapat

mempertahankan nasabahnya agar tetap menabung pada bank tersebut dan jika dilakukan dengan penyampaian yang berlebihan dan tidak tepat akan mengurangi minat masyarakat untuk menabung pada bank tersebut. Oleh karena itu, bank harus memanfaatkan dengan baik dan benar media promosi yang ada seperti iklan pada media cetak atau elektronik, promosi langsung dan lain sebagainya. Promosi juga sangat penting dan berpengaruh dalam menarik minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah, tanpa adanya promosi, masyarakat tidak akan mengenal bank dan produk yang ada ditawarkan. Salah satu tujuan promosi ialah memberitahukan pada masyarakat tentang keberadaan produk, manfaat, keunggulan, atribut-atribut yang dimiliki, harga, dimana dan cara memperolehnya. Bank Syariah harus melakukan suatu promosi lebih luas agar dapat menarik perhatian masyarakat dan dampak pada masyarakat untuk menabung semakin besar.

Dari uraian diatas peneliti tertarik untuk mencoba mengadakan penelitian terkait apakah terdapat pengaruh dari tiga variabel yaitu efektifitas pembukaan rekening online, pengetahuan dan promosi pembukaan rekening online terhadap keputusan menabung di Bank Syariah Indonesia. Dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti pengaruh efektifitas pembukaan rekening online, pengetahuan dan promosi terhadap keputusan menabung di Bank Syariah. Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Dengan demikian penulis mengambil judul penelitian **“PENGARUH EFEKTIVITAS PEMBUKAAN REKENING ONLINE, PENGETAHUAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK**

SYARIAH (Studi Kasus Nasabah BSI Di Kota Malang)”.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan maka di rumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh efektivitas pembukaan rekening *online*, pengetahuan dan promosi terhadap keputusan menabung di bank syariah?
2. Bagaimana pengaruh Efektivitas pembukaan rekening *online* terhadap keputusan menabung di bank syariah?
3. Bagaimana pengaruh pengetahuan terhadap keputusan menabung di bank syariah?
4. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan menabung di bank syariah?

1.3.Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh efektivitas pembukaan rekening online, pengetahuan dan promosi terhadap keputusan menabung di bank syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh Efektivitas pembukaan rekening online terhadap keputusan menabung di bank syariah
3. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap menabung di bank syariah
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan menabung di bank syariah

1.3.2. Manfaat Penelitian

Bersadarkan latar belakang seperti di atas, maka diharapkan penelitian ini dapat dimanfaatkan baik secara praktik maupun teoritis. Berikut manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

a. Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi atau landasan dasar tentang pengaruh efektivitas pembukaan rekening online, pengetahuan dan promosi terhadap keputusan menabung di bank syariah.

b. Bagi Ilmu Pengetahuan

Dengan hasil penelitian ini peneliti berharap dapat dijadikan sebagai bahan referensi pembahasan dan memberikan pengetahuan tambahan Efektivitas pembukaan rekening secara online.

2. Secara Praktis

Dalam manfaat praktis dibagi menjadi dua bagian, yaitu manfaat untuk peneliti, perusahaan, masyarakat muslim.

a. Bagi Perusahaan

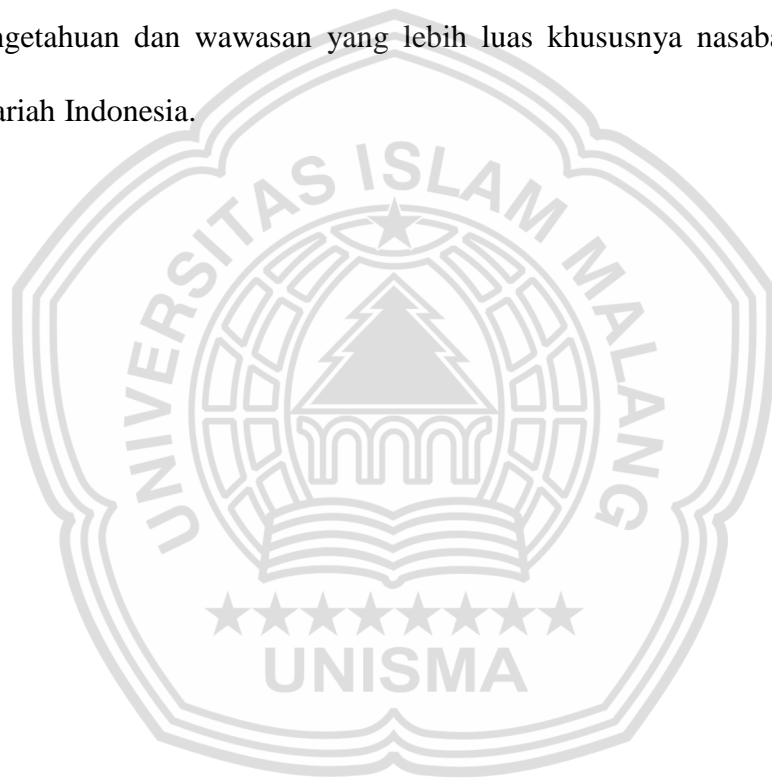
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan informasi bagi perusahaan terkait kinerja Bank Syariah Indonesia. Perusahaan perlu untuk mengetahui keefektifan kinerja untuk memperbaiki perusahaan kedepannya agar direspon pasar dengan baik.

b. Bagi Nasabah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan wawasan yang lebih luas khususnya nasabah Bank Syariah Indonesia.

c. Bagi OJK

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan wawasan yang lebih luas khususnya nasabah Bank Syariah Indonesia.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1.Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis “pengaruh efektivitas pembukaan rekening *online*, Pengetahuan dan Promosi terhadap keputusan menabung di bank syariah (studi kasus nasabah BSI di kota Malang)”. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh efektivitas pembukaan rekening *online*, Pengetahuan dan Promosi secara simultan terhadap keputusan menabung di bank syariah, yakni efektivitas pembukaan rekening *online*, Pengetahuan dan Promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menabung di bank syariah.
2. Pengaruh efektivitas pembukaan rekening *online* terhadap keputusan menabung di bank syariah, yakni efektivitas pembukaan rekening *online* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah.
3. Pengaruh Pengetahuan terhadap keputusan menabung di bank syariah, yakni Pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah.
4. Pengaruh Promosi terhadap keputusan menabung di bank syariah, yakni Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih mempunyai beberapa keterbatasan antara lain yaitu:

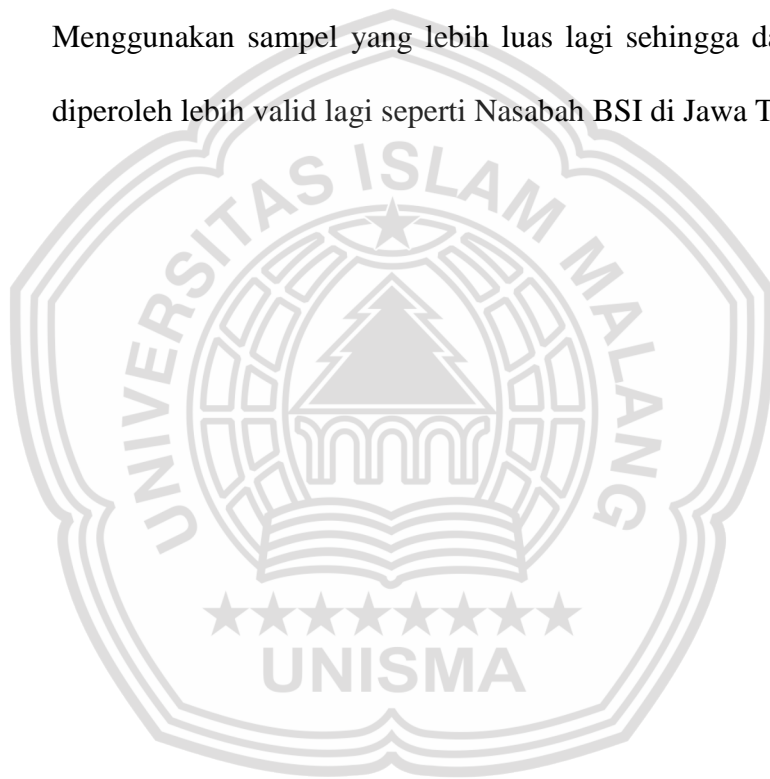
1. Menggunakan metode Kuisisioner sehingga mempunyai kelemahan seperti tidak jarang responden memberikan jawaban yang tidak sesuai atau tidak menunjukkan keadaan sebenarnya yang pernah dialaminya.
2. Pada penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel bebas yakni pembukaan rekening *online*, Pengetahuan dan Promosi.
3. Keterbatasan sampel pada penelitian ini yakni hanya nasabah BSI Malang.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang diperoleh saya sebagai peneliti sadar akan banyak kekurangan dalam penelitian ini sehingga saya memberikan menyarankan kepada pihak-pihak berikut mengenai penelitian ini:

1. Peneliti selanjutnya dapat melakukan mengganti metode penelitian menjadi wawancara, Sugiyono (2016:318) mengemukakan bahwa dengan wawancara, maka peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimana hal ini tidak dapat ditemukan melalui observasi. hal ini dilakukan untuk memperoleh data yang lebih baik dan lebih valid.

2. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lainya seperti pada variable Fasilitas yang terdapat dalam penelitian Saputra (2022), Variabel Pelayanan yang terdapat dalam penelitian Hasanuddin, Et,al. (2019) atau yang lainya, yang dirasa sesuai dengan perkembangan zaman untuk memperoleh hasil yang lebih relevan.
3. Menggunakan sampel yang lebih luas lagi sehingga data yang diperoleh lebih valid lagi seperti Nasabah BSI di Jawa Timur.



DAFTAR PUSTAKA

- Aflili, H. (2017). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menabung Nasabah
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (8 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Ponorogo.
- Hasanuddin, R., SS, A. S., & Nofrianto, N. (2019). Pengaruh Produk, Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di Bank Syariah. *INNOVATIO: Journal for Religious Innovations Studies*, 19(2), 191-206.
- Kotler, & Keller (2009). Prinsip-prinsip Pemasaran Yogyakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2009). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: SalembaEmpat.
- Lupiyoadi, R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Komputer (Edisi 3). SalembaEmpat.
- Paradhina, R. S. (2021). Pengaruh promosi online dan offline terhadap minat nasabah padamas pandemi covid-19 (studi kasus di bank sumut syariah cabang tebing tinggi). 19.
- Putri, A.D (2016) Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Produk Tabungan PT.BSM. Kantor Cabang Bank Syariah Mandiri Simpang Patal Palembang
- Rani, I. D. (2022). Pengaruh Efektivitas Pembukaan Rekening Online Dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Di Jawa Timur).
- Rosalina, I. (2014). Efektivitas Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perkotaan Pada Kelompok Pinjaman Bergulir Di Desa Mantren Kec Karangrejo 70 Kabupaten Madetaan. *Jurnal Efektivitas Pemberdayaan Masyarakat*.
- Rohila. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (FINTECH) (Studi Kasus pada Masyarakat Di Bntargebang, Kota Bekasi). Skripsi.
- Saputra, A. E. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menabung Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Al Mujaddid Humaniora*, 8(1), 8-20.
- Saraswati, N, (2016). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Muamalat Kcp Magelang (Studi Kasus Pada Masyarakat

Kota Magelang). Semarang: UIN Walisongo

Sa'diyah, W., & Marlina, N. (2018). Use of e-toll Cards: Satisfied Consumers? *Jurnal Manajemen Motivasi*, 14(2), 73. <https://doi.org/10.29406/jmm.v14i2.1193>

Setiadi, N. J. (2005). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta, Bandung.

Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS (1 ed.)*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.

Sumar'in. (2012). *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian. Metode Penelitian*.

Yusmaina, I. (2013). Efektivitas dan Resiko Penggunaan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Bertransaksi di Bank Syariah Mandiri (BSM). In Skripsi (Vol. 53, Issue 9).

Zuliyansah, A. (2020). Pengaruh Promosi, Service Quality, *Mobile Banking* Dan Sharia Compliance Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah Bank Mandiri Syariah Kendal). Skripsi