

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan sistem perekonomian di Indonesia pada saat era globalisasi saat ini sangat pesat. Kondisi sosial ekonomi penduduk pula mengalami transformasi lebih-lebih pada nilai serta cara memandang yang diikuti oleh penduduk, terus menjadi banyaknya perusahaan yang menyediakan benda serta pelayanan mengharuskan warga buat lebih cermat dan kritis dalam memilih apa saja yang dijadikan alat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang terus berubah. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut masyarakat harus menyusun perencanaan keuangan di waktu mendatang baik periode panjang ataupun waktu pendek. Salah satu metode buat mengelola keuangan dengan cara menabung.

Menabung ialah sesuatu aktivitas ataupun kegiatan yang membutuhkan terdapatnya kemauan dalam diri seorang guna menyisihkan serta menaruh uangnya di bank yang membutuhkan minat supaya perilakunya terencana pada kegiatan minat menabung (*saving intention*). Menabung adalah hal penting bagi kita untuk menyikapi perilaku pengelolaan keuangan sejak dini. Terutama banyak generasi milenial yang melakukan kesalahan dalam pengaturan manajemen keuangan seperti gaya hidup yang konsumtif dan mengedepankan rasa gengsi dalam pergaulan. Perilaku tersebut cukup memprihatinkan sehingga diperlukan perbaikan untuk mencapai kondisi keuangan yang sehat dimasa yang akan datang dengan cara memberikan evaluasi untuk memperbaiki hal tersebut sehingga mampu menentukan tujuan keuangan dan melakukan perencanaan keuangan dengan sebaik-baiknya. Hal seperti ini berhubungan dengan teori yang diterangkan Ajzen (1991) yaitu *theory planned of behavior* yang menjelaskan bahwa sikap terhadap perilaku adalah pandangan mendasar tentang bagaimana seseorang menerima penerimaan orang kepada apa yang jadi motivasi responnya, baik positif maupun negatif sehingga teori ini

cocok digunakan untuk menggambarkan segala perilaku apapun yang memerlukan perencanaan.<sup>1</sup>

Indonesia ialah salah satu negeri dengan total masyarakat terbanyak di dunia, terutama penduduk beragama muslim. Dengan total masyarakat muslim yang relatif besar yaitu berjumlah sebanyak 272,682,5 juta jiwa, maka seharusnya masyarakatnya harus lebih menggemari untuk memakai lembaga perbankan syariah untuk melakukan transaksi sehari-hari.<sup>2</sup> Namun, seperti fenomena yang terjadi saat ini masih banyak masyarakat mukmin yang memakai pelayanan lembaga perbankan konvensional untuk kegiatan transaksi sehari-hari. Hal ini nampak dari pangsa pasar (*market share*) perbankan syariah Indonesia pada bulan september 2021 sebesar 6,52% (OJK, 2021).<sup>3</sup> Adapun faktor lainnya adalah masyarakat menganggap bahwa pengetahuan tentang kegiatan dan sistem kerja yang dilakukan oleh perbankan syariah masih dianggap tidak jauh berbeda dari sistem yang ada di perbankan konvensional dan menunjukkan bahwa kesadaran penduduk muslim di Indonesia untuk melakukan kegiatan transaksi di perbankan syariah masih sangat rendah. Seperti fenomena yang telah terjadi di Kabupaten Kudus, Bank Syariah Indonesia telah berdiri kurang lebih 2 tahun dan sebagai salah satu kota yang menjunjung tinggi religiusitas, tetapi masyarakatnya dan generasi milenial masih tetap menggunakan bank konvensional. Sedangkan Bank Syariah Mandiri KC Kudus sudah berdiri sejak pada 5 september 2005 dan berdiri kurang lebih 17 tahun tetapi *market share* perbankan syariah masih rendah.<sup>4</sup> Dan mayoritas generasi milenial belum bisa

---

<sup>1</sup> Fishbein and Ajzen, *Belief Attitude, Intention, And Behavior: An Introduction To Theory And Research*, (Reading, MA: Addison-Wesley,2011), N.D.

<sup>2</sup> “Badan Pusat Statistik,” 2022, <https://www.bps.go.id/>.

<sup>3</sup> “Snapshot Perbankan Syariah Indonesia 2021,” N.D., [https://www.ojk.go.id/Accesed 11 Desember 2022 Pada Pukul 12.38 WIB](https://www.ojk.go.id/Accesed%2011%20Desember%202022%20Pada%20Pukul%2012.38%20WIB).

<sup>4</sup>“Sejarah Bank Syariah Mandiri KC Kudus,” N.D., <https://123dok.com/Document/Q0213exy-Sejarah-Syariah-Mandiri-Analisis-Pengetahuan-Nasabah-Mengenai-Repository.Html>. Accesed 5 Januari 2023 Pada Pukul 19.41 WIB.

membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Mereka sering menggunakan uangnya untuk memenuhi keinginannya.

Minat menabung generasi milenial masih relatif rendah hal ini dapat dilihat dari survei OJK (2019)<sup>5</sup> menunjukkan kalangan milenial hanya memiliki tingkat literasi sebesar 32,1% sedangkan usia 25-35 tahun memiliki tingkat literasi sebesar 33,5%. Padahal BPS (2021)<sup>6</sup> menunjukkan bahwa jumlah generasi milenial mencapai 24% dari total penduduk dan peranannya sangat krusial bagi perekonomian. Adapun hanya 35,1% milenial yang memiliki rumah sendiri, sedangkan sisanya 51,1% pendapatan milenial habis untuk kebutuhan bulanan (Andriani,2020).<sup>7</sup> Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Utomo, 2019) menyatakan sebesar 51% keuangan generasi milenial digunakan untuk kegiatan konsumtif. Sedangkan minat untuk menabung sebesar 10,7% dan hanya 2% untuk diinvestasikan. Akibat dari perilaku konsumtif tersebut, generasi milenial cenderung gagal untuk mengelola keuangan dengan baik.<sup>8</sup> Oleh karena itu, layanan pada keuangan syariah harus menyajikan layanan yang sesuai dengan generasi milenial. Sehingga tujuan keuangan mereka akan tercapai.

Pada awalnya keberadaan perbankan syariah di Indonesia memiliki tujuan untuk memudahkan penduduk muslim untuk bertransaksi di perbankan syariah dengan sangat mudah. Dengan berdirinya perbankan syariah tidak menjadikan keraguan dalam kegiatan bertransaksi bagi penduduk muslim di Indonesia. Perihal ini dijalankan guna menghindari perbuatan yang haram seperti unsur riba. Seperti yang dijelaskan pada Al-Qur'an sebagai berikut: "*Hai orang-*

---

<sup>5</sup> OJK, "Simpanan Mahasiswa & Pemuda," 2019, <https://Sikapiuang.Ojk.Go.Id/Frontend/CMS/Article/10493>.

<sup>6</sup> BPS, "Hasil Sensus Penduduk2020," 2020, <https://Demakkab.Bps.Go.Id/News/2021/01/21/67/Hasil-Sensus-Penduduk-2020.Html>.

<sup>7</sup> Dewi Andriani, "Literasi Keuangan Kaum Milenial Masih Rendah," 2020, N.D., <https://Finansial.Bisnis.Com/Read/20201202/55/1325605/Literasi-Kuangan-Kaum-Milenial-Masih-Rendah-Ini-Cara-Memulai-Investasi>.

<sup>8</sup> Utomo W., "Indonesia Millennial Report 2019: Memahami Perilaku Milenial Indonesia," 2019, (<https://Www.Idntimes.Com/Indonesiamillennialreport> Diakses Pada 11 Mei Pukul 22.35 Wib).

*orang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertawakalalah kepada Allah agar kamu beruntung* (Qs. Ali Imron [3]: 130)<sup>9</sup>. Dalam hal ini riba sangat berpeluang timbul pada transaksi finansial yang dilakukan antar subyek hukum. Untuk itu tiap mukmin wajib sanggup mengenali bisnis yang dilarang itu.<sup>9</sup>

Berdasarkan UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah merupakan lembaga yang menawarkan produk berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang meliputi prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kemanfaatan (*maslahah*), alamiyah (*universalisme*), serta tidak mengandung *gharar*, *maysir*, *riba*, *zalim*, dan obyek yang haram sebagaimana yang diatur oleh Fatwa Majelis Ulama' Indonesia. Bank syariah memiliki fungsi dan peran yang sama dengan bank konvensional, yaitu mengumpulkan dana dan mendistribusikannya pada warga. Tetapi yang membedakan antara bank syariah dengan bank konvensional adalah prinsip kehati-hatian yang mengatur sistem operasional bank syariah itu sendiri. Pada bank konvensional, penetapan harga selalu berdasarkan suku bunga, sebaliknya bank syariah tidak mempraktikkan sistem suku bunga dalam operasionalnya, melainkan menggunakan sistem bagi hasil, baik untung maupun rugi. Saat ini perkembangan perbankan syariah bisa ditambahkan dengan menggunakan tiga potensi Indonesia yaitu Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di Indonesia, Indonesia cukup menguntungkan untuk sektor keuangan syariah dan dukungan pemerintah.<sup>10</sup> Dari ketiga potensi tersebut, bank syariah dapat memanfaatkannya untuk bersaing dengan bank konvensional dan menunjukkan eksistensinya. Bank syariah juga perlu menyeimbangkan dengan strategi pemasaran yang kuat untuk menarik nasabah potensial untuk menabung di bank syariah.

Keuangan syariah di Indonesia mempunyai kemampuan yang sungguh besar, tetapi tingkat literasi

---

<sup>9</sup> Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah Di Indonesia* (UGM PRESS, 2018).

<sup>10</sup> Anriza Witi Nasution, "Analisis Faktor Kesadaran Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Keuangan Syariah Mahasiswa Keuangan Dan Perbankan Syariah," *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah* 7, No. 1 (May 17, 2019): 40, <https://doi.org/10.21043/Equilibrium.V7i1.4258>.

keuangan syariah (*sharia financial literacy*) yang rendah kurang optimal. Dalam hal ini individu perlu memahami akan literasi keuangan syariah agar dapat mengelola dananya secara cermat dan efisien. Literasi keuangan syariah membantu memberikan pengetahuan dan keterampilan di bidang jasa keuangan di lembaga keuangan, pasar modal, perusahaan asuransi, pegadaian, dan dana pensiun.<sup>11</sup> Menurut OJK, literasi keuangan adalah rangkaian aktivitas usaha yang didesain guna menambah pemahaman serta keahlian dalam pengelolaan keuangan.<sup>12</sup> Salah satu pemahaman tentang acuan literasi keuangan adalah mengatasi segala hambatan dan tantangan keuangan serta melakukan pengaturan tabungan individu. Hal ini sangat berkaitan dengan kesejahteraan individu yang sangat membantu maupun menolong untuk mengantisipasi dalam permasalahan keuangan. Di Indonesia, tingkat pengetahuan tentang jasa keuangan syariah relatif masih rendah. Hal ini terbukti bahwa masih banyak generasi milenial yang memakai bank konvensional serta rendahnya wawasan mengenai bank syariah serta beranggapan kalau bank syariah serta bank konvensional itu serupa. Pengoptimalan dan pemahaman yang benar akan berdampak pada generasi milenial untuk menambah literasi keuangan syariah.<sup>13</sup> Oleh karena itu, adanya edukasi keuangan syariah akan menambah wawasan dan juga mempengaruhi keputusan generasi milenial untuk menabung di bank syariah. Seperti halnya dibangun perkuliahan mahasiswa mempelajari mata kuliah tentang keuangan syariah hal ini mampu menjadikan mahasiswa mengetahui tentang literasi syariah. Literasi keuangan syariah diinginkan tidak cuma menambah wawasan mahasiswa tetapi

---

<sup>11</sup> Siti Aisyah, "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Mahasiswa Ekonomi Syariah Dan Perbankan Syariah Wilayah Kabupaten Bantul Yogyakarta)," *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam* 2, No. 1 (July 12, 2020), <https://doi.org/10.30596/aghniya.v2i1.3907>.

<sup>12</sup> "Literasi Keuangan," N.D., <https://www.ojk.go.id/accased> 14 Desember 2022 Pada Pukul 12.44 WIB.

<sup>13</sup> Salim, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, No. 2 (2022): 226–44, <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i2.752>.

juga mengubah perilaku mahasiswa untuk mengelola keuangannya dengan baik sesuai dengan syariat islam. Dengan melalui gerakan literasi keuangan syariah diharapkan mahasiswa mampu untuk memahami produk dan layanan keuangan syariah dan berhak menggunakan produk layanan tersebut. Perbankan syariah menjadi penting dalam beberapa penelitian sebelumnya karena tingkat literasi keuangan yang tinggi mendorong pertumbuhan ekonomi.<sup>14</sup> Memahami keuangan memungkinkan mahasiswa untuk membuat keputusan yang lebih baik tentang produk perbankan syariah, alhasil dengan cara tidak langsung menambah pangsa pasar perbankan syariah.

Ada faktor lain di balik tertinggalnya pangsa pasar syariah yaitu *Islamic Branding*. Menurut Kotler (2009) *Branding* diartikan sebagai penamaan produk dengan logo atau karakteristik yang unik buat mengenali benda ataupun pelayanan dari orang ataupun golongan penjual untuk membedakan mereka dari produk pesaing.<sup>15</sup> Menurut *American Marketing Association*, *Islamic Branding* merupakan strategi pemasaran yang menggunakan identitas islam atau sistem syariah (*maqasid al-sharia*), sehingga menunjukkan sifat halal dari operasi dan produknya.<sup>16</sup> *Branding* sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian produk perbankan syariah. *Islamic Branding* terdiri dari tiga kategori yaitu: Branding islami berdasarkan kepatuhan, sumber, dan pelanggan (*Islamic brand by compliance, by origin dan by customer*). Terdapat tiga kategori produk yang ditargetkan oleh produsen yaitu: sektor jasa semacam bank dan rumah sakit, dimana perusahaan multinasional non muslim masih mendominasi gaya hidup

---

<sup>14</sup> Rahmawati Deylla Handida And Maimun Sholeh, "Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, Dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah Di Daerah Istimewa Yogyakarta," *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan* 15, No. 2 (April 15, 2019): 84–90,

<sup>15</sup> Keller Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium (Jakarta: PT Prehalindo, 2002), N.D.

<sup>16</sup> "Branding: Unsur, Jenis, Tujuan, Dan Manfaatnya," Accessed January 1, 2023, <https://Www.NiagaHoster.Co.Id/Blog/Apa-Itu-Branding-Dan-Strategi-Branding/#>.

seperti makanan, pakaian (*lifestyle*) dan kosmetik yang saat ini didominasi oleh perusahaan multinasional non muslim.

Isu saat ini untuk lembaga keuangan syariah yakni bagaimana perusahaan memikat konsumen sehingga mereka dapat bertahan dan berkembang. Bank syariah wajib sanggup bersaing dengan bank konvensional dengan beberapa hal yaitu melalui *branding*. Merek memiliki peranan yang sangat penting untuk setiap produk, layanan atau barang dagangan, merek bertindak sebagai alat untuk membantu konsumen untuk membuat keputusan. Selain itu merek ada untuk mengajak konsumen dalam menggunakan produknya dan juga membantah jika perusahaan berlomba-lomba untuk menjadikan nomor satu merek produknya di benak konsumen. Sebuah perusahaan juga harus memiliki konsep tata kelola perusahaan yang sesuai dengan syariah (*sharia governance*) karena tujuannya adalah untuk berhasil mencapai adanya *maqasid syariah* dengan baik.

Saat ini *sharia governance* merupakan faktor yang sudah mulai dianggap penting yang memiliki hubungan dengan minat menabung (*saving intention*). *Sharia Governance* ialah konsep aturan mengurus yang khas serta khusus buat industri serta lembaga keuangan yang menawarkan produk serta layanan yang cocok dengan prinsip syariah. Perusahaan harus memiliki konsep tata kelola perusahaan yang sesuai dengan syariah saat menjalankan tugasnya.<sup>17</sup> Tujuan tata kelola perusahaan yang sesuai syariah adalah untuk mencapai *maqasid syariah* atau kebaikan kepatuhan syariah. *Maqasid syariah* bertujuan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial. Konsep hukum Islam tidak hanya mencakup kegiatan yang berkaitan dengan ibadah, tetapi juga kegiatan yang berkaitan dengan kegiatan yang dijalankan orang dalam kehidupan tiap hari. Termasuk kegiatan komersial dan bisnis yang dilakukan sesuai dengan etika Islam.

Terdapat lima konsep pokok dalam tata kelola perusahaan diantaranya yaitu: asas keterbukaan atau

---

<sup>17</sup> Ali Rama, "Analisis Kerangka Regulasi Model *Sharia Governance* Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia," 14 Januari 2016, N.D., <https://Journal.Uii.Ac.Id/Jielariba/Article/View/3711>.

*transparency*, prinsip ini menuntut perusahaan syariah untuk bisa memberikan informasi yang tepat waktu, nyata, serta cermat mengenai keadaan, dan prospek perbankan, prinsip akuntabilitas dimana bank syariah harus melaksanakan tanggung jawabnya terlihat dari seluruh komponen organisasi yang sejalan dengan visi dan misi, tujuan bisnis bahkan strategi perusahaan, prinsip kehati-hatian atau *prudential banking services* harus dijalankan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam tata kelola perbankan syariah, asas independensi adalah pihak yang mengoperasikan Bank Syariah tidak boleh tunduk pada kepentingan sepihak, prinsip keadilan adalah bank syariah harus dapat memperhitungkan semua kepentingan yang ada dari semua pihak yang terlibat. Praktik tata kelola entitas syariah penting untuk dijalankan karena kepatuhan terhadap penerapan prinsip syariah oleh entitas syariah harus dihormati.

Berdasarkan indikator yang termasuk dalam variabel literasi keuangan syariah yakni pemahaman, keterampilan, serta kepercayaan diri. Bersumber hasil deskriptif data dari penelitian Nadila (2021) menemukan kalau literasi keuangan syariah tergolong yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam menabung.<sup>18</sup> Hal ini sejalan dengan penelitian Nur Agnesya (2021) yang temuannya menunjukkan adanya pengaruh langsung antara variabel literasi keuangan syariah dengan variabel minat menjadi nasabah bank syariah. Hal ini mengindikasikan edukasi literasi keuangan syariah terhadap generasi milenial akan berpotensi untuk meningkatkan minat memakai produk bank syariah yang ditawarkan perbankan syariah. Sedangkan pada penelitian Zakaria menerangkan kalau literasi keuangan syariah tidak berpengaruh dan memiliki arah yang negatif terhadap minat menabung.<sup>19</sup>

Adanya hubungan antara literasi keuangan syariah, *islamic branding*, dan *sharia governance* terhadap minat menjadi nasabah bank syariah telah dibuktikan dalam penelitian terdahulu. Dalam penelitian yang dilakukan oleh

---

<sup>18</sup> Nadila, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Produk Bank Syariah," 2021, N.D., 115.

<sup>19</sup> Livia Deni Zakaria, "Pengaruh Religius, Fasilitas Layanan, Literasi Keuangan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Menabung Di Bank Syariah," 2020, N.D., 16.



Afrianty (2020) variabel *islamic branding* menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap variabel minat.<sup>20</sup> Sedangkan dalam penelitian Fajriah Salim, dkk (2022) hasil penelitiannya membuktikan kalau variabel literasi keuangan syariah dan *islamic branding* berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa saat menggunakan layanan perbankan syariah. Penggunaan *islamic branding* secara signifikan dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk, dan jasa layanan perbankan syariah.<sup>21</sup> Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Respati (2021) menemukan *islamic branding* tidak mempengaruhi kepada minat warga guna menyimpan uang di bank syariah.<sup>22</sup>

Dalam penelitiannya Nahla Zamharira, dkk (2021) hasil penelitiannya membuktikan kalau secara parsial literasi keuangan syariah mempengaruhi pilihan mahasiswa dalam memakai layanan perbankan syariah sedangkan *sharia governance* tidak mempengaruhi terhadap pilihan mahasiswa dalam memakai layanan perbankan syariah.<sup>23</sup> Sedangkan dalam hasil penelitiannya Vivi Liana (2018) menunjukkan bahwa secara simultan maupun parsial *sharia governance* mempengaruhi pilihan mahasiswa saat menggunakan layanan perbankan syariah.<sup>24</sup> Dalam penelitiannya Bobby & Dina

---

<sup>20</sup> Nonie Afrianty, “Pengaruh Islamic Branding Dan Product Ingredients Terhadap Minat Beli Produk PT HNI HPAI Kota Bengkulu,” 25 November 2020 Volume 1, No. 2 (December, 2020), Pp. 121–136 (N.D.), <https://doi.org/10.47700/jiefes.v1i2.2057>.

<sup>21</sup> Fajriah Salim, Suyudi Arif, And Abrista Devi, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah,” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 3, No. 2 (2022): 226–44, <https://doi.org/10.47467/Elmal.v3i2.752>.

<sup>22</sup> Respati Rachmaningtyas, “Pengaruh Islamic Branding, Persepsi Dan Profit sharing Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang),” 2021, 146.

<sup>23</sup> Nahla Zamharira, A A Miftah, And Ahmad Syahrizal, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Shariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus: Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah UIN STS Jambi)” 01, No. 01 (2021): 16.

<sup>24</sup> Vivi Liana, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Shariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam

(2019) menghasilkan bahwa *sharia governance* (pengelolaan bank syariah) berdasarkan *sharia compliance* mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung di lembaga perbankan syariah. Sedemikian itu pula dengan penelitian yang dijalankan Qaiyumila (2021) *sharia governance* (tata kelola bank syariah) mempengaruhi minat nasabah dalam memilih pinjaman dari Bank Syariah di Indonesia.<sup>25</sup>

Berdasarkan pemaparan dari fenomena diatas dan pengungkapan latar belakang, terdapat *research gap* pada variabel literasi keuangan syariah (*sharia financial literacy*), *islamic branding*, dan *sharia governance*, maka peneliti akan berusaha mengkonfirmasi ulang untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul Pengaruh *Sharia Financial Literacy*, *Islamic Branding*, Dan *Sharia Governance* Terhadap *Saving Intention* di Perbankan Syariah pada Generasi Milenial Di Kudus. Alasan memilih generasi milenial di Kabupaten Kudus karena pada saat ini karakter generasi milenial yang masih banyak menggunakan bank konvensional untuk melakukan investasi, mengajukan pinjaman, maupun sekedar membuka tabungan.

## B. Rumusan Masalah

- 1.) Bagaimana pengaruh *sharia financial literacy* terhadap *saving intention* di perbankan syariah pada generasi milenial di Kudus?
- 2.) Bagaimana pengaruh *islamic branding* terhadap *saving intention* di perbankan syariah pada generasi milenial di Kudus?
- 3.) Bagaimana pengaruh *sharia governance* terhadap *saving intention* di perbankan syariah pada generasi milenial di Kudus?

---

Menggunakan Jasa Perbankan Syariah: Studi Kasus Pada Kelompok Studi Ekonomi Islam (KSEI) FORSHEI UIN Walisongo Semarang” (2018), [Http://Eprints.Walisongo.Ac.Id/8966/](http://Eprints.Walisongo.Ac.Id/8966/).

<sup>25</sup> Qaiyumila Indriana Cerly, “Pengaruh Penilaian Nasabah Dan Pengembangan Kualitas Tata Kelola Bank Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah Indonesia (Ex BRI Syariah KCP Mojokerto Kabupaten Mojokerto)”(2021),

### C. Tujuan Penelitian

- 1.) Untuk mengetahui pengaruh *sharia financial literacy* terhadap *saving intention* di perbankan syariah pada generasi milenial di Kudus.
- 2.) Untuk mengetahui pengaruh *islamic branding* terhadap *saving intention* di perbankan syariah pada generasi milenial di Kudus.
- 3.) Untuk mengetahui *sharia governance* terhadap *saving intention* di perbankan syariah pada generasi milenial di Kudus.

### D. Manfaat Penelitian

Jika dalam tujuan penelitian tersebut belum tercapai, hingga hasil penelitian ini bisa memberikan manfaat untuk bermacam pihak ataupun bermacam pandangan:

- 1.) Bagi Penulis dan Akademisi
  - a.) Sebagai prasyarat penyelesaian kewajiban akhir mahasiswa buat mendapatkan gelar strata (S1) program studi Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri Kudus.
  - b.) Penelitian ini bisa melengkapi wawasan serta pandangan penulis mengenai pengaruh *Sharia Financial*, *Islamic Branding*, dan *Sharia Governance* terhadap *Saving Intention* pada perbankan syariah.
  - c.) Penelitian ini diinginkan bisa memberikan rujukan serta informasi untuk penulis yang akan datang untuk melakukan penelitian berikutnya.
  - d.) Selaku pelengkap, penambah, ataupun pembeda kepada hasil penelitian dengan pokok yang serupa.
- 2.) Bagi Generasi Milenial
  - a.) Diharapkan hasil penelitian ini dapat membantu untuk lebih mengembangkan ilmu pengetahuan bagi generasi milenial, khususnya di bidang perbankan syariah serta dapat dijadikan pedoman untuk menemukan produk perbankan syariah yang sesuai dengan prinsip syariah.
  - b.) Menjadikan sebagai pertimbangan utama bagi generasi milenial untuk memilih bank yang sesuai

dengan syariat islam untuk kegunaan dunia serta akhirat.

3.) Bagi Praktisi

- a.) Mendorong industri jasa keuangan syariah untuk meningkatkan edukasi masyarakat dan aktif memaksimalkan produk layanan perbankan syariah sesuai dengan keinginan warga yang terus berkembang.
- b.) Sebagai riset untuk memungkinkan masyarakat mengubah dan membetulkan perilakunya dalam manajemen keuangan untuk menambah kesejahteraan mereka.

**E. Sistematika Penulisan**

Penelitian ini disusun dengan menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN**

Pendahuluan merupakan langkah awal dalam melakukan penelitian yang meliputi latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

**BAB II LANDASAN TEORI**

Landasan teori sebagai pernyataan yang disusun dengan cara analitis serta mempunyai variabel yang kokoh. Dalam landasan teori berisikan deskripsi teori, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, hipotesis.

**BAB III METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ialah tahap yang dipunyai serta dicoba oleh periset dalam rencana untuk mengumpulkan data maupun informasi dan melaksanakan analitis pada informasi yang telah didapatkan. Dalam metode penelitian berisikan jenis dan pendekatan, *setting* penelitian, populasi dan sampel, desain dan definisi operasional variabel, uji validitas dan reliabilitas instrumen, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab IV ini menjelaskan tentang hasil penelitian (gambaran objek penelitian, analisis data dan uji validitas, uji reliabilitas, uji prasyarat, uji hipotesis), pembahasan (komparasi dengan penelitian lain).

**BAB V PENUTUP**

Pada bagian bab V ini hanya berisi mengenai simpulan dan juga saran-saran bagi penelitian selanjutnya.

