

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Bank Syariah kini memainkan peran penting dalam memperluas inklusi keuangan, mempromosikan investasi sosial, dan mendorong pembangunan ekonomi berbasis etika dan tanggung jawab (Tok dan Yesuf, 2022). Bank Syariah menawarkan solusi keuangan inovatif yang berlandaskan nilai-nilai Islam melalui akad-akad yang transparan dan sistem bagi hasil yang adil, serta berkomitmen untuk menghindari praktik riba (Kuanova *et al.*, 2021). Samani dan Marinova (2020) mencatat bahwa pembiayaan Syariah yang diberikan bank Syariah mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, serta mendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan tanpa unsur *gharar* atau *maysir*.

Abasimel (2023) menyatakan bahwa bank Syariah kini merupakan solusi keuangan utama bagi umat Muslim karena menyediakan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Belkhaoui (2023) menambahkan bahwa institusi keuangan Syariah berperan dalam mewujudkan ekonomi yang bermoral dan berkelanjutan, dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, memperkuat stabilitas keuangan global, dan menciptakan sistem keuangan yang lebih berkelanjutan. Selim (2023) berpendapat bahwa sebagai mitra bisnis terpercaya, bank Syariah membantu umat Muslim membangun ekonomi yang adil, berkah, dan berkelanjutan, yang bermanfaat bagi komunitas Muslim dan masyarakat luas.

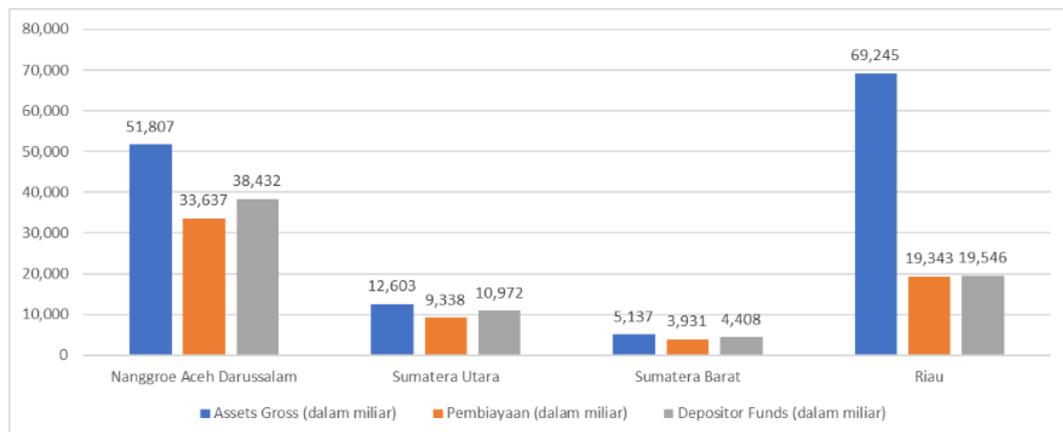
Bank Syariah juga berperan penting dalam mendorong ekonomi Indonesia dengan meningkatkan penetrasi ekonomi Syariah dan memacu pertumbuhan berkelanjutan (Agustina *et al.*, 2022). Alhammadi (2023) menilai bahwa bank Syariah berfungsi sebagai katalisator dalam mewujudkan inklusi keuangan yang berkelanjutan. Dana yang terkumpul di bank Syariah dialokasikan secara cermat untuk mendukung proyek-proyek yang sesuai dengan nilai-nilai Islam dan memberikan manfaat konkret bagi masyarakat (Anwar *et al.*, 2020).

Bank Syariah telah menjadi pilar utama dalam menciptakan ekonomi berbasis partisipasi masyarakat dengan membuka akses keuangan bagi pelaku UKM dan memberdayakan ekonomi komunitas lokal (Saifurrahman dan Kassim, 2024). Komitmen ini tercermin dalam berbagai layanan inovatif, seperti pembiayaan, zakat dan wakaf digital, serta asuransi Syariah yang terjangkau (Ahmed *et al.*, 2023). Chong (2021) dan Muryanto (2023) menjelaskan bahwa bank Syariah memainkan peran strategis dalam pengembangan sektor bisnis halal, termasuk pariwisata halal, industri makanan dan minuman halal, serta fesyen halal.

Bank Syariah diharapkan memberikan kontribusi signifikan di ranah Minang, terutama dalam mendukung sektor pariwisata, UMKM kuliner, dan pertanian yang merupakan pilar ekonomi Sumatera Barat (Kamarni *et al.*, 2022). Yeni *et al.* (2023) mengharapkan bank Syariah dapat mendorong perkembangan sistem keuangan Syariah serta meningkatkan kesejahteraan dan pembangunan ekonomi masyarakat. Nasfi *et al.* (2022) menyebutkan bahwa bank Syariah diharapkan berperan sebagai penyedia layanan keuangan Syariah dan penggerak utama ekonomi Syariah di Sumatera Barat.

Walaupun bank Syariah telah memberikan kontribusi signifikan terhadap ekonomi Sumatera Barat, potensinya belum sepenuhnya terwujud (Puspitasari *et al.*, 2020). Data terbaru dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa aset bruto, pembiayaan, dan tabungan bank Syariah di Sumatera Barat masih tertinggal dibandingkan provinsi tetangga (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa penetrasi bank Syariah di Sumatera Barat belum optimal. Upaya berkelanjutan diperlukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai manfaat layanan keuangan Syariah (Shinkafi *et al.*, 2019).

Bank Syariah juga perlu memperluas aksesibilitas layanannya, sehingga diharapkan pertumbuhannya di Sumatera Barat dapat lebih pesat dan sesuai dengan potensi serta kebutuhan ekonomi daerah (Limbanadi *et al.*, 2023). Gambar 1.1 menunjukkan perkembangan aset bruto, pembiayaan, dan tabungan bank Syariah di Sumatera Barat dibandingkan dengan provinsi Nanggroe Aceh Darussalam, Sumatera Utara, dan Riau.



**Gambar 1.1. Perkembangan Bank Syariah di Nanggroe Aceh Darussalam, Sumatera Utara, Sumatera Barat dan Riau (Per Desember 2022)**  
 Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2022)

Merujuk pada Maret 2019, pangsa pasar bank Syariah hanya mencapai 5,94%, menunjukkan dominasi kuat layanan bank konvensional di daerah tersebut (Otoritas Jasa Keuangan, 2019). Fatmawati *et al.* (2022) mengemukakan bahwa pemerintah daerah dan pengelola bank Syariah perlu meningkatkan upaya untuk memperluas pemahaman masyarakat tentang layanan keuangan Syariah. Masyarakat Sumatera Barat harus memiliki niat kuat untuk beralih ke layanan keuangan Syariah, di mana peningkatan pemahaman dan niat ini diharapkan dapat memperbesar pangsa pasar bank Syariah dan memungkinkan mereka bersaing dengan bank konvensional (Harkati *et al.*, 2020).

Beberapa penelitian telah mengidentifikasi faktor-faktor penghambat perkembangan bank Syariah di Sumatera Barat, termasuk rendahnya kepatuhan masyarakat terhadap prinsip keuangan Syariah, keterbatasan infrastruktur perbankan Syariah, minimnya akses ke pembiayaan Syariah, tingginya tingkat persaingan, serta rendahnya pendapatan dan literasi keuangan masyarakat (Abror *et al.*, 2021; Kamarni *et al.*, 2022; Puteri *et al.*, 2022; Yeni *et al.*, 2023). Penelitian menunjukkan bahwa kepatuhan masyarakat terhadap keuangan Syariah yang rendah adalah faktor dominan yang menghambat pertumbuhan perbankan Syariah di Sumatera Barat (Abror *et al.*, 2021; Nasfi *et al.*, 2022).

Muhammadiyah baru-baru ini memutuskan untuk memindahkan dananya dari Bank Syariah Indonesia (BSI) ke beberapa bank Syariah lainnya berdasarkan

pertimbangan strategis (Avisena, 2024; Kristina, 2024). Langkah ini bertujuan untuk mengurangi risiko konsentrasi dana dengan mendistribusikan aset ke berbagai bank Syariah (Maulana, 2024). Muhammadiyah dengan cara ini dapat mengurangi risiko finansial yang mungkin timbul jika seluruh dana terkonsentrasi di satu lembaga (Saragih, 2024). Pemindehan dana ini diharapkan dapat mendorong persaingan yang lebih sehat di antara bank-bank Syariah di Indonesia dan meningkatkan kualitas layanan perbankan Syariah (antaranews.com, 2024). Muhammadiyah juga berharap dapat memperkuat permodalan bank-bank Syariah lainnya agar lebih mampu melayani masyarakat (Puspapertiwi dan Dzulfaroh, 2024).

Keputusan Muhammadiyah ini berdampak signifikan terhadap perilaku kepatuhan keuangan Syariah di kalangan nasabah (Primantoro, 2024), dengan potensi menurunkan kepercayaan terhadap BSI (Naufalia, 2024; Primantoro, 2024). Nasabah BSI mungkin meragukan stabilitas dan reputasi bank tersebut, dan beberapa mungkin mempertimbangkan untuk menarik dananya atau beralih ke bank lain (Sutaryono, 2024). Ketidakpastian ini dapat menyebar ke seluruh industri perbankan Syariah, menimbulkan keraguan tentang integritas dan kepatuhan Syariah bank-bank lain (Kurnia, 2024). Fenomena ini juga dapat menurunkan semangat nasabah untuk mematuhi prinsip Syariah dalam transaksi keuangan mereka, karena kekhawatiran terhadap komitmen Syariah di sektor perbankan (A'yun, 2024; Mulyono, 2024).

Melihat fenomena ini, penting untuk melakukan penelitian tentang perilaku kepatuhan keuangan nasabah bank Syariah di Sumatera Barat. Penelitian ini penting untuk memahami pertumbuhan perbankan Syariah di daerah tersebut. Abid dan Jie (2023) menyatakan bahwa penelitian tentang perilaku nasabah terkait kepatuhan keuangan Syariah memberikan wawasan berharga bagi regulator dan praktisi perbankan, yang akan mendukung peningkatan layanan perbankan Syariah dan memperkuat ekosistem ekonomi Syariah, serta mendorong pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif (Mustapha *et al.*, 2022).

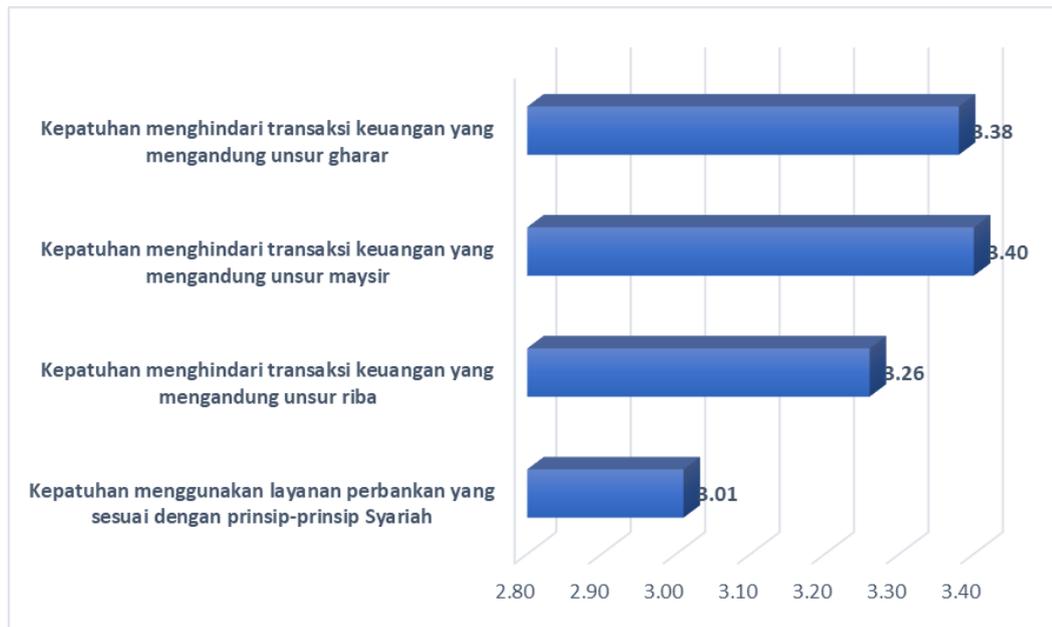
Kepatuhan nasabah bank Syariah terhadap prinsip-prinsip keuangan Syariah mencerminkan komitmen mereka untuk mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam

aktivitas keuangan (Mansour, 2019). Menurut Billah (2019), nasabah yang mematuhi prinsip-prinsip Syariah memastikan bahwa setiap transaksi keuangannya sesuai dengan syariat Islam, termasuk larangan terhadap riba. Kepatuhan ini memberikan manfaat spiritual, mendukung kelancaran operasional bank Syariah, dan memperkuat integritas bank serta mendorong pertumbuhan sistem keuangan Syariah secara keseluruhan (Menne *et al.*, 2022).

Kepatuhan keuangan Syariah nasabah berpengaruh signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat luas, karena aktivitas keuangan yang sesuai prinsip Syariah memungkinkan nasabah berperan dalam menciptakan ekonomi yang adil, berkelanjutan, dan inklusif (Julia dan Kassim, 2020). Hassan *et al.* (2022) mengemukakan bahwa praktik keuangan sesuai prinsip Syariah akan mengurangi risiko ekonomi, mendorong distribusi kekayaan yang merata, dan mencegah ketidakadilan sosial, sehingga meningkatkan kesejahteraan dan keadilan ekonomi bagi semua lapisan masyarakat.

Abid dan Jie (2023) serta Bin-Nashwan *et al.* (2021) menyatakan bahwa kurangnya pemahaman dan kesadaran masyarakat umum tentang prinsip-prinsip keuangan Syariah menjadi hambatan utama dalam meningkatkan kepatuhan nasabah. Penelitian pendahuluan di Sumatera Barat telah dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner kepada 130 responden, mengukur indikator kepatuhan keuangan Syariah, seperti: 1) Penggunaan layanan perbankan sesuai prinsip Syariah, 2) Menghindari transaksi yang mengandung riba, 3) Menghindari transaksi yang mengandung *maysir*, dan 4) Menghindari transaksi yang mengandung *gharar*.

Gambar 2.2 di bawah menampilkan hasil riset pendahuluan tentang perilaku kepatuhan keuangan Syariah masyarakat di Sumatera Barat. Data dari gambar tersebut menunjukkan bahwa kepatuhan keuangan Syariah masyarakat dalam menggunakan layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah memiliki skor rata-rata 3,01, yang termasuk dalam kategori sedang. Tingkat kepatuhan nasabah dalam menghindari transaksi keuangan yang mengandung unsur riba memiliki nilai 3,26, atau termasuk dalam kategori sedang. Nasabah juga memiliki tingkat kepatuhan yang sedang dalam menghindari transaksi yang mengandung *maysir* dengan nilai 3,40, dan *gharar* dengan nilai 3,38.



**Gambar 1.2. Survei terhadap *customer Sharia compliance behavior* di Sumatera Barat**

Sumber: Data primer, olahan, 2024

Rendahnya kepatuhan terhadap prinsip keuangan Syariah di Sumatera Barat mendorong perlunya penelitian lebih lanjut menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Penelitian Abdul-Jabbar dan Bin-Nashwan (2022) serta Abdullah dan Sapiei (2018) menunjukkan bahwa TPB efektif dalam memahami perilaku individu terkait prinsip keuangan Syariah. Kerangka TPB dapat menjelaskan bagaimana individu membuat keputusan tentang kepatuhan terhadap sistem keuangan Syariah (Abid dan Jie, 2023; Bin-Nashwan *et al.*, 2021). TPB mengidentifikasi tiga variabel utama yang mempengaruhi perilaku, yaitu *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* (PBC) (Dinc *et al.*, 2023; Farouk *et al.*, 2018). Penerapan TPB dalam konteks keuangan Syariah memberikan wawasan penting tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Syariah (Maduku dan Mbeya, 2023; Mokhtar *et al.*, 2018; Muslihun, 2023; Sadallah *et al.*, 2022, 2023; Yusoff dan Omar, 2022).

*Subjective norm* merujuk pada persepsi individu tentang pandangan orang-orang terdekat mereka, seperti keluarga, teman, dan komunitas, mengenai penggunaan layanan keuangan Syariah (Sadallah *et al.*, 2022). Dukungan positif dari orang-orang terdekat dapat meningkatkan motivasi individu untuk mematuhi

prinsip Syariah dalam keputusan keuangan mereka (Ali *et al.*, 2023). Farouk *et al.* (2018) dan Mokhtar *et al.* (2018) menunjukkan bahwa individu yang dikelilingi oleh lingkungan yang mendukung keuangan Syariah cenderung lebih patuh terhadap prinsip Syariah. PBC mencerminkan keyakinan individu terhadap kemampuannya mematuhi prinsip Syariah dalam keuangan. PBC yang tinggi dapat meningkatkan kemungkinan individu mengikuti aturan Syariah dalam transaksi keuangan (Jamshed dan Uluyol, 2024; Panggi *et al.*, 2024). Penelitian Maduku dan Mbeya (2023) serta Sadallah *et al.* (2023) menunjukkan bahwa PBC berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan Syariah; individu dengan kontrol diri tinggi cenderung lebih patuh terhadap prinsip-prinsip Syariah.

*Attitude* individu terhadap layanan keuangan Syariah mempengaruhi kepatuhan mereka (Bin-Nashwan *et al.*, 2021; Sadallah *et al.*, 2022). *Attitude* positif terhadap prinsip Syariah mendorong individu memilih layanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga meningkatkan kepatuhan terhadap aturan Syariah dalam perilaku keuangan (Bin-Nashwan *et al.*, 2021; Sadallah *et al.*, 2022). *Attitude* positif ini juga membentuk *sustainable intention behavior* untuk mematuhi prinsip-prinsip Syariah dalam jangka panjang, karena manfaatnya bagi lingkungan, sosial, dan ekonomi (Abdullah dan Keshminder, 2022; Faisal *et al.*, 2023). Tok dan Yesuf (2022) berpendapat bahwa *sustainable intention behavior* mendorong individu untuk konsisten membuat keputusan keuangan sesuai nilai-nilai Islam.

Bin-Nashwan *et al.* (2021) dan Sadallah *et al.* (2022) menunjukkan bahwa *attitude* positif terhadap prinsip keuangan Syariah cenderung memicu *sustainable intention behavior* untuk menggunakan layanan tersebut. *Attitude* positif ini juga mendorong *sustainable intention behavior*, yaitu dorongan untuk mendukung praktik bisnis yang mempertimbangkan dampaknya terhadap ekonomi, sosial, dan lingkungan (Taneja dan Ali, 2021). Chan *et al.* (2022) dan Elstouhy *et al.* (2023) menyebutkan bahwa individu dengan *sustainable intention behavior* yang kuat cenderung konsisten dalam perilaku keuangan mereka. Junaidi *et al.* (2022) menunjukkan bahwa *Social Identity Theory* (SIT) relevan dalam memahami kepatuhan terhadap keuangan Syariah. SIT menjelaskan bagaimana identitas kelompok memengaruhi perilaku individu (Ali, 2021). Dalam konteks keuangan

Syariah, SIT mengkaji bagaimana identifikasi sebagai bagian dari komunitas Muslim memengaruhi keputusan keuangan sesuai prinsip Syariah (Hassan dan Aliyu, 2018).

Faktor-faktor SIT yang relevan meliputi literasi keuangan Syariah, religiusitas, konformitas konsumen, dan *Islamic branding* (Al-Awlaqi dan Aamer, 2023; ElMassah dan Abou-El-Sood, 2022; Mindra *et al.*, 2022). Ali *et al.* (2020) menunjukkan bahwa literasi keuangan Syariah penting dalam membentuk perilaku keuangan. Al-Awlaqi dan Aamer (2023) mengemukakan bahwa pemahaman prinsip-prinsip keuangan Syariah mendorong individu memilih layanan yang sesuai dan menghindari layanan yang bertentangan. Alzadjal *et al.* (2021) berpendapat bahwa religiusitas yang tinggi meningkatkan kepatuhan terhadap ajaran agama dalam keputusan keuangan. Abasimel (2023) dan Dewi dan Ferdian (2021) menyebutkan bahwa konformitas konsumen mencerminkan kecenderungan individu mengikuti nilai-nilai komunitas; jika kelompok mendukung sistem keuangan Syariah, individu akan mengikuti nilai-nilai tersebut.

*Islamic branding* juga memainkan peran penting dalam meningkatkan *attitude* pelanggan terhadap layanan (Shamsudheen *et al.*, 2021). Merek yang konsisten dengan nilai-nilai Islam lebih menarik bagi konsumen yang mematuhi prinsip Syariah (Bukhari *et al.*, 2020; Bukhari dan Isa, 2019). *Islamic branding* berfungsi sebagai mediator dalam berbagai pengaruh terhadap perilaku kepatuhan keuangan Syariah. Studi oleh Abbas *et al.* (2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan Syariah mempengaruhi kepatuhan yang dimediasi oleh *Islamic branding*. Tegambwage dan Kasoga (2022, 2023) menemukan bahwa religiusitas membentuk perilaku keuangan Syariah melalui *Islamic branding*. Rahim *et al.* (2023) menunjukkan bahwa konformitas konsumen mempengaruhi kepatuhan keuangan Syariah dengan *Islamic branding* sebagai mediator.

*Attitude* dan *sustainable intention behavior* juga berfungsi sebagai mediator dalam mempengaruhi kepatuhan keuangan Syariah. Utomo *et al.* (2021) menemukan bahwa literasi keuangan Syariah mempengaruhi kepatuhan melalui *attitude* dan *sustainable intention behavior*. Penelitian Purwanto *et al.* (2022) menunjukkan bahwa religiusitas mempengaruhi perilaku keuangan melalui *attitude*

dan niat. Temuan Charag *et al.* (2020) menunjukkan bahwa konformitas konsumen mempengaruhi kepatuhan melalui mediasi *attitude* dan niat. Lebdaoui *et al.* (2022) menemukan bahwa *subjective norm* mempengaruhi kepatuhan melalui *attitude* dan *sustainable intention behavior*. Berakon *et al.* (2021) menunjukkan bahwa PBC mempengaruhi kepatuhan melalui *attitude* dan *sustainable intention behavior*. Kaakeh *et al.* (2019) menegaskan bahwa *attitude* dan *sustainable intention behavior* memediasi pengaruh *Islamic branding* terhadap perilaku keuangan Syariah.

Integrasi TPB dan SIT menawarkan pemahaman yang lebih luas tentang kepatuhan terhadap prinsip keuangan Syariah, menggabungkan faktor psikologis individu dan identitas sosial dalam komunitas yang menerapkan nilai-nilai Syariah (Naeem, 2020). Ali *et al.* (2022) dan Junaidi *et al.* (2022) menyatakan bahwa *attitude*, *subjective norm*, PBC, serta identitas sosial mempengaruhi perilaku keuangan Syariah. Ateş (2020) menyebutkan bahwa faktor psikologis dan identitas sosial membentuk perilaku keuangan Syariah. Sami (2024) berpendapat bahwa gabungan TPB dan SIT memberikan landasan komprehensif untuk memahami dan memprediksi perilaku keuangan Syariah, menunjukkan pentingnya metode holistik dalam meningkatkan kepatuhan, dengan mempertimbangkan faktor psikologis dan identitas sosial (Saygılı *et al.*, 2022).

Keunggulan integrasi TPB dan SIT adalah memberikan pemahaman holistik tentang perilaku keuangan Syariah (Bosnjak *et al.*, 2020). Integrasi dua teori ini dalam model kepatuhan keuangan Syariah membantu mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan (Hoque *et al.*, 2018), dengan menggabungkan aspek psikologis dan identitas sosial dalam satu model penelitian (Mustapha *et al.*, 2022; Naeem, 2019). Zinser (2019) berpendapat bahwa keterkaitan faktor psikologis dan identitas sosial membantu bank dan peneliti merancang strategi lebih efektif dalam meningkatkan kepatuhan nasabah.

Park *et al.* (2023) menemukan bahwa promosi, penilaian kinerja, dan pola pikir pelanggan mendukung kepatuhan di industri kebugaran. Hsiao *et al.* (2022) meneliti pengaruh tindakan pelayan, kerentanan, emosi, dan niat pelanggan terhadap kepatuhan konsumen restoran di Taiwan. Dixit *et al.* (2022) menunjukkan bahwa pengusaha yang patuh cenderung lebih menguntungkan dan memilih mitra

rantai nilai formal. Rosenbaum *et al.* (2022) menyelidiki peran keterikatan tempat dan hubungan sosial dalam mendorong pelanggan untuk mematuhi penyedia layanan kesehatan. Li *et al.* (2021) mengemukakan bahwa kepatuhan pelanggan dipengaruhi negatif oleh kerentanan konflik, tingkat keparahan permintaan, dan harapan hukuman, tetapi dipengaruhi positif oleh kepuasan, harapan imbalan, norma pelanggan, dan otonomi kerja.

Beberapa studi mengenai keuangan Syariah telah mengkaji zakat, sedekah, wakaf, filantropi, dan asuransi Syariah, dengan fokus pada kepatuhan terhadap prinsip Syariah (Sadallah *et al.*, 2023; Sawmar dan Mohammed, 2021; Yusoff dan Omar, 2022). Yusoff dan Omar (2022) meneliti pengaruh persepsi keadilan zakat terhadap *sustainable intention behavior* dan kepatuhan zakat. Sadallah *et al.* (2023) meneliti dampak ketidakstabilan politik pada pengetahuan dan niat kepatuhan zakat di kalangan pengusaha. Sawmar dan Mohammed (2021) menemukan bahwa persepsi transparansi dan keadilan prosedural berdampak positif pada kepatuhan zakat.

Muhammad *et al.* (2021) menunjukkan bahwa nasabah lebih memilih asuransi Syariah untuk mematuhi hukum-hukum Syariah. Sadallah *et al.* (2022) menginvestigasi pengaruh *attitude*, *subjective norm*, dan PBC terhadap niat dan perilaku kepatuhan zakat. Sadallah dan Abdul-Jabbar (2022) menemukan bahwa ketidakstabilan politik, pengetahuan zakat, dan kepercayaan mempengaruhi kepatuhan zakat. Soualhi dan Djafri (2021) menganalisis pandangan nasabah takaful tentang kepatuhan Syariah. Bin-Nashwan *et al.* (2021) menunjukkan bahwa *attitude muzakki*, *subjective norm*, dan PBC mempengaruhi niat dan kepatuhan zakat di kalangan pengusaha. Dawfilani (2023) menemukan bahwa kekuatan ideologi, ritualistik, dan intelektual mempengaruhi kepatuhan nasabah pembiayaan Syariah. Fernandes dan Solimun (2022) mengidentifikasi pengaruh *subjective norm* dan PBC dalam meningkatkan kepatuhan pembayaran, yang pada akhirnya meningkatkan kinerja bank. Studi Farouk *et al.* (2018), Mokhtar *et al.* (2018), dan Sadallah *et al.* (2022) mengkaji kepatuhan zakat dan pengaruh TPB terhadap perilaku kepatuhan zakat. Maduku dan Mbeya (2023) menyelidiki pengaruh TPB pada perilaku kepatuhan Syariah terkait layanan takaful.

Sebagian besar penelitian sebelumnya fokus pada zakat, sedekah, wakaf, filantropi, dan asuransi Syariah, sementara aspek tabungan, pembiayaan, dan investasi masih kurang dieksplorasi (Sadallah *et al.*, 2023; Sawmar dan Mohammed, 2021; Soualhi dan Djafri, 2021). Penelitian terdahulu juga sering terbatas pada populasi khusus seperti pengusaha, *muzakki*, atau nasabah takaful (Sadallah *et al.*, 2023; Soualhi dan Djafri, 2021). Elgammal *et al.* (2024) mengusulkan integrasi teori-teori perilaku seperti TPB dan SIT untuk memberikan wawasan holistik tentang dinamika perilaku pelanggan. Penelitian ini bertujuan mengisi kekosongan dengan menganalisis faktor-faktor psikologis dan identitas sosial yang mempengaruhi kepatuhan keuangan nasabah. Kekurangan penelitian terdahulu terlihat dalam penerapan TPB dan SIT secara bersamaan (Maduku dan Mbeya, 2023; Sadallah *et al.*, 2022). Studi-studi sebelumnya menunjukkan kekurangan dalam integrasi TPB dan SIT pada perilaku keuangan, seperti ditunjukkan oleh Sadallah *et al.* (2022), Soualhi dan Djafri (2021), Bin-Nashwan *et al.* (2021), Farouk *et al.* (2018), dan Mokhtar *et al.* (2018).

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman perilaku kepatuhan nasabah dalam konteks keuangan Syariah. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengeksplorasi aspek-aspek baru dari keuangan Syariah dan melibatkan populasi yang lebih luas, menghasilkan generalisasi yang kuat, dan aplikasi praktis dalam industri keuangan Syariah. Penelitian ini akan menjelaskan bagaimana faktor-faktor eksternal dan internal mempengaruhi *customer sharia compliance behavior* bank Syariah, melibatkan stimulus seperti *subjective norm*, PBC, literasi keuangan Syariah, religiusitas, *consumer conformity*, *Islamic branding*, dan *attitude* nasabah (Kasri dan Ramli, 2019; Samad *et al.*, 2022; Wulandari dan Ubaidillah, 2024). Nasabah sebagai individu akan memproses dan mengevaluasi faktor-faktor ini (Alnsour, 2022; Roberts-Lombard dan Petzer, 2024). Stimulus ini membentuk *sustainable intention behavior* yang mencerminkan komitmen terhadap norma dan nilai keuangan Syariah (Nasir *et al.*, 2022; Sen *et al.*, 2020) dan mendorong perilaku kepatuhan aktual dalam menggunakan layanan bank sesuai prinsip Syariah serta menghindari transaksi riba, maysir, dan gharar (Kaakeh *et al.*, 2019; Lebdaoui *et al.*, 2022).

*Customer sharia compliance behavior* mencerminkan perilaku nyata yang dapat diamati dan diukur, relevan untuk mengevaluasi praktik keuangan Syariah (Aziz dan Afaq, 2018; Raza *et al.*, 2019). *Sustainable intention behavior* berfungsi sebagai mediator yang menghubungkan stimulus dengan *customer sharia compliance behavior*. Meskipun *sustainable intention behavior* menunjukkan komitmen terhadap nilai-nilai Syariah, ia belum selalu menghasilkan tindakan konkret (Effendi *et al.*, 2020a; Raza, Shah, *et al.*, 2019). Oleh karena itu diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *customer sharia compliance behavior* bank, dengan fokus pada pembangunan berkelanjutan. Faktor-faktor tersebut termasuk *subjective norm*, PBC, literasi keuangan Syariah, religiusitas, *consumer conformity*, *Islamic branding*, *attitude* nasabah, dan *sustainable intention behavior*. Penelitian ini berjudul “**Model Struktural Customer Sharia Compliance Behavior pada Bank Syariah: Integrasi Theory of Planned Behavior dan Social Identity Theory.**”

## 1.2. Perumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan fenomena-fenomena yang dikemukakan di latar belakang, maka perumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh *subjective norm* dan PBC terhadap *attitude* nasabah pada bank Syariah?
2. Bagaimanakah pengaruh *Islamic branding* terhadap *attitude* nasabah pada bank Syariah?
3. Bagaimanakah pengaruh literasi keuangan Syariah, religiusitas dan *consumer conformity* terhadap *attitude* nasabah pada bank Syariah?
  - a. Bagaimanakah pengaruh literasi keuangan Syariah, religiusitas dan *consumer conformity* terhadap *attitude* nasabah pada bank Syariah dengan mediasi *Islamic branding*?
4. Bagaimanakah pengaruh literasi keuangan Syariah, religiusitas dan *consumer conformity* terhadap *Islamic branding*?
5. Bagaimanakah pengaruh *subjective norm* dan PBC terhadap *sustainable intention behavior*?

- a. Bagaimanakah pengaruh *subjective norm* dan PBC terhadap *sustainable intention behavior* dengan mediasi *attitude* nasabah pada bank Syariah?
6. Bagaimanakah pengaruh literasi keuangan Syariah, religiusitas dan *consumer conformity* terhadap *sustainable intention behavior*?
  - a. Bagaimanakah pengaruh literasi keuangan Syariah, religiusitas dan *consumer conformity* terhadap *sustainable intention behavior* dengan mediasi *Islamic branding* dan *attitude* nasabah pada bank Syariah?
7. Bagaimanakah pengaruh *Islamic branding* terhadap *sustainable intention behavior*?
  - a. Bagaimanakah pengaruh *Islamic branding* terhadap *sustainable intention behavior* dengan mediasi *attitude* nasabah pada bank Syariah?
8. Bagaimanakah pengaruh *attitude* nasabah pada bank Syariah terhadap *sustainable intention behavior*?
9. Bagaimanakah pengaruh *subjective norm* dan PBC terhadap *customer Sharia compliance behavior*?
  - a. Bagaimanakah pengaruh *subjective norm* dan PBC terhadap *customer Sharia compliance behavior* dengan mediasi *attitude* nasabah pada bank Syariah dan *sustainable intention behavior*?
10. Bagaimanakah pengaruh literasi keuangan Syariah, religiusitas dan *consumer conformity* terhadap *customer Sharia compliance behavior*?
  - a. Bagaimanakah pengaruh literasi keuangan Syariah, religiusitas dan *consumer conformity* terhadap *customer Sharia compliance behavior* dengan mediasi *Islamic branding*, *attitude* nasabah pada bank Syariah dan *sustainable intention behavior*?
11. Bagaimanakah pengaruh *Islamic branding* terhadap *customer Sharia compliance behavior*?
  - a. Bagaimanakah pengaruh *Islamic branding* terhadap *customer Sharia compliance behavior* dengan mediasi *attitude* nasabah pada bank Syariah dan *sustainable intention behavior*?
12. Bagaimanakah pengaruh *attitude* nasabah pada bank Syariah terhadap *customer Sharia compliance behavior*?

- a. Bagaimanakah pengaruh *attitude* nasabah pada bank Syariah terhadap *customer Sharia compliance bahavior* dengan mediasi *sustainable intention behavior*?
13. Bagaimanakah pengaruh *sustainable intention behavior* terhadap *customer Sharia compliance bahavior*?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan-pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

1. Menganalisis pengaruh *subjective norm* dan PBC terhadap *attitude* nasabah pada bank Syariah.
2. Menganalisis pengaruh *Islamic branding* terhadap *attitude* nasabah pada bank Syariah.
3. Menganalisis pengaruh literasi keuangan Syariah, religiusitas dan *consumer conformity* terhadap *attitude* nasabah pada bank Syariah.
  - a. Menganalisis pengaruh literasi keuangan Syariah, religiusitas dan *consumer conformity* terhadap *attitude* nasabah pada bank Syariah dengan mediasi *Islamic branding*.
4. Menganalisis pengaruh literasi keuangan Syariah, religiusitas dan *consumer conformity* terhadap *Islamic branding*.
5. Menganalisis pengaruh *subjective norm* dan PBC terhadap *sustainable intention behavior*.
  - a. Menganalisis pengaruh *subjective norm* dan PBC terhadap *sustainable intention behavior* dengan mediasi *attitude* nasabah pada bank Syariah.
6. Menganalisis pengaruh literasi keuangan Syariah, religiusitas dan *consumer conformity* terhadap *sustainable intention behavior*.
  - a. Menganalisis pengaruh literasi keuangan Syariah, religiusitas dan *consumer conformity* terhadap *sustainable intention behavior* dengan mediasi *Islamic branding* dan *attitude* nasabah pada bank Syariah.
7. Menganalisis pengaruh *Islamic branding* terhadap *sustainable intention behavior*.

- a. Menganalisis pengaruh *Islamic branding* terhadap *sustainable intention behavior* dengan mediasi *attitude* nasabah pada bank Syariah.
8. Menganalisis pengaruh *attitude* nasabah pada bank Syariah terhadap *sustainable intention behavior*.
9. Menganalisis pengaruh *subjective norm* dan PBC terhadap *customer Sharia compliance behavior*.
  - a. Menganalisis pengaruh *subjective norm* dan PBC terhadap *customer Sharia compliance behavior* dengan mediasi *attitude* nasabah pada bank Syariah dan *sustainable intention behavior*.
10. Menganalisis pengaruh literasi keuangan Syariah, religiusitas dan *consumer conformity* terhadap *customer Sharia compliance behavior*.
  - a. Menganalisis pengaruh literasi keuangan Syariah, religiusitas dan *consumer conformity* terhadap *customer Sharia compliance behavior* dengan mediasi *Islamic branding*, *attitude* nasabah pada bank Syariah dan *sustainable intention behavior*.
11. Menganalisis pengaruh *Islamic branding* terhadap *customer Sharia compliance behavior*.
  - a. Menganalisis pengaruh *Islamic branding* terhadap *customer Sharia compliance behavior* dengan mediasi *attitude* nasabah pada bank Syariah dan *sustainable intention behavior*.
12. Menganalisis pengaruh *attitude* nasabah pada bank Syariah terhadap *customer Sharia compliance behavior*.
  - a. Menganalisis pengaruh *attitude* nasabah pada bank Syariah terhadap *customer Sharia compliance behavior* dengan mediasi *sustainable intention behavior*.
13. Menganalisis pengaruh *sustainable intention behavior* terhadap *customer Sharia compliance behavior*.

#### 1.4. Novelty Penelitian

Penelitian ini memiliki kebaruan yang signifikan karena berfokus dalam mengisi kekurangan dari penelitian sebelumnya, dimana penelitian terdahulu lebih

fokus pada kepatuhan Syariah pelanggan terkait kepatuhan nasabah asuransi Syariah, *zakat compliance*, *sadaqah compliance*, *waqf compliance*, *Islamic voluntary charity compliance*, atau *Islamic philanthropy compliance* (Sadallah *et al.*, 2023; Sawmar dan Mohammed, 2021; Yusoff dan Omar, 2022). Penelitian ini juga akan menangani kekurangan dalam penelitian terdahulu di bidang keuangan Syariah yang belum secara mendalam menyoroti *consumer conformity*, *Islamic branding*, dan *sustainable intention behavior* (Maduku dan Mbeya, 2023; Muhammad *et al.*, 2021; Sadallah *et al.*, 2022). Kebaruan dari penelitian ini juga terletak pada fokusnya dalam mengisi celah yang ada pada penelitian sebelumnya yang hanya menyoroti kepatuhan Syariah pada bank dari perspektif pengelola bank (Abrar dan Jayasinghe, 2023; Ayedh *et al.*, 2021).

Penelitian terdahulu menunjukkan beberapa celah yang signifikan di dalam mengintegrasikan *Theory of Planned Behavior* dan *Social Identity Theory*, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Penelitian ini berfokus pada integrasi antara TPB dan SIT. Hal ini menunjukkan adanya kekurangan penelitian sebelumnya yang belum melakukan integrasi serupa dalam bidang perilaku kepatuhan Syariah seperti penelitian Sadallah *et al.* (2022), Soualhi dan Djafri (2021), Bin-Nashwan *et al.* (2021), Farouk *et al.* (2018) dan Mokhtar *et al.* (2018).
2. Kemudian celah penelitian yang diidentifikasi adalah faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku niat individu untuk menggunakan layanan keuangan Syariah yang didasarkan pada dukungan bank terhadap program-program pembangunan berkelanjutan yang berpengaruh pada lingkungan, sosial, dan ekonomi, yang masih banyak mengkaji pada industri makanan halal seperti penelitian Alotaibi dan Abbas (2023), Wiyono *et al.* (2022), Billah *et al.* (2020), dan Aslan (2023).
3. Kritik terhadap *theory of planned behavior*. TPB cenderung mengabaikan faktor-faktor kontekstual seperti faktor budaya atau situasional (Hemsworth *et al.*, 2024). Hal ini dapat menyebabkan generalisasi yang kurang akurat dari model tersebut dalam berbagai konteks budaya atau situasional yang berbeda (Willis *et al.*, 2020). TPB seringkali mengasumsikan bahwa individu memiliki

kontrol penuh atas perilaku mereka, tanpa mempertimbangkan kendala-kendala yang mereka hadapi dalam mengubah perilaku mereka (Hagger *et al.*, 2022; Kumar dan Das, 2019). TPB juga kurang efektif dalam memprediksi perilaku yang kompleks atau tidak terencana, karena fokus utamanya pada niat dan kontrol perilaku yang sadar (Curtis *et al.*, 2018; Zhang *et al.*, 2020).

4. Kritik terhadap *social identity theory*. SIT cenderung mengabaikan peran individualitas dalam perilaku, karena fokusnya pada identitas sosial dan pengaruh kelompok (Scheepers dan Ellemers, 2019; Verkuyten, 2021). Hal ini dapat membuatnya kurang relevan dalam konteks dimana faktor-faktor individu menjadi lebih dominan dalam menjelaskan perilaku (Smaldino, 2019). Selanjutnya SIT terlalu deterministik dalam memandang perilaku individu sebagai hasil langsung dari identitas sosial mereka, tanpa mempertimbangkan kompleksitas dan variasi dalam motivasi individu (Demirden, 2021; Morris dan Webb, 2022). SIT kurang juga memberikan perhatian pada perubahan dan dinamika dalam identitas sosial, sehingga kurang dapat menjelaskan perubahan perilaku yang terjadi dari waktu ke waktu (Charness dan Chen, 2020; Kalin dan Sambanis, 2018).

Pengintegrasian TPB dan SIT diperlukan untuk mengkaji secara komprehensif kompleksitas perilaku keuangan Syariah nasabah di Sumatera Barat. Pemahaman holistik terhadap perilaku kepatuhan Syariah nasabah bank menjadi fokus utama penggabungan ini. Penjelasan urgensi pengintegrasian TPB dan SIT adalah sebagai berikut:

1. Urgensi penggabungan TPB dan SIT terletak pada pemahaman yang lebih holistik terhadap perilaku manusia, khususnya dalam konteks perilaku kepatuhan Syariah nasabah bank.

TPB menjelaskan bagaimana niat dan *attitude* nasabah, serta *subjective norm* dan PBC, mempengaruhi keputusan keuangan mereka (Hoque *et al.*, 2022; Samad *et al.*, 2022). SIT memberikan wawasan tentang bagaimana identitas sosial dan keanggotaan dalam kelompok tertentu mempengaruhi perilaku dan kepatuhan nasabah terhadap norma-norma kelompok tersebut (Ali *et al.*, 2022; Junaidi *et al.*, 2022). Kombinasi kedua teori ini memungkinkan penelitian untuk mendapatkan

gambaran yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor psikologis dan sosial yang mendorong nasabah bank Syariah mematuhi prinsip-prinsip Syariah, serta bagaimana identitas sosial mereka memperkuat atau memodifikasi perilaku keuangan (Abourrig, 2021; Yusuf dan Hanafi, 2018).

2. Integrasi kedua teori menjadi penting karena keduanya menyoroti aspek-aspek yang saling melengkapi dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku individu.

Penggabungan kedua teori ini memungkinkan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana faktor-faktor seperti norma-norma sosial, identitas kelompok, dan kontrol diri memengaruhi pembentukan niat dan akhirnya perilaku kepatuhan Syariah (Abourrig, 2021). Penggabungan dua teori ini akan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perkembangan literatur dan pemahaman perilaku kepatuhan keuangan, khususnya dalam konteks perbankan Syariah (Yusuf dan Hanafi, 2018; Zeqiri *et al.*, 2022). Urgensi penggabungan TPB dan SIT tercermin dalam kompleksitas perilaku kepatuhan keuangan Syariah, khususnya dalam dukungan bank terhadap program-program pembangunan berkelanjutan (Osman *et al.*, 2024; Utomo *et al.*, 2021).

### **1.5. Skop Penelitian**

Penelitian ini berfokus pada TPB dan SIT sebagai kerangka teoritis utama, oleh karena itu faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi perilaku kepatuhan Syariah, seperti karakteristik demografis nasabah, pengetahuan tentang kualitas layanan bank Syariah, faktor-faktor sosial ekonomi, dan faktor budaya, tidak akan dipelajari secara mendalam dalam penelitian ini. Penelitian ini juga hanya melibatkan nasabah bank Syariah di Sumatera Barat. Temuan penelitian tidak dapat digeneralisasikan ke wilayah lain di Indonesia atau negara lain tanpa penelitian lebih lanjut. Pertanyaan penelitian mencakup identifikasi faktor-faktor yang memengaruhi *customer Sharia compliance behavior* di bank Syariah dan kaitannya dengan model TPB serta SIT. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, dengan pendekatan *Sequential Equation Modeling* (SEM) untuk analisis data.

Populasi yang diteliti adalah nasabah Muslim aktif pada layanan perbankan Syariah. Sumber data terdiri dari kuesioner tentang perilaku kepatuhan keuangan Syariah dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Pemilihan nasabah Muslim sebagai responden penelitian ini relevan untuk mendapatkan data yang mendalam tentang literasi keuangan Syariah, tingkat religiusitas, kepatuhan keuangan Syariah, serta pemahaman tentang konsep-konsep seperti *riba*, *gharar*, dan *maysir*. Partisipasi nasabah non-Muslim tidak dimasukkan untuk menghindari potensi ketidakakuratan dalam data dan analisis, yang tidak sesuai dengan fokus utama penelitian pada literasi dan kepatuhan keuangan Syariah serta pemahaman konsep-konsep kunci dalam Islam.

### 1.6. Kegunaan dan Manfaat Penelitian

Masa depan dan perkembangan bank Syariah di Sumatera Barat ditentukan oleh kemampuan manajerial bank Syariah dalam mengukur dan meningkatkan perilaku kepatuhan Syariah nasabah. Penelitian mendalam diperlukan untuk menganalisis pengaruh *subjective norm*, PBC, literasi keuangan Syariah, religiusitas, *consumer conformity*, *Islamic branding*, *attitude* nasabah, dan *sustainable intention behavior* terhadap *customer Sharia compliance behavior*.

#### 1.6.1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan yang signifikan bagi perkembangan teori manajemen pemasaran jasa, terutama dalam konteks bank Syariah. Penelitian ini akan memperdalam pemahaman tentang perilaku konsumen dan mengidentifikasi implikasi praktis yang relevan bagi industri keuangan Syariah. Beberapa implikasi teoritis yang ditemukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1. Pengembangan teori dan literasi Syariah

Integrasi TPB dan SIT dalam konteks perilaku kepatuhan keuangan Syariah nasabah bank menghasilkan pengembangan teori baru yang menggabungkan aspek-aspek dari kedua teori tersebut. Pengembangan ini memperkaya literatur tentang perilaku konsumen di sektor keuangan Syariah dan memberikan wawasan baru

tentang interaksi antara faktor-faktor individual dan sosial dalam membentuk perilaku kepatuhan Syariah.

## 2. Validasi teori yang ada

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memvalidasi teori-teori yang sudah ada, seperti TPB dan SIT dalam konteks bank Syariah. Pengujian validitas dan relevansi kedua teori ini dalam memahami perilaku kepatuhan Syariah akan memberikan bukti tambahan tentang bagaimana teori-teori tersebut diterapkan dalam konteks yang spesifik.

## 3. Pengembangan model struktural yang komprehensif

Penelitian ini akan menghasilkan model struktural yang lebih komprehensif untuk menjelaskan perilaku kepatuhan Syariah nasabah bank Syariah dengan mengintegrasikan TPB dan SIT. Model ini mengidentifikasi serta menjelaskan pengaruh antara variabel-variabel kunci dari kedua teori tersebut, serta interaksi antara variabel-variabel tersebut dalam membentuk perilaku kepatuhan Syariah.

## 4. Penemuan pola baru dalam pengaruh antara variabel

Pengintegrasian TPB dan SIT dalam analisis perilaku kepatuhan Syariah akan menghasilkan penemuan pola baru dalam pengaruh antara variabel-variabel yang diamati. Penemuan ini akan membuka jalan bagi penelitian lebih lanjut untuk menjelajahi dinamika dan kompleksitas perilaku kepatuhan keuangan Syariah dari sudut pandang teoretis yang lebih terintegrasi.

### 1.6.2. Secara Praktis

Implikasi praktis yang dimungkinkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif

Pemahaman faktor-faktor yang memengaruhi perilaku kepatuhan Syariah nasabah memungkinkan bank Syariah merancang strategi pemasaran yang lebih efektif. Bank dapat mengarahkan upaya pemasaran mereka untuk menarik nasabah yang memiliki niat kuat untuk mematuhi prinsip Syariah, serta mempromosikan nilai-nilai Syariah yang sesuai dengan identitas sosial dan norma-norma kelompok.

## 2. Peningkatan layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah

Pemahaman motivasi dan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku nasabah membantu bank Syariah meningkatkan layanan mereka. Bank dapat mengembangkan layanan sesuai prinsip Syariah dan memberikan pengalaman memuaskan bagi nasabah.

## 3. Penguatan identitas dan kepercayaan nasabah

TPB dan SIT membantu bank Syariah memperkuat identitas dan kepercayaan nasabah. Memahami peran identitas sosial dalam perilaku kepatuhan Syariah membantu bank membangun hubungan yang kuat dengan nasabah dan meningkatkan loyalitas terhadap bank Syariah.

## 4. Penyusunan program edukasi dan penyuluhan yang tepat sasaran

Penelitian ini dapat membantu pengelola bank Syariah menyusun program-program edukasi dan penyuluhan yang lebih efektif. Bank dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman nasabah tentang prinsip-prinsip Syariah dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi niat dan perilaku mereka.

### **1.7. Sistematika Penulisan**

#### **BAB I Pendahuluan**

Bab I memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan. Latar belakang menyajikan konteks dan relevansi topik penelitian. Perumusan masalah menetapkan fokus dan tujuan penelitian. Tujuan penelitian menggambarkan hasil yang ingin dicapai. Novelty penelitian menyoroti kontribusi baru yang dibawa oleh penelitian. Skop penelitian menetapkan batasan-batasan dan cakupan penelitian. Kegunaan dan manfaat penelitian menjelaskan pengaruhnya secara teoritis dan manajerial. Sistematika penulisan memberikan panduan tentang struktur keseluruhan disertasi, memandu pembaca melalui isi dan organisasi setiap bab dan sub-bab yang dipresentasikan.

#### **BAB II Tinjauan Pustaka**

Bab II mengeksplorasi landasan teori dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian. Landasan teori memperkenalkan konsep-konsep dan teori-teori yang menjadi dasar dalam memahami fenomena yang diteliti. Bagian

penelitian terdahulu merangkum hasil-hasil penelitian sebelumnya dalam domain yang sama atau terkait, menunjukkan pemahaman yang ada dan potensi kontribusi penelitian saat ini dalam mengisi kekosongan pengetahuan.

### **BAB III Kerangka Konseptual dan Hipotesis**

Bab III memuat kerangka konseptual penelitian yang menghubungkan konsep-konsep terkait dalam masalah yang diteliti. Kerangka konseptual ini menjelaskan secara detail topik yang dibahas. Bab ini juga menguraikan hipotesis penelitian, yaitu dugaan atau jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian atau tujuan yang ingin dicapai, yang bisa didukung atau ditolak berdasarkan hasil penelitian.

### **BAB IV Metodologi Penelitian**

Bab IV menjelaskan pendekatan dan langkah-langkah penelitian. Jenis penelitian yang dipilih, baik kualitatif maupun kuantitatif, dijelaskan, beserta definisi operasional variabel untuk mengukur konsep-konsep yang diteliti. Bab ini juga memaparkan sumber data yang digunakan, termasuk teknik pengumpulan data seperti survei atau wawancara, serta strategi untuk memilih populasi dan sampel yang tepat. Terakhir, teknik analisis data diuraikan, menggunakan analisis statistik untuk memahami temuan dan menarik kesimpulan yang valid dari penelitian.

### **BAB V Hasil dan Pembahasan**

Bab V merangkum temuan penelitian dan melakukan analisis mendalam terhadap hasilnya. Data yang ditemukan dan hasil analisis dipresentasikan dengan jelas sesuai dengan tujuan penelitian. Pembahasan mengurai makna dari temuan dan menghubungkannya dengan teori yang relevan. Implikasi penelitian menyoroti kontribusi terhadap praktik lapangan dan pengembangan teori. Keterbatasan penelitian dipertimbangkan untuk mengakui batasan-batasan yang mungkin memengaruhi validitas dan generalisabilitas hasil penelitian.

### **BAB VI Penutup**

Bab VI menampilkan kesimpulan dari penelitian dan memberikan saran untuk penelitian selanjutnya. Bagian ini merangkum temuan utama dari bab sebelumnya dan menarik kesimpulan yang relevan dengan tujuan penelitian. Kesimpulan tersebut mencerminkan hasil-hasil yang ditemukan serta memberikan

gambaran yang lebih luas tentang implikasi penelitian. Bab ini mencantumkan saran untuk penelitian masa depan, termasuk topik yang perlu dijelajahi lebih lanjut dan metode penelitian untuk memperdalam pemahaman tentang topik tersebut.

