

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MENABUNG MASYARAKAT MUSLIM DI BANK
SYARIAH INDONESIA DI BELOPA**



OLEH

**ALMAIFA JAMAL
NIM:18.2300.116**

PAREPARE

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2023

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MENABUNG MASYARAKAT MUSLIM DI BANK
SYARIAH INDONESIA DI BELOPA**



OLEH

**ALMAIFA JAMAL
NIM:18.2300.116**

Skripsi sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2023

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MENABUNG MASYARAKAT MUSLIM DI BANK
SYARIAH INDONESIA DI BELOPA**

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)**

**Program Studi
PERBANKAN SYARIAH**

Disusun dan diajukan oleh

**ALMAIFA JAMAL
NIM:18.2300.116**

Kepada

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2023

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat Muslim di Bank Syariah Indonesia di Belopa

Nama Mahasiswa : Almaifa Jamal

Nomor Induk Mahasiswa : 18.2300.116

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam No. B.2906/ln.39.8/PP.00.9/8/2021

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Dr. Firman, M.Pd.
NIP : 19650220 200003 1 002

Pembimbing Pendamping : Rusnaena, M.Ag.
NIP : 19680295 200212 2 001


.....

.....

Mengetahui:

.....
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 19710208 200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat Muslim di Bank Syariah Indonesia di Belopa

Nama Mahasiswa : Almaifa Jamal

Nomor Induk Mahasiswa : 18.2300.116


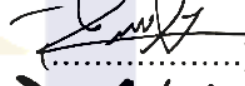


Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam No. B.2906/ln.39.8/PP.00.9/8/2021

Tanggal Kelulusan : 13 Februari 2023

Disahkan oleh Komisi Penguji

| | | |
|-----------------------------------|--------------|---|
| Dr. Firman, M.Pd. | (Ketua) |  |
| Rusnaena, M.Ag. | (Sekretaris) |  |
| Dr. Andi Bahri S., M.E., M.Fil.I. | (Anggota) |  |
| Dr. Damirah, S.E., M.M. | (Anggota) |  |

Mengetahui :


Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 197102082001122002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى رَسُولِ اللَّهِ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ وَمَنْ وَالآلَاءِ ، أَمَا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah swt. Atas limpahan berkat rahmat dan hidayat-Nya. Tak lupa kita panjatkan Shalawat serta Salam kepada Baginda Nabiullah Muhammad Saw, Nabi sekaligus Rasul yang menjadi teladan bagi kita semua. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat Muslim di Bank Syariah Indonesia di Belopa” ini sebagai salah satu syarat untuk dapat menyelesaikan studi dan juga memperoleh gelar “Sarjana Ekonomi” pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di kampus tercinta Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare).

Penulis pastinya menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak bisa terselesaikan tanpa adanya doa, bantuan serta dukungan dari banyak dari banyak pihak. Penulis menghaturkan terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua, ibu tercinta Martini, Bapak tercinta Jamal, dan saudari-saudari saya sebagai support sistem yang selalu ada berkat doanya, penulis bisa dengan tepat waktu menyelesaikan tugas akhir akademik.

Penulis telah mendapatkan bantuan dan bimbingan dari Bapak Dr. Firman, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing Utama dan juga Ibu Rusnaena, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing Pendamping.

Selanjutnya penulis mengucapkan dan menyampaikan terima kasih banyak kepada:

1. Bapak Dr. Hannani, M.Ag. sebagai Rektor IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Dr. Andi Bahri S, M.E., M.Fi.II selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Bapak I Nyoman Budiono, M.M sebagai Penanggung Jawab Prodi Perbankan Syariah. Serta Ibu Damirah S.E.,M.M, selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

3. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Perbankan Syariah yang telah membimbing dan memberikan arahan dalam mendidik penulis selama masa studi di IAIN Parepare.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta Staf Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu penulis selama masa studi sebagai mahasiswa sampai pada kepeguruan berkas ujian penyelesaian studi. Serta Kepala Perpustakaan IAIN Parepare beserta seluruh stafnya di IAIN Parepare.
5. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu yang telah memberikan penulis izin untuk penelitian. Serta Pak Lurah Sabe yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian.
6. Terima kasih kepada seluruh teman-teman Perbankan Syariah angkatan 2018 terkhusus Annisa Ahmuddin, Anjali Kamaluddin, Madina, Khusul Khatima sakka, Tasmiah, Ismayanti, Wildani Bahri, Hasriani dan Marisa. Akhir kata penulis menyampaikan agar pembaca berkenan memberikan saran dan kritik demi terwujudnya penyusunan skripsi yang lebih baik lagi. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi kita semua. Aamiin.

Parepare, 04 Oktober 2022
8 Rabiul Awal 1444 H

Penulis,



ALMAIFA JAMAL
NIM : 18.2300.1166

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : ALMAIFA JAMAL

NIM : 18.2300.116

Tempat/Tgl. Lahir : Suli, 02 Desember 1999

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung
Masyarakat Muslim di Bank Syariah Indonesia di Belopa

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum

Parepare, 04 Oktober 2022

Penyusun,



ALMAIFA JAMAL
NIM : 18.2300.116

ABSTRAK

Almaifa Jamal. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat Muslim di Bank Syariah Indonesia di Belopa.* (dibimbing oleh Firman dan Rusnaena).

Pada zaman globalisasi yang semakin maju ini, permintaan masyarakat akan pemenuhan kebutuhan mengenai jasa lembaga keuangan sudah sangat dibutuhkan baik lembaga keuangan bank dan non bank dan baik perbankan konvensional maupun perbankan berbasis syariah.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang datanya diperoleh dari observasi lapangan, wawancara dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan yaitu menggunakan tahapan reduksi data, penyajian data (data display), dan penarikan/ verifikasi kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Pemahaman masyarakat Belopa tentang Bank Syariah Indonesia yaitu karena kurangnya pengetahuan yang mereka dapatkan baik dari segi pendidikan formal maupun non formal dan kurangnya sosialisasi dari pihak Bank Syariah Indonesia. (2) Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung masyarakat di Bank Syariah Indonesia yaitu: faktor pelayanan yang ada di Bank Syariah Indonesia lebih jelas dan lengkap dalam hal ini sarana prasarannya, faktor lokasi mempengaruhi minat menabung masyarakat terhadap Bank Syariah Indonesia, karena berada dekat pemukiman masyarakat, faktor promosi menarik masyarakat untuk menabung dengan informasi produk yang jelas dan baik membuat masyarakat percaya, dan faktor pengetahuan yang meliputi pengalaman, lingkungan, dan media massa.

Kata Kunci: minat, menabung, masyarakat muslim, Bank Syariah Indonesia

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING | iv |
| PENGESAHAN KOMISI PENGUJI..... | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | viii |
| ABSTRAK | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiii |
| TRANSLITERASI DAN SINGKATAN..... | xv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 4 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 4 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 4 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 6 |
| A. Tinjauan Penelitian Relevan..... | 6 |
| B. Tinjauan Teori | 7 |
| 1. Minat | 7 |
| 2. Minat Menabung | 9 |
| 3. Pengertian Menabung..... | 10 |
| 4. Masyarakat | 13 |
| 5. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung..... | 20 |
| 6. Bank Syariah | 28 |
| C. Tinjauan Konseptual | 35 |

| | |
|---|----|
| D. Kerangka Pikir..... | 37 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 38 |
| A. Pendekatan dan jenis Penelitian..... | 38 |
| B. Lokasi dan waktu penelitian..... | 39 |
| C. Fokus Penelitian..... | 39 |
| D. Jenis dan Sumber Data..... | 39 |
| E. Tehnik Pengumpulan dan Pengelolaan Data..... | 41 |
| F. Teknik pengolahan data..... | 42 |
| G. Uji Keabsahan Data..... | 43 |
| H. Tehnik Analisis Data..... | 44 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 47 |
| A. Hasil Penelitian..... | 47 |
| 1. Pemahaman Masyarakat Belopa tentang Bank Syariah Indonesia .. | 47 |
| 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat muslim dalam menabung di Bank Syariah Indonesia di Belopa..... | 55 |
| BAB V PENUTUP..... | 65 |
| A. Simpulan..... | 65 |
| B. Saran..... | 65 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 67 |

DAFTAR GAMBAR

| No Gambar | Judul Gambar | Halaman |
|-----------|----------------|---------|
| 2.1 | Kerangka Pikir | 37 |



DAFTAR LAMPIRAN

| No. Lamp. | Judul Lampiran | Halaman |
|-----------|---|----------|
| 1 | Surat Izin Melakukan Penelitian Dari IAIN Parepare | Lampiran |
| 2 | Surat Izin Penelitian Dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan terpadu Satu Pintu Kota Enrekang | Lampiran |
| 3 | Surat Keterangan Selesai Meneliti | Lampiran |
| 4 | Pedoman Wawancara | Lampiran |
| 5 | Keterangan Wawancara | Lampiran |
| 6 | Dokumentasi | Lampiran |
| 7 | Riwayat Hidup | Lampiran |



TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam hurufLatin:

| Huruf | Nama | Huruf Latin | Nama |
|-------|------|--------------------|----------------------------|
| ا | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan |
| ب | Ba | B | Be |
| ت | Ta | T | Te |
| ث | Tha | Th | te dan ha |
| ج | Jim | J | Je |
| ح | Ha | h | ha (dengan titik di bawah) |
| خ | Kha | Kh | ka dan ha |
| د | Dal | D | De |
| ذ | Dhal | Dh | de dan ha |
| ر | Ra | R | Er |
| ز | Zai | Z | Zet |
| س | Sin | S | Es |

| | | | |
|---|--------|----|------------------------------|
| ش | Syin | Sy | es dan ye |
| ص | Shad | ṣ | es (dengan titik di bawah) |
| ض | Dad | ḍ | de (dengan titik di bawah) |
| ط | Ta | ṭ | te (dengan titik di bawah) |
| ظ | Za | ẓ | zet ((dengan titik di bawah) |
| ع | 'ain | ‘ | koma terbalik ke atas |
| غ | Gain | G | Ge |
| ف | Fa | F | Ef |
| ق | Qaf | Q | Qi |
| ك | Kaf | K | Ka |
| ل | Lam | L | El |
| م | Mim | M | Em |
| ن | Nun | N | En |
| و | Wau | W | We |
| ه | Ha | H | Ha |
| ء | Hamzah | ’ | Apostrof |
| ي | Ya | Y | Ye |

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (´).

2. Vokal

- a. Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama | Huruf Latin | Nama |
|-------|--------|-------------|------|
| ا | Fathah | A | A |
| اِ | Kasrah | I | I |
| اُ | Dammah | U | U |

- a. Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

| Tanda | Nama | Huruf Latin | Nama |
|-------|----------------|-------------|---------|
| اِيّ | fathah dan ya | Ai | a dan i |
| اُوّ | fathah dan wau | Au | a dan u |

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

حَوْلَ : haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf ,transliterasinya berupa huruf dan tanda,yaitu:

| Harkat dan Huruf | Nama | Huruf dan Tanda | Nama |
|------------------|------|-----------------|------|
|------------------|------|-----------------|------|

| | | | |
|--------|-------------------------------|---|---------------------|
| آ / اَ | fathah dan alif atau ya | Ā | a dan garis di atas |
| يَ | kasrah dan ya | Ī | i dan garis di atas |
| وُ | dammah dan wau | Ū | u dan garis di atas |

Contoh:

مَاتَ : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

1. TaMarbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha(h)*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *raudah al-jannah* atau *raudatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْقَادِيَةَ : *al-madīnah al-fāḍilah* atau *al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

2. Syaddah(Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

الْحَجُّ : *al-hajj*

نُعَمَّ : *nu‘ima*

عَدُوُّ : *aduwwun*

Jika huruf ى bertasydid diakhir sebuah kata dandidahului oleh huruf kasrah (ِ) maka ialitransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

عَلِيٌّ : ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

3. KataSandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma’arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalāh* (bukan *az-zalzalāh*)

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

4. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, iatidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

سَيِّئٌ : *syai'un*

أَمْرٌ : *Umirtu*

5. Kata Arab yang lazim di gunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata,istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Fī ẓilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafẓ lā bi khusus al-sabab

6. *Lafẓ al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *Dīnulla* بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *Hum fī rahmatillāh*

7. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur'an Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: IbnuRusyd, Abūal-Walid Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)

Naşr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naşr Ḥamīd (bukan: Zaid, Naşr Ḥamīd Abū)

B. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

| | | |
|---------------|---|--|
| swt. | = | <i>subḥānahū wa ta'āla</i> |
| saw. | = | <i>şallallāhu 'alaihi wa sallam</i> |
| a.s. | = | <i>'alaihi al- sallām</i> |
| H | = | Hijriah |
| M | = | Masehi |
| SM | = | Sebelum Masehi |
| l. | = | Lahir tahun |
| w. | = | Wafat tahun |
| QS .../...: 4 | = | QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahīm/ ..., ayat 4 |
| HR | = | Hadis Riwayat |

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص = صفحة

| | | |
|------|---|--------------------|
| دو | = | بدون مكان |
| صهعى | = | صلى الله عليه وسلم |
| ط | = | طبعة |
| دن | = | بدون ناشر |
| الخ | = | إلى آخرها/إلى آخره |
| خ | = | جزء |

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan katajuz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala.

| | | |
|-----|---|--------------------|
| ط | = | طبعة |
| دن | = | بدون ناشر |
| الخ | = | إلى آخرها/إلى آخره |
| خ | = | جزء |

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor).

Karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.

Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.

Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan katajuz.

No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman globalisasi yang semakin maju ini, permintaan masyarakat akan pemenuhan kebutuhan mengenai jasa lembaga keuangan sudah dibutuhkan baik lembaga keuangan bank dan non bank dari baik perbankan konvensional maupun perbankan berbasis syariah. Adanya perbankan keuangan yang beroperasi sesuai dengan syariah Islam diharapkan dapat membantu masyarakat dan terjaga dari adanya bunga yang termasuk kedalam perbuatan riba.

Industri perbankan di Indonesia mencatat sejarah baru dengan hadirnya PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang secara resmi lahir pada 1 Februari 2021 atau Jumadil Akhir 1442 H. Presiden Joko Widodo secara langsung meresmikan bank syariah terbesar di Indonesia tersebut di Istana Negara.

BSI merupakan bank hasil merger anatar PT Bank BRI syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Selanjutnya pada 1 Februari, Presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI. Pengabungan ini menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah, sehingga menghadirkan layanan yang lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik, didukung sinergi dengan perusahaan serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah di Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

Potensi BSI untuk terus berkembang dan menjadi bagian dari kelompok bank syariah terkemuka di tingkat global sangat terbuka. Selain kinerja yang tumbuh positif, dukungan iklim bahwa pemerintah Indonesia memiliki misi lahirnya ekosistem industri halal dan memiliki bank syariah nasional yang besar serta kuat,

fakta bahwa Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia ikut membuka peluang.¹

Pasal 1 UUD No 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah menerangkan bahwa semuanya berhubungan dengan bank dan unit bisnis, termasuk pengaturan, operasi, serta metode dan proses yang terkait dengan aktifitas usaha tersebut. UUD No 10 Tahun 1998 tentang kegiatan perbankan, sesuai dengan aturan operasionalnya yakni, bank biasa sesuai konsep suku bunga dan bank sesuai prinsip syariah disebut bank syariah.

Umumnya, bank syariah disebut bank tanpa bunga yakni lembaga keuangan dan perbankan, kegiatan dan produknya dikembangkan sesuai dengan syariat Islam. Produk bank syariah Indonesia yang ditawarkan salah satunya adalah produk pembiayaan. Produk pembiayaan dalam perbankan syariah di antaranya pembiayaan dengan prinsip jual beli pembiayaan dengan prinsip sewa, pembiayaan dengan prinsip bagi hasil, dan pembiayaan dengan akad pelengkap.² Pembiayaan (*Financing*) adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Dalam pembiayaan tersebut bank syariah menyalurkan dana kepada pihak lain (nasabah) baik berupa produk atau jasa sesuai dengan prinsip syariah serta dilandaskan pada kepercayaan yang diberikan oleh pihak pengguna dana.

Secara umum, produk-produk pembiayaan pada perbankan syariah dikelompokkan kedalam dua kelompok yaitu pembiayaan dengan prinsip jual dan pembiayaan dengan prinsip bagi hasil. Alokasi pembiayaan pada bank syariah

¹ [Hhttps://ir.bankbsi.co.id/corporate-history.html](https://ir.bankbsi.co.id/corporate-history.html), Kamis 14.47

² Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta:Ekonesia), 2004), h. 1.

berjalan baik dalam bentuk pembiayaan sektor-sektor seperti sektor usaha, produksi dan properti.³

Masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim tidak menutup kemungkinan menaruh kepercayaan terhadap perbankan syariah secara penuh, karena ada masyarakat yang paham akan operasional perbankan syariah dengan bertransaksi menggunakan perbankan syariah, ada masyarakat muslim yang memang kurang dalam pengetahuan mengenai bagaimana operasional perbankan syariah di mata masyarakat yang tidak beragama muslim menggunakan perbankan syariah dalam bertransaksi karena pengetahuannya. Bank syariah Indonesia tentunya telah tersebar di seluruh Indonesia salah satunya belopa Sulawesi Selatan Indonesia. Masyarakat belopa yang mayoritas muslim hanya sebagian sedikit masyarakat muslim yang menggunakan bank syariah karena kurangnya sosialisasi terkait bank syariah ini menjadi salah satu faktor penyebab masyarakat di Belopa enggan menggunakan bank syariah. Faktor lain yaitu pola pikir masyarakat Belopa hanya memandang sebelah mata bank syariah itu harus dihilangkan, karena masyarakat belopa beranggapan bahwa bank syariah itu sama dengan bank konvensional. Banyaknya cabang-cabang bank syariah di seluruh Indonesia, membuktikan bahwa pertumbuhan dunia perbankan sekarang sangat pesat. Dengan semakin banyaknya bank-bank baru mengakibatkan persaingan semakin ketat. Persaingan tersebut menuntut pihak bank untuk dapat mempertahankan dan menarik minat nasabah untuk menabung sebanyak mungkin. Dalam upaya menarik minat nasabah menabung dapat dilakukan berbagai upaya, salah satunya dengan memberikan informasi produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah Indonesia.

Salah satu Bank Syariah Indonesia yang ada di Belopa adalah bank syariah KCP Belopa yang terletak di JLN. Tampumia Radda Kota Belopa, Sulawesi Selatan. Pada awalnya bank syariah Indonesia di Belopa melihat wilayah-wilayah daerah yang

³ Minta Ito Hasibuan, *Pengaruh Syariah 2008* (UU RI No. 21 Tahun 2008), (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), h. 3

memiliki prospek bisnis, yaitu wilayah yang pertumbuhan ekonomi di masa mendatang diperkirakan selalu berkembang, dimana Belopa merupakan salah satunya. Sementara pertimbangan lain dipilihnya kota Belopa adalah mayoritas penduduknya merupakan muslim.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas yang merujuk pada pokok permasalahan, maka dari masalah yang menjadi fokus penelitian penulis adalah:

1. Bagaimana pemahaman masyarakat muslim di Belopa tentang bank syariah Indonesia?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat masyarakat muslim dalam menabung di bank syariah Indonesia di Belopa?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan latar belakang serta rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, adapun adapuun tujuan dari penelitian tersebut antara lain:

1. Untuk mengetahui bagaimana pemahaman masyarakat muslim tentang bank syariah Indonesia.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat masyarakat muslim dalam menabung di bank syariah indonesia di Belopa

D. Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk penulis sendiri maupun orang lain, manfaat yang dapat diambil dalam penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis
Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pemikiran serta dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dan referensi selanjutnya.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan sebagai sarana untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung masyarakat muslim di bank syariah

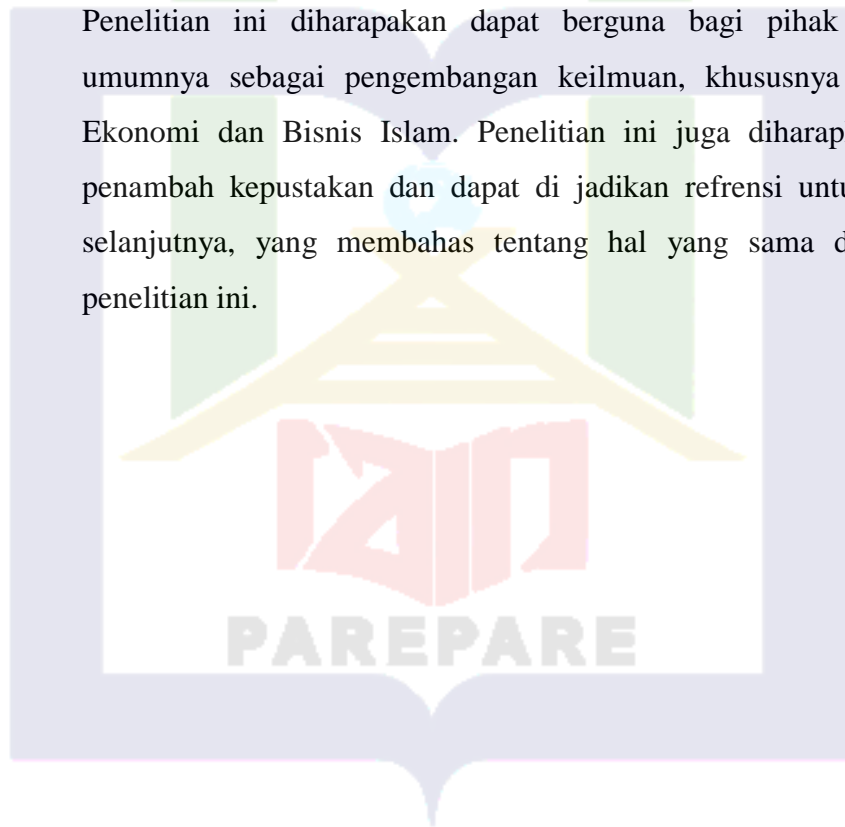
Indonesia (BSI). Disamping sebagai salah satu syarat untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

b. Bagi Pihak Bank

Penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan dalam menerapkan dan memperkuat sistem syariah sebagai bentuk perbankan yang di akui secara hukum islam sehingga dapat menjadi alternatif dalam memenuhi kebutuhan transaksi keuangan.

c. Bagi Institusi

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak IAIN pada umumnya sebagai pengembangan keilmuan, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penelitian ini juga diharapkan menjadi penambah kepustakaan dan dapat di jadikan refrensi untuk penelitian selanjutnya, yang membahas tentang hal yang sama dengan judul penelitian ini.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Jarkoni dengan judul penelitian “Faktor Penyebab Kurangnya Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Kantor Cabang Bank Syariah Mandiri Telanaipura Kota Jambi” berdasarkan hasil wawancara dan hasil analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Telanaipura, kota Jambi untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri ialah faktor promosi, faktor produk dan pengetahuan. Terdapat persamaan dan perbedaan pada penelitian ini. Persamaanya yaitu rendahnya minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah⁴. Sedangkan perbedaannya itu terdapat pada tempat penelitian.

Gusmail Emmang “Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar)” penelitian tersebut menghasilkan bahwa variabel pengetahuan secara signifikan mempengaruhi kurangnya minat masyarakat kecamatan Rappocini untuk menabung di bank syariah. Variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat menabung masyarakat kecamatan Rappocini di bank syariah. Variabel produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat kecamatan Rappocini untuk menabung di bank syariah. Persamaan dalam penelitian ini adalah membahas tentang rendahnya minat masyarakat terhadap bank syariah.⁵

Fajrur Rachman dengan judul penelitian “Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Bank Umum Syariah dan Bank Umum Konvensional Studi

⁴Jarkoni, *Faktor Penyebab Kurang Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Kantor Cabang Bank Syariah Mandiri* (Telanaipura Kota Jambi, 2020), h 192

⁵Gusmail Emmang, *Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah* (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Rappocini Kota Makassar), h 85

di Surakarta). Tujuan penelitian ini untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih antara bank umum syariah dan bank umum konvensional. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, dalam metode analisis kualitatif deskriptif karena data diperoleh langsung di bank muamalat syariah.

Ahmad Nurul Hamdani dengan judul penelitian “ Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di bank syariah Indonesia Sudirman KC Tulungagung. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor apa yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di bank syariah sudirman Kc. Tulungagung. Adapun persamaan yaitu sama-sama ingin mengetahui faktor apa yang mempengaruhi minat menabung.

B. Tinjauan Teori

1. Minat

a. Pengertian Minat

Minat (*interest*) kecenderungan atau kegiatan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan.⁶

Minat merupakan keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Minat adalah rasa suka atau senang dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh atau biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa/barang. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan atas pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan

⁶Anton M. Moelino dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), h. 225

keputusan tersebut di peroleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki.⁷

Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pemikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedangkan perasaan akal berfungsi sebagai pengingat fikiran dan perasaan itu dalam kondisi harmonis, agar kehendak bisa diatur dengan sebaik-baiknya.⁸

b. Macam-macam minat

Minat dapat dibagi menjadi tiga macam berdasarkan timbulnya, berdasarkan arahnya dan cara mengungkapkannya, sebagai berikut:⁹ berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primiti dan minat kultural.

- 1) Minat Primiti adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh. Contohnya minat individu pada suatu hal untuk mempertahankan hidup seperti kebutuhan makanan, kenyamanan kebebasan beraktivitas dan seks.
- 2) Minat Kultural atau minat sosial adalah minat yang timbul karena proses belajar atau didapat dari lingkungan sekitarnya, tidak secara langsung berhubungan dengan diri individu, manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat memenuhi kebutuhannya sendiri, manusia selalu membutuhkan bantuan orang lain, sehingga individu memiliki minat untuk melakukan kegiatan, komunikasi dan berinteraksi dengan lingkungan sekitar. Contohnya minat untuk memiliki mobil dan Kekayaan.

⁷ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011), h. 141

⁸ Sukanto M, *Nafsiologi*, (Jakarta: Intergritas Press, 1985), h. 120

⁹ Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar, Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana, 2001), h. 23

Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik.

- a. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri. Minat yang lebih mendasar dan asli, yaitu minat yang timbul dalam dirinya sendiri karena secara pribadi seseorang berminat pada suatu hal atau aktivitas bukan karena orang lain atau lingkungan sekitar yang mempengaruhinya. Contohnya individu yang memiliki minat untuk membeli sebuah produk karena benar-benar membutuhkan produk tersebut bukan karena terpengaruh dari orang lain.
- b. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut, apabila tujuannya sudah tercapai ada kemungkinan minat tersebut akan hilang. Contohnya seseorang berminat untuk bergabung dalam sebuah klub motor seperti temannya agar dapat diterima dalam pergaulan.

Berdasarkan cara mengungkapkan, minat dapat dibedakan menjadi empat, yaitu: *ekspresed interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subjek untuk menyatakan kegiatan yang disenangi maupun tidak, dari jawabannya dapat diketahui minatnya. *Manifest interest* adalah diungkapkan dengan melakukan pengamatan langsung. *Tested interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif dan *Invetoried interest* adalah minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandarisasikan.

Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa minat terdiri dari tiga macam yaitu minat berdasarkan timbulnya, minat berdasarkan arahnya dan minat berdasarkan cara mengungkapkannya.

2. Minat Menabung

Minat merupakan keinginan yang timbul dari sendiri tanpa paksaan dari orang lain untuk mencapai tujuan tertentu. Minat adalah rasa suka (senang) dan

tertarik pada mencapai objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh atau biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai kepuasan pemakaian atau pembelian jasa atau produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan atas pembelian dan kepuasan tersebut diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki.¹⁰

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Dalam al-quran ayat-ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik.¹¹

Dorongan dari dalam individu, misalnya dorongan untuk makan. Dorongan untuk makan akan membangkitkan minat bekerja atau mencari penghasilan, minat produksi makanan dan lain-lain. Motif sosial dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya.

3. Pengertian Menabung

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh umat islam dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan, dalam ayat-ayat Allah yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik.¹² Perilaku menabung sendiri mensyaratkan seorang untk bisa disiplin dalam hal mengatur keuangan. Menabung

¹⁰ Sofyan Assauri, *Bank Syariah: Dari teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 85

¹¹ Muhammad Syafi' Antonio, *Bank Syariah*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 153

¹² Muhammad Syafi' Antonio, *Bank Syariah dan Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 153

sebagai sifat hemat dapat dijadikan sifat positif yang apabila dengan konsisten akan meningkatkan kualitas hidup yang lebih baik.

Menurut teori klasik tabungan adalah fungsi dari tingkat bunga. Makin tinggi tingkat bunga makin tinggi pula keinginan masyarakat untuk menabung. Artinya pada tingkat bunga yang lebih tinggi masyarakat akan lebih terdorong untuk mengorbankan atau mengurangi pengeluaran untuk konsumsi guna menambah tabungan.¹³ Untuk menjelaskan hubungan antara pendapatan dengan konsumsi dan simpanan (*saving*), bisa digunakan teori “*absolute income hypothesis*”. Teori ini merupakan hasil dari pemikiran Keynes yang menjelaskan tentang hubungan antara pendapat dengan konsumsi dan simpanan. Oleh karena simpanan merupakan bagian pendapatan yang tidak dikonsumsi, maka menurut Keynes simpanan (*saving*) merupakan fungsi dari pendapatan. Menurut Keynes, tidak semua dari pendapatan yang diterima seseorang akan digunakan untuk konsumsi, melainkan sebagian akan disimpan sebagai simpanan atau tabungan.¹⁴

a. Tujuan menabung

Dibawah ini merupakan tujuan dari menabung antara lain sebagai berikut:

- 1) Menghemat pengeluaran supaya hidup tidak boros
- 2) Mengatur keuangan dengan baik
- 3) Merencanakan serta mempersiapkan hari depan
- 4) Menyukseskan pembangunan

Minat menabung seseorang menyangkut dua hal pokok, yaitu:¹⁵

1. Masalah kemampuan untuk menabung yang ditemukan oleh selisih antara pendapatan dan pengeluaran yang dilakukan. Apabila pendapat lebih besar dari pengeluaran dapat dikatakan mempunyai kemampuan untuk menabung.

¹³ Nopirin, *Ekonomi Moneter*, (Yogyakarta: BPEE, 1992), h. 7

¹⁴ Boediono, *Ekonomi Moneter*, Pengantar Ekonomi No. 5, (Yogyakarta: BPEE, 1998), h. 37

¹⁵ Sukardi dan Anwari, *Manfaat Menabung dalam Tabanas dan Taska*, (Jakarta: Balai Aksara, 1984), h. 75

2. Masalah kesedian untuk menabung. Setiap individu pada umumnya mempunyai kecenderungan menggunakan seluruh pendapatannya untuk memenuhi kebutuhannya. Karena ada kecenderungan tersebut, maka kemampuan menabung tidak secara otomatis diikuti dengan kesedian menabung.

Menabung dalam islam, Dalam ayat Al-qur'an terdapat ayat yang memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik, berdasarkan ayat Al-Qur'an surah Al-Isra' ayat 26:

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذُرْ تَبْدِيرًا ﴿٢٦﴾

Terjemahnya;

Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.

Ayat tersebut memerintahkan kepada kaum muslimin agar menunaikan hak kepada keluarga-keluarganya yang dekat, orang-orang miskin, dan orang-orang yang dalam perjalanan. Hak harus ditunaikan yaitu ialah: ialah mempererat tali persaudaraan dan kasih sayang, mengunjungi rumahnya dan bersikap sopan santun, serta membantu meringankan penderitaan-penderitaan yang dialami. Orang-orang yang dalam perjalanan yang patut diringankan penderitaannya, ialah orang yang melakukan perjalanan karena tujuan-tujuan yang dibenarkan oleh agama. Orang yang demikian keadaannya perlu dibantu dan ditolong agar tercapai apa yang dimaksud tujuannya.

Allah SWT melarang kaum muslimin memelanjakan harta bendanya secara boros. Larangan ini bertujuan agar kaum muslimin mengatur pembelanjannya dengan perhitungan yang secermat cermatnya, agar apa yang dibelanjakannya sesuai dan tepat dengan keperluannya, tidak boleh membelanjakan harta kepada orang-orang

yang tidak berhak menerimanya, atau memberikan harta melebihi dari yang seharusnya.¹⁶

Perilaku menabung sendiri mensyaratkan seseorang untuk bisa disiplin dalam hal mengatur keuangan. Menabung sebagai sifat hemat dapat dijadikan sifat positif yang apabila dengan konsisten akan meningkatkan kualitas hidup yang lebih baik

4. Masyarakat

a. Pengertian Masyarakat

Masyarakat adalah sekumpulan orang yang terdiri dari berbagai kalangan dan tinggal didalam satu wilayah, kalangan biasa terdiri dari kalangan orang mampu hingga orang yang tidak mapu. Masyarakat yang sesungguhnya adalah sekumpulan orang yang telah memiliki hukum adat, norma-norma, dan berbagai peraturan yang siap untuk ditaati. Menurut Abdul Syani, masyarakat berasal dari musyarokah yang artinya bersama-sama. Kemudian berubah menjadi masyarakat yang artinya bersama-sama. Kemudian berubah menjadi masyarakat yang artinya berkumpul bersama, hidup bersama dengan saling berhubungan dan saling mempengaruhi selanjutnya mendapatkan kesepakatan menjadi masyarakat¹⁷.

b. Unsur-Unsur Masyarakat

- 1) Harus ada kelompok (pengumpulan) manusia, dan harus banyak jumlahnya.
- 2) Telah berjalan dengan waktu yang lama dan bertempat tinggal dalam daerah yang tertentu.
- 3) Adanya aturan (undang-undang yang mengatur mereka bersama, untuk maju kepada suatu cita-cita yang sama.

¹⁶ Tim Tashih Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Tafsirnya Jilid V*, (Semarang: PT Citra Effhar, 1993), h. 562

¹⁷ Abdul Syani, *Sosiologi Skematika, Teori dan Terapan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h. 30

c. Tipe-Tipe Masyarakat

Dilihat dari sudut antropologi, masyarakat mempunyai dua kecenderungan tipe yaitu:

- 1) Suatu masyarakat kecil yang belum begitu kompleks yang belum mengenal pembagian kerja, belum mengenal tulisan, dan teknologinya relatif sederhana. Suatu masyarakat yang strukturnya dan aspek-aspeknya masih dapat dipelajari sebagai suatu kesatuan.
- 2) Masyarakat yang sudah kompleks, yang sudah jauh menjalankan spesialisasi dalam segala bidang, karena ilmu pengetahuan modern maju, teknologi maju, sudah mengenal tulisan. Suatu masyarakat yang jika dilihat sekaligus segi-segi kegiatannya, dan hanya diselidiki dengan baik¹⁸.

d. Faktor-Faktor yang Mendorong Manusia Hidup Bermasyarakat.

- 1) Adanya dorongan seksual, yaitu dorongan manusia untuk mengembangkan keturunannya atau jenisnya.
- 2) Adanya pernyataan bahwa manusia adalah makhluk yang tidak serba bisa atau sebagai makhluk lemah. Karena ia selalu mendesak atau mencari kekuatan bersama, yang terdapat perserikatan dengan orang lain, sehingga mereka berlingkungan bersama-sama, dan mengejar kebutuhan sehari-hari. Termasuk pula perlindungan itu sehari-hari terdapat bahaya diluar.
- 3) Karena terjadinya dorongan pada tiap-tiap manusia. Manusia bermasyarakat, oleh karena itu ia telah mendapatkan bantuan yang berfaedah yang diterima sejak kecil dari lingkungannya. Tegasnya manusia telah mendapatkan betapa manisnya hidup bermasyarakat.

¹⁸ Abdul Syani, *Sosiologi Skematika, Teori dan Terapan*, h. 90

- 4) Karena adanya kesamaan keturunan, kesamaan teritorial, kesamaan nasib, kesamaan keyakinan, kesamaan cita-cita, kesamaan kebudayaan, dan yang lainnya.¹⁹

e. Ciri-ciri Masyarakat

Suatu masyarakat merupakan suatu bentuk kehidupan bersama manusia yang mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) Manusia yang hidup bersama sekurang-kurangnya terdiri dari dua orang.
- 2) Bergaul dalam waktu cukup lama, sebagai akibat hidup bersama itu, timbul sistem komunikasi dan peraturan-peraturan yang mengatur hubungan antar manusia.
- 3) Adanya kesadaran bahwa setiap manusia merupakan bagian dari suatu kesatuan.
- 4) Menghasilkan kebudayaan yang mengembangkan kebudayaan.

f. Pembagian masyarakat

Cara terbentuknya masyarakat yaitu:

- 1) Masyarakat paksaan, masyarakat tawanan, masyarakat pengungsi atau pelarian dan sebagainya kedalam (kelompoknya) bersifat *Gemeinschaft* keluar bersifat *Gesellschaft*.
- 2) Masyarakat merdeka yang terbagi dalam:
 - a) Masyarakat alam yaitu yang terjadi dengan sendirinya. Suku golongan atau suku yang bertalian karena darah atau keturunan umumnya yang masih sederhana sekali kebudayaannya dalam keadaan terpencil atau tidak mudah berhubungan dengan dunia luar umumnya bersifat *Gemeinschaft*.
 - b) Masyarakat budidaya terdiri karena kepentingan keduniaan atau kepercayaan (keagamaan) antara lain kongsi perekonomian, koperasi, gereja dan sebagainya umumnya bersifat *Gesellschaft*.

¹⁹ Abdul Syani, *Sosiologi Skematika, Teori dan Terapan*, h. 93

Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening bank simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank²⁰. Dapat diartikan nasabah adalah pihak atau seseorang yang menggunakan bank yang dipercayainya untuk menyimpan uang atau dananya.

Istilah kalimat untuk pelanggan lebih sering diberikan kepada jasa non keuangan, seperti manufaktur, supermarket, hotel dan lainnya. Sementara itu, istilah nasabah sering digunakan untuk perusahaan keuangan seperti bank, asuransi, *leasing* atau pegadaian. Namun, dalam pelayanan tetap sama karena kedua istilah tersebut mengandung arti yang sama, perbedaan yang melekat hanyalah terletak dalam hal sebagian kecil pelayanan saja.²¹

Adapun pengertian nasabah menurut para ahli, sebagai berikut :

Menurut Saladin nasabah adalah “konsumen-konsumen sebagai penyediaan dana.”²²

Menurut Tjiptono nasabah adalah “setiap orang yang membeli dan menggunakan produk atau jasa perusahaan.”²³

Menurut Kasmir “nasabah merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank.”²⁴

²⁰ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 189

²¹ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 334

²² Evi Yupitri dan Raina Linda Sari, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan, (*Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 1 No, 2012), h. 49

²³ Dwi Perwitasari Wiryaningtyas, Pengaruh Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit pada Bank Kredit Desa Kabupaten Jember, (*Jurnal Ekonomi dan Bisnis Growth*, Vol. 14 No. 2, 2016), h. 50

²⁴ Muslimah Sonny Koeswara, Analisis Besarnya Pengaruh Kinerja Pelayanan (*Service Performance*) Frontliler dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Prioritas PT. BCA Tbk Cabang Permata Buana Dengan Pendekatan Metode Regresi Linear Multiple, (*Jurnal Pasti*, Vo. 8 No. 1, 2013), h. 3

Dari pengertian dari beberapa ahli diatas dapat disimpulkan bahwa nasabah adalah seseorang atau badan usaha yang memiliki rekening, simpanan atau tabungan, pinjaman dan melakukan transaksi pada sebuah bank.

Pihak-Pihak yang termasuk sebagai nasabah yaitu:

a. Individu

Nasabah bank terdiri dari orang yang telah dewasa dan orang yang belum dewasa. Nasabah orang dewasa hanya diperbolehkan untuk nasabah kredit dan/atau nasabah giro. Sedangkan nasabah simpanan dan/atau jasa-jasa bank lainnya dimungkinkan orang yang belum dewasa, misalnya nasabah tabungan dan nasabah lepas (*working customer*) untuk transfer dan sebagainya. Terhadap perjanjian yang dibuat antara bank dengan nasabah tersebut adalah tidak dipenuhinya salah satu unsur sahnyanya perjanjian seperti yang termuat dalam pasal 1329 KUHP Perdata, maka perjanjian tersebut dapat dibatalkan, artinya perjanjian tersebut dapat dibatalkan oleh pihak yang dapat mewakili anak yang belum dewasa, yaitu orang tua atau walinya melalui acara gugatan pembatalan. Dengan kata lain, selama orang tua atau wali dari orang yang belum dewasa tersebut tidak melakukan gugatan, maka perjanjian tersebut tetap berlaku dan mengikat antar para pihak. Nasabah kredit dan rekening giro biasanya diwajibkan bagi nasabah yang telah dewasa. Hal ini disebabkan karena resiko bank yang sangat besar jika dalam pemberian kredit dan pembukaan rekening giro diperbolehkan bagi nasabah yang belum dewasa.

b. Badan hukum

Untuk nasabah berupa aspek legalitas dari badan tersebut serta kewenangan bertindak dari pihak yang berhubungan dengan bank. Hal ini berkaitan dengan aspek hukum perseorangan. Berkaitan dengan kewenangan bertindak bagi nasabah yang bersangkutan, khususnya bagi “badan” termasuk apakah perbuatan hukum tersebut perlu mendapat persetujuan dari komisaris atau rapat umum pemegang saham (RUPS) agar diperhatikan anggaran dasar dari badan yang bersangkutan. Subjek hukum yang berbentuk badan, tidak otomatis dapat berhubungan dengan bank. Untuk dapat berhubungan dengan bank, harus juga dilihat peraturan perundang-undangan

yang berlaku dan bagaimana ketentuan internal yang berlaku pada bank yang bersangkutan.²⁵

c. Macam-macam nasabah

- 1) Nasabah deposan, yaitu nasabah yang menyimpan dananya disuatu bank, misalnya dalam bentuk deposito atau tabungan.
- 2) Nasabah yang memanfaatkan fasilitas kredit perbankan, misalnya kredit usaha kecil, kredit kepemilikan rumah dan sebagainya.
- 3) Nasabah yang melakukan transaksi dengan pihak lain melalui bank, misalnya transaksi antara importer sebagai pembeli dan eksportir di luar negeri. Untuk transaksi semacam ini, biasanya importer membuka *letter of credit* (L/C) pada suatu bank demi kelancaran dan keamanan pembayaran.²⁶

d. Sifat-sifat nasabah

- 1) Nasabah dianggap sebagai raja

Petugas *customer service* harus menganggap nasabah adalah raja, artinya seorang raja harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya. Pelayanan yang diberikan haruslah seperti melayani seorang raja dalam arti masih dalam batas etika moral dengan tidak merendahkan derajat bank atau derajat *customer service* itu sendiri.

- 2) Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya

Kedatangan nasabah ke bank adalah agar hasrat dan keinginannya terpenuhi baik, berupa informasi, pengisian aplikasi, atau keluhan-keluhan.

- 3) Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung

Sudah meupakan hukum alam bahwa nasabah paling tidak suka dibantah atau didebat. Usaha setiap pelayanan dilakukan melalui diskusi yang rileks.

²⁵ Afyanti, *Minat Nasabah Terhadap KUR Di Bank BRI Unit Lero Kec. Suppa Kab. Pinrang* (Analisis Ekonomi Islam, (Skripsi: FEBI IAIN, 2021), h. 22-23

²⁶ Mervyn K. Lewis dan Latifa M. Algaoud, *Perbankan Syariah Prinsip, Praktik dan Prospek*, (Jakarta: Serambi Ilmu Semesta, 2003), h. 153

4) Nasabah mau diperhatikan

Nasabah yang datang ke bank pada hakikatnya ingin memperoleh perhatian. Berikan perhatian secara penuh sehingga nasabah merasa benar-benar diperhatikan.

5) Nasabah merupakan sumber pendapatan bank

Pendapatan utama bank adalah dari transaksi yang dilakukan oleh nasabahnya.

6) Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Umumnya harapan pelanggan merupakan parkir atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli suatu produk (barang atau jasa).²⁷

Adapun pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui empat sarana, sebagai berikut:

a. Sistem keluhan dan saran

Artinya beberapa banyu keluhan atau komplain yang dilakukan nasabah dalam suatu periode. Makin banyak, berarti makin kurang baik demikian pun sebaliknya. Untuk itu perlu adanya sistem keluhan atau usulan.

b. Survey kepuasan nasabah

Dalam hal ini bank perlu secara berlaku melakukan survey, baik melalui wawancara maupun koesioner tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan bank tempat nasabah transaksi selama ini.

c. Konsumen sasaran

Bank dapat mengirim karyawan atau melalui orang lain untuk berpura-pura menjadi nasabah guna melihat pelayanan yang diberikan oleh

²⁷ Fandi Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), h. 147

karyawan bank secara langsung sehingga terlihat jelas bagaimana karyawan melayani nasabah sesungguhnya.

d. Analisis mantan pelanggan

Dengan melihat catatan nasabah yang pernah menjadi nasabah bank guna mengetahui sebab-sebab mereka tidak lagi menjadi nasabah bank kita.²⁸

5. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat. Antara lain:²⁹

Dorongan dari dalam individu, misalnya dorongan untuk menabung. Dorongan untuk menabung akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan untuk disimpan, motif sosial dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu dan faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang akan menjadi keinginannya. Selain itu minat dapat timbul karena adanya faktor eksternal dan juga adanya faktor internal.

Selain faktor-faktor yang diatas, adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung masyarakat sebagai berikut:

1. Pelayanan

Menurut Kotler, pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud atau tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Sedangkan menurut Lukman, pelayanan merupakan suatu kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain secara fisik.³⁰ Kualitas

²⁸ Fandi Tjiptono, *Manajemen jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), h. 148.

²⁹ Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahib, *Psikologi Suatu Pengantar: Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 264

³⁰ Lukman Dendawijaya, *Manajemen Perbankan*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2006), h. 6

pelayanan merupakan kepuasan pelanggan sepenuhnya. Suatu produk dapat memberikan kualitas yang berkesan ketika dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai apa yang diharapkan.

a) Ciri-ciri Pelayanan yang Baik

Berbagai sektor perbankan yang terus dikembangkan guna memberikan pelayanan terbaik dan mendapat citra Bank yang baik dari nasabah untuk menjadi nasabah setia yang menggunakan produk maupun jasa yang ditawarkan. Pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri, dalam hal ini bank menggunakan kriteria untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik yang didorong oleh beberapa faktor pendukung yang berpengaruh langsung terhadap mutu pelayanan yang diberikan.

b) Karakteristik pelayanan yang baik

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang sifatnya tidak berwujud dan tidak dimiliki. Adapun karakteristik tentang pelayanan adalah agar menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang terbaik, yaitu.³¹

- (1) Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- (2) Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial.
- (3) Produk dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, Karena pada umumnya kejadian bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.

c) Unsur-unsur kualitas pelayanan

Dalam rangka memenangkan persaingan antar bank dalam menjalankan bauran pemasarannya dapat dilakukan berbagai strategi. Akan tetapi,

³¹ Al Arif M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012, h. 211.

ketepatan penggunaan strategi bauran pemasaran jasa suatu bank ditentukan antara lain melalui kualitas jasa yang ditawarkan (*perceived service quality*). Keberhasilan faktor ini dapat dilakukan melalui hal-hal berikut.³²

- (1) Kualitas jasa yang dirasakan pelanggan. Artinya, apa yang diterima nasabah pada saat menerima atau membeli jasa yang ditawarkan bank.
- (2) Jasa yang diharapkan pelanggan. Artinya, apa yang dirasakan nasabah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan terhadap jasa yang dibelinya.

d) Kriteria kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan setidaknya memiliki lima kriteria pokok yaitu:

- (1) Bentuk fisik (*Tangibles*), yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pelanggan.
- (2) Keandalan (*Reability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan, keandalan petugas dalam memberikan informasi pelayanan, keandalan petugas dalam memudahkan teknis pelayanan.
- (3) Ketanggapan (*Responsiveness*), yaitu kemampuan bank untuk menolong pelanggan dan ketersediaan melayani nasabah dengan baik.
- (4) Jaminan (*Assurance*), yaitu kemampuan pegawai bank untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah pada bank. Yang dapat berupa kemampuan administrasi petugas pelayanan, kemampuan teknis petugas pelayanan dan kemampuan sosial petugas pelayanan.
- (5) Empati (*Empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu yang diberikan pada para nasabah dengan berupa memahami keinginan nasabah, berupa perhatiann petugas pelayanan, kepedulian petugas dan keramahan petugas pelayanan.

³² Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 215

2. Lokasi

Lokasi merupakan suatu kegiatan atau aktivitas usaha yang dilakukan.³³ Menurut Kotler, salah satu kunci menuju sukses dalam usaha yaitu faktor lokasi. Lokasi dimulai dari memilih komunitas. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomi dan stabilitas dan persaingan.³⁴ Lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan pada masa yang akan datang. Area yang dipilih haruslah mampu untuk tumbuh dari segi ekonomi sehingga dapat mempertahankan kelangsungan hidup usaha atau perusahaan. Minat masyarakat untuk menabung sangat ditentukan oleh letak lokasi tersebut, apakah dekat ataupun sangat jauh. Pertimbangan dalam letak lokasi yaitu keterdekatan jenis usaha yang akan dilakukan, berdekatan dengan pasar/konsumen, kemudahan sarana dan prasarana, kemudian untuk melakukan ekspansi, dekat dengan pusat pemerintah dan tersedianya sumber daya yang lain.

a. Faktor-faktor yang mempengaruhi lokasi.³⁵

Menurut Fandy Tjiptono pemilihan tempat/lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut:

- 1) Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah di jangkau sarana transportasi umum.
- 2) *Visibilitas*, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- 3) Lalu lintas, menyangkut dua pertimbangan utama yaitu banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang besar terhadap *buying*, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan, tanpa perencanaan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus dan kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga jadi hambatan.

³³Swastha, *Azas-azas Pemasaran*, (Yogyakarta: Liberty, 2002), h. 24

³⁴Kotler, et al, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, edisi 12 Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 266

³⁵ Fandy Tjiptono, *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), h. 42

- 4) Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman baik apabila ada perluasan dikemudian hari.
- 5) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan, contohnya, bank berdekatan dengan perumahan, kampus dan mall.
- 6) Persaingan, yaitu lokasi pesaing, contohnya dalam menentukan lokasi bank, perlu pertimbangan apakah di jalan/daerah yang sama terdapat bank lainnya.
- 7) Peraturan pemerintah, misalnya ketentuan yang melarang bank berlokasi terlalu berdekatan dengan mall atau tempat ibadah.

b. Syarat lokasi sebagai berikut:³⁶

1) Sentralis

Yaitu lokasi perusahaan yang terletak di tengah-tengah tempat pelayanan umum, misalnya pasar, sekolah. Dekat dan jauh disini harus diartikan berdasarkan syarat-syarat angkutan yaitu kenyamanan, waktu dan biaya.

2) Aksebilitas

Syarat aksebilitas itu harus mudah ditemukan dan mudah dicapai. Lokasi yang tepat adalah sepanjang jalan raya atau poros kota-kota yang terletak disepanjang jalan-jalan itu dengan sendirinya akan dilalui masyarakat, sehingga memenuhi persyaratan aksebilitas yaitu mudah ditemukan dan mudah ditemui.

3. Promosi

Kegiatan promosi yang dilakukan suatu perusahaan merupakan kombinasi yang terdapat dari unsur-unsur atau peralatan promosi, yang mencerminkan pelaksanaan kebijakan promosi dari perusahaan tersebut. Kombinasi dari unsur-unsur atau peralatan promosi yang dilakukan, perusahaan akan berusaha untuk membujuk calon

³⁶R.G. Soekardijo, *Memahami Pariwisata sebagai Systematik Lingkage*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), h. 104

pembeli dan langganan untuk melakukan pembelian atas produk yang dipasarkan, dalam hal ini perusahaan melakukan komunikasi dengan para konsumen.³⁷

Tujuan promosi tidak lain untuk memperkenalkan nama, manfaat dan nilai yang melekat pada produk yang ditawarkan kepada masyarakat pada umumnya khususnya kepada calon-calon konsumen. Kegiatan promosi yang dilakukan dengan berbagai cara yang pada umumnya adalah komunikasi adalah komunikasi melalui media cetak, media layar kaca maupun media audio semakin luas dan semakin bervariasi. Dengan demikian, tujuan dan sasaran dapat dicapai juga mampu menjangkau wilayah yang luas dengan target pembeli.

Menabung di bank syariah dengan yang berlaku di Bank konvensional hampir tidak ada perbedaan. Hal ini karena baik bank syariah maupun bank konvensional diharuskan mengikuti aturan teknis perbankan secara umum. Akan tetapi jika diamati secara mendalam, terdapat perbedaan besar di antara keduanya yaitu terletak pada akad pada bank syariah, semua transaksi harus berdasarkan akad yang dibenarkan oleh syariah. dengan demikian, semua transaksi itu harus mengikuti kaidah dan aturan yang berlaku pada akad-akad syariah. Pada bank konvensional, transaksi pembukaan rekening, baik giro, tabungan maupun deposito itu menjanjikan imbalan dengan tingkat suku bunga terhadap uang yang disetor, terdapat pada imbalan yang diberikan dan sasaran kredit/pembiayaan hal ini yang menarik nasabah lebih menarik menabung di bank konvensional karena konsep di dalamnya hampir sama.³⁸ Daftar mengenai alat-alat promosi yang penting dapat dipakai untuk membangun suatu program penjualan efektif atau promosi, antara lain:

- a) Iklan atau *advertising*
- b) Promosi penjualan
- c) Promosi konsumen
- d) Publitas

³⁷ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), h. 265

³⁸ Muhammad Syafi' I Antonio, *Bank syariah dari teori ke praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 157

- e) Metode yang bertujuan untuk merangsang iklan dan promosi dealer
- f) Kewiraniagaan atau personal *selling*

4. Persepsi

Persepsi merupakan proses pengaturan dan penerjemahan informasi sensorik oleh otak. Persepsi merupakan aspek psikologis yang penting bagi manusia dalam merespon kehadiran berbagai aspek dan gejala di sekitarnya. Persepsi mengandung pengertian yang luas, menyangkut internal dan eksternal. Berbagai ahli telah memberikan definisi yang beragam tentang persepsi walaupun pada dasarnya mengandung makna yang sama.

Persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia, melalui persepsi manusia terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Hubungan ini dilakukan lewat inderanya, yaitu indera penglihat, pendengar, peraba, perasa dan pencium. Persepsi merupakan kesan yang diperoleh individu melalui panca indera kemudian di analisa (diorganisir).

Persepsi pada hakikatnya merupakan proses pemikiran yang dialami oleh setiap orang didalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengar, penghayatan, perasaan dan penciuman, sebagaimana pendapat Krech yang menyimpulkan persepsi merupakan suatu proses kognitif yang kompleks dan yang menghasilkan gambaran yang unik tentang kenyataan yang barang kali berbeda dengan kenyataannya.”³⁹

a. Macam-macam Persepsi

- 1) *Eksternal Perception* yaitu persepsi yang terjadi karena adanya rangsangan yang berasal dari dalam diri individu.

³⁹Miftha Thoha, *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta, PT Grafindo Persada, 2003), h. 123

- 2) *Self Perception* yaitu persepsi yang terjadi karena adanya rangsangan yang berasal dari dalam diri individu.

Persepsi merupakan suatu proses menginterpretasikan atau menafsirkan informasi yang diperoleh melalui sistem alat indera manusia. Menurut Kotler ada tiga aspek di dalam persepsi yang dianggap relevan dengan kognisi manusia yaitu pencatatan indera, pengenalan pola dan perhatian.

- b. Faktor-faktor yang menentukan persepsi. Menurut Krech dan Cruth Field sebagaimana dikutip oleh Jalaluddin menyatakan empat faktor yang mempengaruhi persepsi dilihat dari sisi fungsionalnya yaitu:⁴⁰

- 1) Kebutuhan, merupakan salah satu dorongan kejiwaan yang mendorong manusia melakukan suatu tindakan, misalnya rangsangan, keinginan, tuntutan dan cita-cita.
- 2) Kesiapan mental, merupakan kesanggupan penyesuaian atau penyesuaian sosial atau keduanya sekaligus untuk menciptakan hubungan-hubungan sosial yang berhasil.
- 3) Suasana emosional, merupakan kondisi perasaan yang berkesinambungan, dicirikan dengan selalu timbulnya perasaan-perasaan yang senang atau tidak senang latar belakang atau tata nilai yang dianut oleh seseorang. Budaya, latar belakang budaya merupakan disiplin tersendiri dalam psikologi.

5. Pengetahuan

Pengetahuan adalah berbagai gejala yang ditemui dan diperoleh manusia melalui pengamatan indera. Menurut Al-Ghazali manusia memperoleh pengetahuan melalui dua cara yaitu belajar di bawah imbingan seorang gur dengan menggunakan indera serta akal dan belajar yang bersifat Rabbani atau belajar Ladunni dengan memperoleh pengetahuan dari hati secara langsung melalui ilham dan wahyu.⁴¹

⁴⁰Jalaluddin, *Psikologi Agama*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), h. 130

⁴¹ Pandang,, AAbimanyu, Mahmud & Samad, *Jurnal Psikologi Pendidikan & Konseling Vol 4* (Bandung: Prenada Media, 2018), h. 72

Menurut Sumarwan, pengetahuan pengetahuan calon nasabah atau nasabah dapat diukur melalui beberapa indikator yang meliputi pengetahuan umum seperti dari bank syariah, perbedaan bank syariah dan bank konvensional, produk-produk bank syariah, akad yang digunakan dalam bank syariah, syarat-syarat untuk membuka rekening dan minimal setoran awal saat pembukaan rekening.⁴² Pengetahuan terbagi menjadi tiga bagian sebagai berikut:

- a) *Analytical Thinking* (AT) adalah kemampuan memahami situasi dengan rincinya menjadi bagian-bagian kecil, atau melihat implikasi sebuah situasi secara rinci. Pada intinya, kompetensi ini memungkinkan seseorang berpikir secara analitis atau sistematis terhadap sesuatu yang kompleks.
- b) *Conceptual Thinking* (CT) adalah memahami sebuah situasi atau masalah dengan menempatkan setiap bagian menjadi satu kesatuan untuk mendapatkan gambar yang lebih besar. Termasuk kemampuan dengan mengidentifikasi pola atau hubungan antar situasi yang tidak secara jelas terkait, mengidentifikasi isu mendasar atau kunci dalam situasi yang kompleks.
- c) *Expertise* (EXP) termasuk pengetahuan terkait pada pekerjaan dan juga motivasi untuk memperluas, memanfaatkan, dan mendistribusikan pengetahuan tersebut.

6. Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Bank sebagai salah satu lembaga keuangan yang memiliki fungsi menghipun dana masyarakat. Dana telah terhimpun, kemudian disalurkan kembali kepada masyarakat. Kegiatan bank mengumpulkan dana disebut dengan *Funding*, sementara kegiatan menyalurkan dana kepada masyarakat oleh bank disebut *Financing* atau *lending*. Dalam menjalankan dua aktivitas besar tersebut, bank syariah harus menjalankan sesuai dengan kaidah-kaidah perbankan yang berlaku.⁴³

⁴²Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h. 132

⁴³ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 26

Muhammad Arifin Nasution, dalam jurnal dengan judul, “*The Dynamics Study of Regulation on Syariah Banking Indonesia*”. The Islamic economic development has strengthened the role of Islamic banking becomes more important in the midst of the Islamic economic development. Various business transactions in society use the facilities of syariah banking services, either as the place for saving funds and financing business or as a means for accelerating the mechanism of paying system in all economic sectors. A banking institution can be said as the core of the economic system as a whole. Without the role of a bank, there will be no modern society that can achieve rapid development or can even maintain the rate of growth without the role of a bank.

Perkembangan ekonomi syariah telah memperkuat peran perbankan syariah di berbagai sektor kehidupan masyarakat. Keberadaan perbankan syariah menjadi semakin penting di tengah perkembangan ekonomi syariah. Berbagai transaksi bisnis di masyarakat menggunakan fasilitas layanan perbankan syariah, baik sebagai tempat menyimpan dana dan usaha pembiayaan maupun sebagai sarana untuk mempercepat mekanisme sistem pembayaran di semua sektor ekonomi. Suatu lembaga perbankan dapat dikatakan sebagai inti dari sistem perekonomian secara keseluruhan. Sehingga tanpa peran bank, tidak akan ada masyarakat modern yang dapat mencapai perkembangan pesat atau bahkan dapat mempertahankan laju pertumbuhan tanpa peran bank.⁴⁴

Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima oleh bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dan bank. Perjanjian (akad) yang terdapat di perbankan syariah Islam.⁴⁵

⁴⁴ Muhammad Arifin, Bismar Nasution, “The Dynamics Study of Regulation on Syariah Banking Indonesia”, (*Internasional Jurnal of Humanities and Sosial Science ISSN 2220-8488*). Vol. . 3: March 2015. h. 237

⁴⁵ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 32.

Legalitas Bank Syariah di Indonesia telah dilindungi oleh hukum semenjak dikeluarkannya UU No. 10 tahun 1998. Namun karena dirasa belum spesifik dan kurang mengakomodasi karakteristik operasional perbankan syariah yang mana di sisi lain pertumbuhan dan volume usaha bank syariah berkembang cukup pesat maka UU No. 10 tahun 1998 disempurnakan lagi sesuai keadaan perbankan yang tertuang dalam UU No. 21 tahun 2008.

Muhammad Abduh, Mohd Ami Omar, dalam jurnal dengan judul “*Islamic Banking And Economic Growth: The Indonesian Experience*”. Finally, after the Islamic Banking Act No. 21 Year 2008 concerning Islamic banking legal foundation was passed by the House of Representatives of Indonesia, many conventional banks spin-off their Islamic windows to fullfledged Islamic bank and conversion of rural banks to Islamic rural banks which base operation within the Islamic tenets. On the other hand, demand from Muslim customers in Indonesia is also pushing the industry to fulfill their needs in terms of banking transaction under shariah principles. Both sides of government regulation and demand from customers have encouraged Islamic banking in Indonesia to grow faster.

Akhirnya, setelah Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 tentang dasar hukum perbankan syariah disahkan oleh DPR RI, banyak bank konvensional yang melakukan spin-off jendela syariah mereka menjadi bank syariah penuh dan konversi BPR menjadi BPR syariah. Bank yang mendasarkan operasi mereka dalam prinsip-prinsip Islam. Di sisi lain, permintaan dari nasabah Muslim di Indonesia juga mendorong industri untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam hal transaksi perbankan berdasarkan prinsip syariah. Kedua sisi regulasi pemerintah dan permintaan dari nasabah telah mendorong perbankan syariah di Indonesia untuk tumbuh lebih cepat.⁴⁶

⁴⁶ Muhammad Abduh, Mohd Azmi Omar, “Islamic Banking And Economic Growth: The Indonesia Experience”, (*International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*), Vol. 5, No. 1, 2012), h. 35-47.

Bank umum syariah yang berdiri sendiri sesuai dengan akta pendiriannya, maka bukan merupakan bagian dari bank konvensional. Beberapa contoh bank umum syariah yaitu bank syariah Indonesia (BSI), Bank syariah bukopin, Bank muamalat Indonesia dan lain sebagainya. Unit usaha syariah merupakan unit usaha yang masih di bawah pengelolaan bank konvensional. Unit usaha syariah (UUS) adalah unit kerja dari kantor pusat bank konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah (Islam), atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah atau unit syariah.

Donsyah Yudistira, dalam jurnal dengan judul, *“Efficiency In Islamic Banking: An Empirical Analysis Of Eighteen Bank”*. The main difference between the Islamic bank and the contemporary banks is the while the latter is based on the conventional interest-based principle, while the former follows the principle of interest-free and profit and loss sharing in performing their business as intermediaries.

Perbedaan utama bank syariah dan bank dan bank kontemporer adalah bahwa yang terakhir didasarkan pada prinsip berbasis bunga konvensional, sedangkan yang pertama mengikuti prinsip bebas bunga dan bagi hasil dalam menjalankan bisnisnya sebagai perantara.⁴⁷

Bank syariah memiliki sistem operasional yang berbeda dengan bank konvensional. Bank syariah memberikan layanan bebas bunga kepada para nasabahnya. Dalam sistem operasional bank syariah, penarikan bunga dilarang dalam semua bentuk transaksi apapun. Bank syariah tidak mengenal yang namanya sistem bunga, baik itu bunga yang diperoleh dari nasabah yang meminjam uang atau bunga

⁴⁷ Donsyah Yudistira, *“Efficiency In Islamic Banking: An Empirical Analysis Of Eighteen Banks”*, (Islamic Economic Studies, Vol. 12, No. 1, 2004), h. 12

yang dibayar kepada penyimpan dana di bank syariah. Bank syariah hanya mengenal riba atau bagi hasil pada semua akad yang dipraktekkan dalam bank syariah.⁴⁸

Tujuan dasar perbankan syariah yaitu menyediakan fasilitas keuangan dengan cara mengupayakan instrument-instrument keuangan (*financing instruments*) yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan dan norma-norma syariah. Tujuan utama dari perbankan syariah bukan untuk memaksimumkan keuntungannya sebagaimana halnya dalam sistem perbankan konvensional yang berdasarkan bunga, tetapi lebih kepada memberikan keuntungan-keuntungan sosial ekonomis bagi orang-orang muslim.⁴⁹

Perbankan syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berasaskan pada prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian. Perbankan syariah bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Sedangkan apabila kita berbicara mengenai fungsi bank syariah, bank syariah memiliki tiga fungsi yaitu fungsi bank syariah untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, fungsi bank syariah untuk menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan juga fungsi bank syariah untuk memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah.⁵⁰

b. Fungsi utama bank syariah

Bank syariah memiliki tiga fungsi yaitu menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan atau investasi, menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan lainnya.⁵¹

⁴⁸Sutan Remy Sjahdeni, *Perbankan Syariah Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya* (Jakarta: Kencana, 2014), h.32.

⁴⁹Andrianto dan Anang Firmansyah, *Managemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)*, (Surabaya: CV. Qiara Media, 2019), h. 26-27.

⁵⁰Andrianto dan Anang Firmansyah, *Managemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)*, (Surabaya: CV. Qiara Media, 2019), h. 26-27.

⁵¹ Ikit, *Akuntansi Penghimpunan Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: Deepublish, 2015), h. 46.

1. Menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana, bank syariah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dengan menggunakan akad al-Wadiah dan dalam bentuk titipan dengan menggunakan akad al-Mudharabah. Masyarakat memercayai bank syariah sebagai tempat yang aman untuk melakukan investasi, dan menyimpan dana (uang). Masyarakat yang kelebihan dana membutuhkan keberadaan bank syariah untuk menitipkan dananya atau menginvestasikan dananya dengan aman.
2. Menyalurkan dana kepada masyarakat yang mebutuhkan (*User of fund*) bank menyalurkan dana masyarakat dengan menggunakan bermacam-macam akad, antara lain jual beli dan akad kemitraan atau kerja sama usaha.
3. Pelayanan jasa bank, pelayanan jasa bank syariah ini diberikan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. Berbagai jenis produk layanan jasa dapat diberikan oleh bank syariah antara lain jasa pengiriman uang (transfer), pemindah bukuan, penagihan surat berharga, kliring, *letter of kredit*, garansi bank, dan pelayanan jasa lainnya.⁵²

c. Prinsip Dasar Operasional Bank Syariah

Dalam menjalankan operasinya, fungsi bank islam adalah sebagai berikut:

- 1) Penerimaan amanah untuk melakukan investasi atas dana-dana yang dipercayakan oleh rekening investasi/deposan atas dasar prinsip bagi hasil sesuai dengan kebijakan investasi bank.
- 2) Pengelola investasi atas dana yang dimiliki oleh pemilik dana sesuai dengan arahan investasi yang dimiliki oleh pemilik dana sesuai dengan arahan investasi yang dikehendaki oleh pemilik dana (dalam hal ini bank bertindak sebagai manajer investasi).
- 3) Penyedia jasa lalu lintas pembayaran dan jasa-jasa lainnya sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

⁵² Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 39.

- 4) Pengelola fungsi sosial seperti pengelolaan dana zakat dan penerimaan serta penyaluran dana kebijakan (fungsi optional).⁵³

Bank syariah menerapkan produk-produk dengan menggunakan akad dalam ekonomi Islam. Hal ini mengacu kepada ketentuan-ketentuan yang dikeluarkan dan telah disepakati oleh DSN-MUI. Adapun produk-produk dalam perbankan syariah dengan menggunakan akad yang berbeda-beda yakni sebagai berikut:

- a. *Giro Wadiah Yad Amanah* dimana Bank bertindak sebagai *restee* dan menjaga barang tersebut, bank tidak menjamin pengembalian barang dalam hal barang tersebut hilang atau rusak karena pencurian, kebakaran, banjir atau musibah lainnya, asalkan Bank telah melakukan semua tindakan yang diperlukan untuk mengamankan barang tersebut. Bank wajib melindungi barang titipan tersebut dengan cara: Tidak mencampurkan atau menyatukan barang tersebut yang berada dalam bank tersebut yang berada dalam bank tersebut, tidak menggunakan barang tersebut, tidak membebaskan *fee* apapun untuk penyimpanan tersebut, barang titipan tersebut harus dijaga sedemikian rupa sehingga tidak akan rusak atau hilang, antara jenis barang yang dititipkan tidak boleh dicampurkan, tetapi dipisahkan penyimpanannya. Misalnya, barang berupa uang dipisahkan dengan barang emas atau perak.
- b. *Wadiah Yad Dhamanah*, Bank menjamin bahwa barang yang dititipkan itu tetap berada dalam penyimpanan kustodian, dalam hal ini. Bank sebagai kustodian mengganti barang yang dititipkan itu kepada pemiliknya itu apabila barang tersebut hilang atau rusak, berdasarkan perjanjian antara Bank dan Nasabah, nasabah memperkenankan Bank menggunakan barang yang dititipkan itu asalkan penggunaannya berdasarkan prinsip syariah dengan syarat Bank harus mengganti kerugian dan keuntungan yang merupakan

⁵³ Khaerul Umum, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013), h.

- akibat dari penggunaan barang nasabah dalam bentuk bonus asalkan jumlahnya tidak disetujui sebelumnya dan harus diberikan oleh bank kepada nasabah secara sukarela.⁵⁴
- c. *Tabungan Mudharabah* merupakan produk penghimpunan dana oleh bank syariah yang menggunakan akad *Mudharabah Mutlaqah*, bank syariah bertindak sebagai mudharib dan nasabah sebagai shahibul Maal, nasabah menyerahkan pengelolaan dana tabungan mudharabah secara mutlak kepada Mudharib, tidak ada batasan baik dilihat dari jenis investasi, jangka waktu, maupun sektor usaha dan tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah islam.⁵⁵
 - d. Deposito *Mudharabah* merupakan dana investasi yang ditempatkan oleh nasabah yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan penarikannya dapat dilakukan di waktu tertentu sesuai akad perjanjian yang dilakukan oleh nasabah investor dan pihak bank.⁵⁶

C. Tinjauan Konseptual

Penelitian ini berjudul “Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung masyarakat Muslim di Bank syariah Indonesia di Belopa” untuk lebih memahami dalam penelitian ini maka penulis memberikan penjelasan dari beberapa kata yang dianggap perlu agar mudah untuk dipahami.

1. Minat

Pengertian minat secara terminologi yaitu, minat berarti kecenderungan yang tinggi atau keinginan, kemauan, kehendak, dan hasrat yang kuat terhadap sesuatu yang besar terhadap sesuatu yang besar terhadap sesuatu. Menurut Philip Kotler, minat adalah tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum direncanakan untuk membeli suatu produk sebab para konsumen melewati 5 tahap sebelum membeli

⁵⁴Sutan Remy Shahdeini, *Perbankan Syariah*, edisi I (Jakarta: Media Group, 2014), h. 32-352

⁵⁵Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2011) h. 89

⁵⁶Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2014) h. 91

yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi *alternative* keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

2. Menabung

Menurut Syafi'i Antonio menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Sedangkan menurut Badudu dan Zain mengartikan menabung sebagai kegiatan menyimpan uang dalam tabungan di kantor pos atau di bank.

3. Masyarakat

Masyarakat dalam bahasa Inggris disebut "*society*" asal kata "*socius*" yang berarti kawan. Adanya saling bergaul itu tentu karena adanya bentuk-bentuk aturan hidup yang bukan disebabkan oleh manusia sebagai perorangan, melainkan oleh unsur-unsur kekuatan lain. Arti yang lebih khusus masyarakat disebut pula kesatuan sosial maupun ikatan-ikatan kasih sayang yang erat.⁵⁷ Sedangkan dalam penelitian ini masyarakat yang dimaksud yaitu nasabah dapat didefinisikan sebagai orang atau badan hukum yang mempunyai rekening, baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank.⁵⁸

4. Bank Syariah

Bank sebagai salah satu lembaga keuangan yang memiliki fungsi menghimpun dana masyarakat. Dana telah terhimpun, kemudian disalurkan kembali kepada masyarakat. Kegiatan bank mengumpulkan dana disebut dengan *Funding*, sementara kegiatan menyalurkan dana kepada masyarakat oleh bank disebut *Financing* atau *lending*. Dalam menjalankan dua aktivitas besar tersebut, bank syariah harus menjalankan sesuai dengan kaidah-kaidah perbankan yang berlaku.⁵⁹

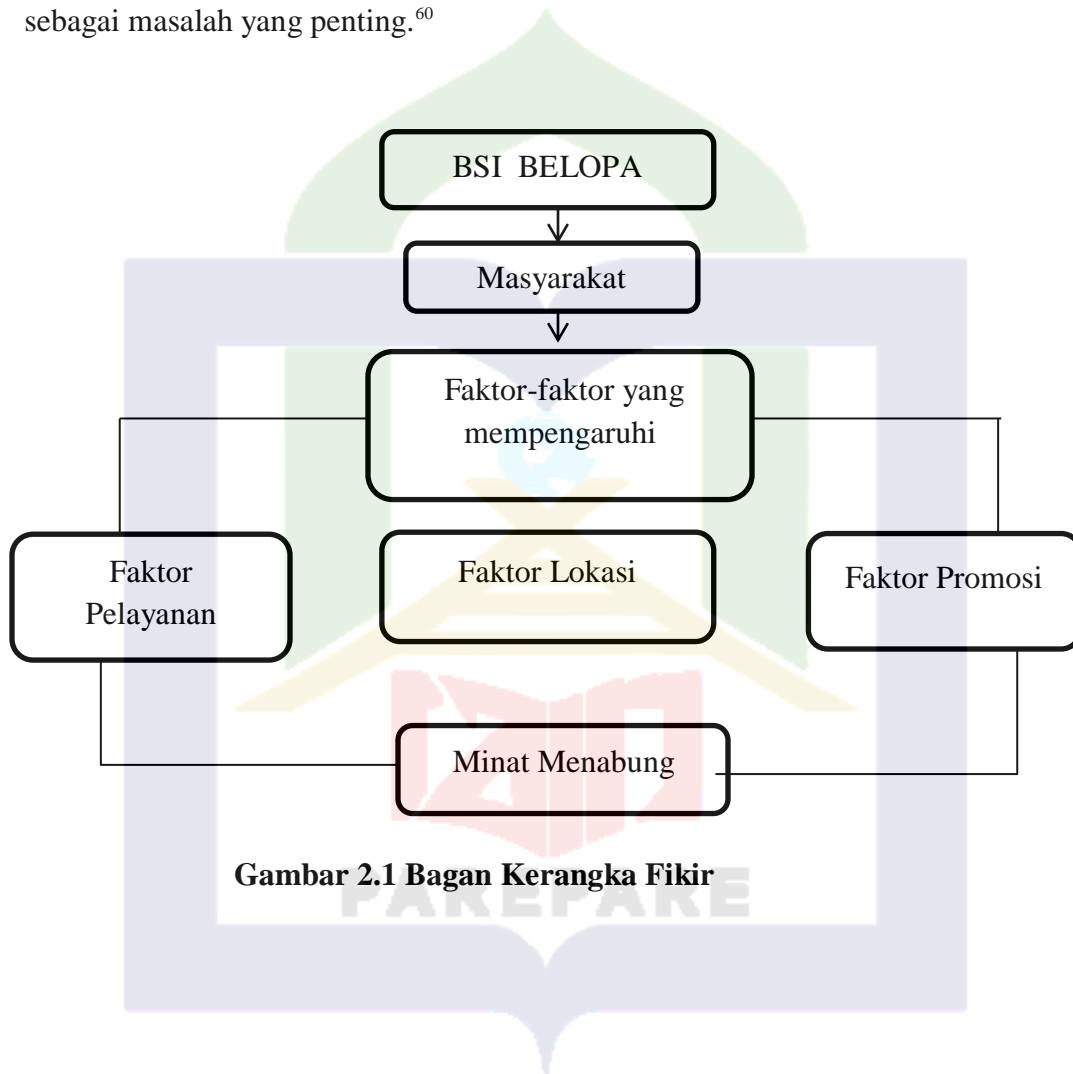
⁵⁷M. Munandar Soelaiman, *Ilmu Sosial Dasar Teori dan Konsep Ilmu Sosial*, Erosco, (Bandung: Eresco, t. th), h. 63.

⁵⁸ M. Nur Rianto Al Arif, "*Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*", (Bandung, Alfabeta, 2012), h. 189

⁵⁹ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 26

D. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan sekumpulan model konseptual dan kejelasan terkait antara ide yang dinyatakan oleh penulis berdasarkan tinjauan pustaka, dengan melihat bagaimana teori yang disusun berkaitan dengan berbagai faktor yang telah ditetapkan sebagai masalah yang penting.⁶⁰



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Fikir

⁶⁰ Uma Sekaran, *Business Research, dalam Sugiono Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung, Alfabeta, 2013), 93.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan penelitian ini merujuk pada Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Berbasis Teknologi Informasi IAIN Parepare tanpa mengabaikan buku-buku metodologi lainnya. Metode penelitian dalam buku tersebut mencakup beberapa bagian, yakni pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, fokus penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.⁶¹

1. Pendekatan Penelitian

Berdasarkan judul yang diangkat oleh peneliti, maka penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, yakni suatu penelitian yang bertujuan untuk menerangkan fenomena sosial atau peristiwa, sehingga penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan yakni meneliti peristiwa-peristiwa yang ada di lapangan sebagaimana adanya. Penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku yang diamati.⁶² Penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk mengkaji hipotesis tertentu, tetapi hanya untuk menggambarkan apa adanya tentang suatu variabel, gejala atau keadaan. Metode penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang yang diamati, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu secara *holistic* atau utuh sehingga dalam penelitian ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi kedalam

⁶¹Tim Penyusun, *Penulisan Karya Ilmiah Berbasis Teknologi Informasi*, (Parepare: IAIN Parepare, 2020)

⁶²Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Karya, 2004), h. 3

variabel atau hipotesis, akan tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan.⁶³

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian lapangan dimana hasil penelitiannya akan diambil berdasarkan dari hasil di lapangan penelitian lapangan diartikan sebagai metode untuk menemukan secara realistik yang tengah terjadi ditengah masyarakat.

B. Lokasi dan waktu penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di lingkup wilayah Masyarakat Belopa yang terletak di Jl. Sabe II, kelurahan Sabe, Kecamatan Belopa.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan dalam waktu 1 bulan lamanya di sesuaikan dengan kebutuhan penelitian.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian adalah suatu penentu arah dari penelitian yang akan dilakukan agar peneliti dapat terarah dengan benar dan hanya mencari informasi yang terkait dengan tujuan untuk menjawab permasalahan yang ditemukan dalam penelitian ini. Penelitian ini difokuskan pada "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung masyarakat muslim di Bank syariah Indonesia di Belopa".

D. Jenis dan Sumber Data

Pengelolaan data yang dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan melihat apa saja yang menjadi aspek-aspek penelitian. Data diperoleh dari hasil pengumpulan data baik wawancara, observasi, dan dokumentasi selanjutnya akan dianalisa, yaitu dengan menggambarkan dalam sebuah kata-kata berdasarkan hasil

⁶³Suhami Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Cet. 4, Jakarta:PT. Rineka Cipta, 2000), h. 310

yang diperoleh. Analisis data pada penelitian kualitatif pada dasarnya dilakukan sejak memasuki lapangan, selama dilapangan, dan setelah selesai lapangan.

Analisis data adalah sebuah pegangan bagi peneliti dalam kenyataannya analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data dari pada setelah selesai pengumpulan data. Maka yang dimaksud dengan analisis data adalah proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan dipahami.⁶⁴ Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Data primer menurut Sugiyono yakni sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁶⁵ Sumber data primer *Lofland*, sumber data dalam penelitian kualitatif kata-kata dan tindakan selebihnya adalah tambahan seperti dokumen dan lain sebagainya. Maka dari itu, dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer, didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan informasi dari subjek penelitian dengan tujuan untuk memperoleh data informasi yang dibutuhkan terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung masyarakat muslim di bank syariah Indonesia di Belopa.

2. Data sekunder

Sugiyono mengatakan bahwa data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder diperoleh atau dikumpulkan dari literature, artikel, jurnal dan situs internet yang berkenan dan memperkuat data primer yang ada.⁶⁶

⁶⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, dan R&d*, (Cet, XIII: Bandung Alfabeta, 2011), h. 29

⁶⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: PT. Alfabeta, 2016), h. 255

⁶⁶Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Cet. I, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2008), h. 169

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data ialah suatu proses pengumpulan data primer dan data sekunder dalam suatu penelitian dan merupakan bagian yang sangat penting dalam melakukan penelitian, sebab data yang dikumpulkan akan digunakan untuk pemecahan masalah yang akan diteliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis yaitu observasi atau pengamatan, wawancara serta dokumentasi.

a. Observasi (Pengamatan)

Observasi (pengamatan) adalah metode pengumpulan data secara pengamatan langsung dengan menggunakan penglihatan, penciuman, pendengaran, perabahan, atau kalau perlu dengan pengecapan yang digunakan untuk menghitung data penelitian. Penelitian ini menggunakan tehnik observasi non partisipatif, dimana pada pelaksanaannya peneliti tidak terlibat langsung dengan aktivitas objek yang sedang diamati, dan hanya sebagai pengamat independen. Kegiatan observasi pada penelitian ini dilakukan di lokasi yang menjadi objek kajian pada penelitian ini.⁶⁷

b. Interview (Wawancara)

Interview atau wawancara merupakan proses memperoleh keterangan dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara seseorang yang berusaha menggali informasi yang kongkrit terkait dengan permasalahan yang diteliti. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara semi terstruktur yaitu wawancara yang dalam pelaksanaannya lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Pewawancara memberikan pertanyaan kepada informan namun dapat berkembang dan lebih bebas sesuai dengan

⁶⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (PT: Alfabeta, 2016), h. 225

situasi dan informasi yang dibutuhkan oleh informan. Wawancara semi terstruktur bertujuan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diwawancarai dimintai pendapat dan ide-idenya.⁶⁸

c. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, biografi, peraturan dan kebijakan. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni yang dapat berupa gambar, patung, film dan sebagainya. Dokumen menurut Sugiyono merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara.⁶⁹ Dalam penelitian ini dokumentasi diperoleh dari objek penelitian yang diwawancarai berupa data, foto, *screenshot* atau segala bentuk dokumentasi yang merekam aktivitas.

F. Teknik pengolahan data

Data yang diperoleh dilapangan diolah melalui tiga tahapan, penulis menggunakan tehnik pengolahan data dengan tahapan sebagai berikut:

- a. Editing, yaitu memeriksa kembali data-data yang telah ditemukan dari kelengkapan, kejelasan makna, kesesuaian dan keselarasansatu dengan yang lainnya, relevansi dan keberagamab satuan atau kelompok data. Penulis memeriksa kemali data-data yang diperoleh dari informan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung masyarakat muslim di bank syariah Indonesia di Belopa serta dari beberapa literature uku sebagai

⁶⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: PT. Alfabeta, 2011), h. 227

⁶⁹ Triantono, *Pengantar Penelitian Pendidikan Bagi Pengembangan Profesi dan Tenaga Kependidikan*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2010), h. 262

bahan teori yang nantinya berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

- b. *Analizing*, ialah proses pengumpulan semua data baik yang berasal dari hasil wawancara dengan subjek penelitian, pengamatan dan pencatatan langsung dilapangan atau observasi. Seluruh data yang didapat tersebut dibaca dan ditelaah secara mendalam, kemudian digolongkan sesuai kebutuhan.⁷⁰
- c. Penemuan hasil riset yaitu memeriksa data yang ditemukan oleh peneliti yang diolah melalui dua tahapan utama yakni editing yang selanjutnya akan dilakukan analisa sehingga diperoleh kesimpulan atas permasalahan yang diangkat dalam penelitian.

G. Uji Keabsahan Data

Keabsahan data ialah data yang tidak bereda antara data yang diperoleh peneliti dengan data yang disajikan dapat dipertanggung jawabkan.⁷¹ Teknik pemeriksaan keabsahan data dilakukan melalui triangulasi.

Triangulasi adalah tehnik pemerksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untukkeperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadapat itu. Triangulasi juuga diartikan sebagai tehnik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai tehnik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan dengan tiangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kreadibilitas data dengan berbagai tehnik pengumpulan data dan sebagai sumber data.

⁷⁰Lexi J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1993), h. 104-105

⁷¹ Muhammad Kamal Zubair, *et al, eds, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare Tahun 2020*, (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020), h. 23

H. Tehnik Analisis Data

Analisis dalam penelitian merupakan bagian dalam proses penelitian data dari hasil pengumpulan data yang sangat penting, karena data dari hasil pengumpulan data dengan analisis data yang ada akan nampak manfaatnya terutama dalam memecahkan masalah penelitian yang mencapai tujuan akhir penelitian. Analisis data adalah suatu metode atau cara untuk mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi mudah dipahami dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan, yang terutama menjadi informasi dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan yang terutama menjadi informasi yang nantinya bisa dipergunakan untuk mengambil sebuah kesimpulan.⁷² Pengelolaan data yang dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan melihat apa saja yang akan menjadi aspek-aspek penelitian. Data diperoleh dari hasil pengumpulan data baik wawancara, observasi, dan dokumentasi selanjutnya akan dianalisa, yaitu dengan menggambarkan dalam sebuah kata-kata berdasarkan hasil yang diperoleh. Analisis data pada penelitian kualitatif pada dasarnya dilakukan sejak memasuki lapangan, selama dilapangan dan setelah selesai lapangna “Analisis data adalah sebuah pegangan bagi peneliti” dalam kenyataannya analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data dari pada setelah selesai pengumpulan data. Maka yang dimaksud dengan analisis data adalah proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah di baca dan dipahami.⁷³ Maka yang dimaksud dengan analisis data adalah proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah di baca dan dipahami. Adapun tahapan dalam analisis data yaitu:

1. Reduksi Data

Dari data-data yang diperoleh dalam penelitian dipilih hal-hal pokok yang sesuai dengan fokus penelitian. Data-data yang telah direduksi

⁷² Edi Kusnadi, *Metedologi Penelitian*, (Aplikasi Praktis), (Jakarta Timur. Ramayana pers, 2008), h. 122-123

⁷³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, dan R&D*, (Cet. XIII: Bandung Alfabeta, 2011), h. 29

memberikan gambaran yang lebih tajam tentang pengalaman dan mempermudah penelitian untuk mencari data-data tersebut jika sewaktu-waktu diperlukan.

2. Penyajian (*Data Display*)

Proses penyajian data dari keadaan sesuai dengan data yang telah direduksi menjadi informasi yang tersusun. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam uraian naratif, bagan. Dengan mendisplaykan data, maka memudahkan untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja penelitian sebelumnya.⁷⁴

3. Penarikan/Verifikasi Kesimpulan

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat untuk mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.⁷⁵ Kesimpulan data penelitian kualitatif mungkin akan memberikan jawaban atas rumusan masalah yang telah dirumuskan sejak awal, akan tetapi mungkin juga tidak, karena seperti yang dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti melakukan penelitian di lapangan. Kesimpulan dan penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau

⁷⁴ Edi Kusnadi, *Metode Penelitian*, (Aplikasi Praktis), (Jakarta Timur Ramayana Pers: 2008), h. 122-123

⁷⁵ Sugianto, *Metode Penelitian Kualitatif, dan R&D*, (Cet. XIII: Bandung Alfabeta, 2011), h. 29

gambaran mengenai suatu objek tertentu yang sebelumnya belum pasti sehingga setelah diteliti menjadi pasti, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif.⁷⁶



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Pemahaman Masyarakat Belopa tentang Bank Syariah Indonesia

Pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami sesuatu itu setelah sesuatu itu diketahui dan di ingat. Memahami adalah mengetahui tentang sesuatu dan dapat melihatnya berbagai segi. Pemahaman merupakan jenjang kemampuan berpikir yang setingkat dengan ingatan dan hafalan.⁷⁷ Begitu pula halnya dengan pemahaman masyarakat yaitu bagaimana kemampuan masyarakat atau publik dalam mengerti atau memahami sesuatu dalam hal menabung. Setelah memahami hal menabung maka pemahaman masyarakat tersebut dapat dilihat dari berbagai segi misalnya:

a. Pendidikan

Pendidikan adalah suatu usaha untuk mengembangkan kepribadian dan kemampuan didalam dan diluar sekolah dan berlangsung seumur hidup. Pendidikan mempengaruhi proses belajar, makin tinggi pendidikan seseorang makin mudah orang tersebut untuk menerima informasi. Seperti yang di ungkapkan Ibu Putri Julianti dalam wawancaranya, dengan pernyataan bahwa:

“Saya yang pendidikan SMP tidak terlalu paham tentang bank syariah, saya hanya menabung saja tanpa tahu bagaimana sistem bank syariah, saya menabung di bank syariah karena salah satu saudara saya menabung disana, tanpa mengetahui alasan dia.”⁷⁸”

Berdasarkan hasil wawancara kepada Ibu Hardiyanti selaku ibu rumah tangga dengan pernyataan sebagai berikut:

⁷⁷ Anas Sudijono, *Pengantar Evaluasi Pendidikan*, (Jakarta: Raja Persada, 1996), h. 21

⁷⁸ Wawancara Kepada Ibu Putri Julianti, (Ibu Rumah Tangga), wawancara di Jalan Sabe, 13 November 2022

“Saya yang pendidikan sampai di SMP saya tidak terlalu tahu tentang bank syariah itu, yang saya tahu hanya sebatas bank syariah itu tanpa bunga, hanya itu yang saya tahu. Karena kurangnya juga penjelasan dari bank syariah.⁷⁹

Pendidikan tinggi masyarakat dapat mengetahui bank syariah, namun kebanyakan dari masyarakat yang hanya tamatan SMP, sehingga pengetahuan mereka kurang tentang bank syariah. dan juga kurangnya sosialisasi dari pihak bank syariah sehingga masyarakat kurang tahu mengenai bank syariah. semakin banyak informasi yang masuk semakin banyak pula pengetahuan yang didapat masyarakat tentang menabung.⁸⁰ Pengetahuan sangat erat kaitannya dengan pendidikan dimana diharapkan masyarakat dengan pendidikan tinggi, maka masyarakat tersebut akan semakin luas pula pengetahuannya. Namun perlu ditegaskan bahwa seorang yang berpendidikan rendah tidak berarti mutlak berpengetahuan rendah pula.

Peningkatan pengetahuan tidak mutlak diperoleh dipendidikan formal, akan tetapi juga dapat diperoleh pada pendidikan non formal. Pengetahuan yang dimiliki orang-orang mempengaruhi pola berfikir, dengan pengetahuan yang tinggi akan membuat mereka apa yang mereka lakukan itu sudah benar mereka memperoleh alasannya dari pengetahuanyang diperolehnya selama ini.

1) Cara mendapatkan Pengetahuan

Dari berbagai macam cara yang telah digunakan untuk memperoleh kebenaran pengetahuan, dapat dikelompokkan menjadi empat yaitu:

a) Berdasarkan pengalaman pribadi

Hal ini dilakukan dengan cara mengulang kembali pengalaman yang diperoleh dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi pada masa lalu. Apabila dengan cara yang digunakan tersebut dapat memecahkan masalah yang sama.

⁷⁹ Wawancara Kepada Ibu Hardiyanti, (Ibu Rumah Tangga), wawancaradi Jln Sabe, 13 November 2022

⁸⁰ [http://duniabaca.com/definisi-pengetahuan-serta faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan.html](http://duniabaca.com/definisi-pengetahuan-serta-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-pengetahuan.html). diakses pada tanggal 19 Juni 2019.

b) Melalui jalan pikiran

Dari sini manusia telah mampu menggunakan penalarannya dalam memperoleh kebenaran pengetahuan, manusia telah menggunakan jalan pikiran.

c) Cara kekuasaan atau otoritas

Pengetahuan diperoleh berdasarkan pada otoritas atau kekuasaan baik tradisi, otoritas pemerintah, otoritas pimpinan agama amupun

d) Cara coba salah (Tril dan Error)

Cara coba-coba ini ini dilakukan dengan menggunakan kemungkinan tersebut tidak berhasil, dicoba kemungkinan yang lain. Apabila tidak berhasil maka akan dicoba kemungkinan yang lain sampai didapat hail mencapai kebenaran.

b. Lingkungan

Lingkungan adalah segala sesuatu yang ada disekitar individu, baik lingkungan fisik, biologis maupun sosial. Lingkungan berpengaruh terhadap proses masuknya pengetahuan ke dalam individu yang berada dalam lingkungan tersebut. Hal ini terjadi karena adanya interaksi timbal balik ataupun tidak yang di respon oleh setiap individu, lingkungan sangat mempengaruhi minat menabung seseorang, dengan melihat sekitarnya seseorang akan terpengaruh.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sukri dengan pernyataan sebagai berikut:

“ Saya menabung di bank syariah karena ikut sama adik saya dan ada beberapa tetangga saya yang sudah menabung di bank syariah dibanding mereka menyimpan uangnya sendiri, saya menabung di bank syariah pada bulan 8. Pada awalnya saya menabung di bank konvensional tetapi adik saya mengajak saya menabung di bank syariah katanya tidak ada potongan bunga.⁸¹”

Berdasarkan hasil wawancara Ibu Sunarti dengan pernyataan, sebagai berikut:

⁸¹ Wawancara Kepada Bapak Sukri, (Pelayaran), wawancara di Jln Sabe, 13 November 2022

“Berawal dari mulut ke mulut tetangga saya pada saat arisan, tetangga saya mengajak saya menabung di bank syariah karena rata-rata teman arisan saya sudah menabung di bank syariah katanya lebih aman.”⁸²”

Penuturan masyarakat diatas, minat menabung masyarakat ini betul-betul terpengaruh oleh lingkungannya, tanpa mengetahui apa manfaat yang didapat untuk menabung selain untuk menjaga uang mereka supaya aman, seseorang terpengaruh oleh lingkungan sekitarnya, mengikuti yang dilakukan orang lain tanpa mengetahui alasan yang jelas dan memang ada beberapa karakter orang yang begitu. dan dari kelompok kumpulan kita di lingkungan luar pun sangat mempengaruhi minat menabung kita.

c. Informasi atau media sosial

Secara umum iklan dibagi menjadi 2 yaitu berdasarkan media yang digunakan yaitu iklan media cetak serta iklan media elektronik. Perbedaan diantara keduanya yang paling mencolok adalah jenis media penyebarannya. Media elektronik penyebaran informasinya melalui radio, televisi dan internet. Dan untuk iklan di internet sendiri, masih ada beberapa jenis yang terangkum didalamnya, seperti iklan garis dan banner.

1) Media elektronik televisi

Media elektronik yang satu ini sama populernya dengan radio. Selain mampu menyajikan konten dalam format audio atau suara, televisi juga dapat menunjukkan konten visual. Dengan demikian, konten iklan yang disiarkan atau ditayangkan melalui media televisi menggabungkan baik audio dan visual bahkan gerak. Hasilnya tentu merupakan konten iklan yang sangat menarik dan mudah mencuri perhatian masyarakat. Maka, keunggulan dari menggunakan media elektronik televisi untuk menyiarkan iklan adalah:

⁸² Wawancara Kepada Ibu Sunarti (Wiraswasta), wawancara di Jln Pendidikan, 11 November 2022

- a) Jenis konten yang ditayangkan dan disiarkan adalah bersifat visual, audio, dan *motion* (gerakan).
- b) Format konten yang dapat disiarkan sangat fleksibel.
- c) Daya tariknya kuat, sehingga jauh lebih mampu untuk menjaring banyak audiens.
- d) Jangkauannya luas, sehingga potensi audiens yang dijaring jauh lebih besar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu IndoMasse, dengan pernyataan sebagai berikut:

“Saya yang sudah tua dengan adanya mi televisi seperti sekarang sangat na bantuka dalam memperoleh informasi yang penting yang pada awalnya kurang ku tau akhirnya ku taumi melalui televise, tentang bank syariah dan produk-produk yang na tawarkan bank syariah Indonesia seperti apabila kita membuka tabungan wadiah karena wadiah menurut saya sangat bagus sebab tidak ada potongan apapun.⁸³”

Adapun penuturan Ibu Suberia dengan pernyataan sebagai berikut:

“Dengan adanya televisi sangat nabantu ka dalam mengetahui informasi yang kurang saya tau karena tidak ku tau main hp kasian. Tapi dengan adanya televisi sekarang membuat masyarakat semua mudah memperoleh informasi informasi. Saya mengetahui bank syariah, dari siaran televisi yang pernah menayangkan tentang produk bank syariah Indonesia dalam tayangan iklan tersebut ditelivisi mempromosikan produk-produk apa saja yang ada di bank syariah ndonesia seperti gadai emas, cicil emas dan pembiayaan kendaraan.⁸⁴”

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa televisi merupakan media pokok dalam memperoleh informasi. Dengan adanya televisi memudahkan masyarakat untuk memperoleh informasi, seperti halnya pengetahuan tentang menabung di bank syariah Indonesia. Masyarakat yang awalnya menabung-menabung saja tanpa mengetahui manfaat utamanya bagaimana, sekarang dengan

⁸³ Wawancara kepada Ibu IndoMasse, (Jual campuran), wawancara di Jln Sabe, 12 November 2022

⁸⁴ Wawancara Kepada Ibu Suberia, (Ibu Rumah Tangga), wawancara di Jln Sabe, 13 November 2022

adanya akses televisi yang mengiklankan tentang bank syariah Indonesia mereka dapat mengetahui manfaat yang lebih baik dari menabung.

2) Media elektronik internet

Jenis iklan yang satu ini menggunakan internet sebagai perantaranya. Audiens yang ditarget oleh pengiklan adalah mereka yang pengguna internet. Iklan di internet jauh lebih fleksibel. Artinya, penayangan iklan di internet dapat berupa visual saja atau audio. Pengiklan juga dapat menggabungkan baik audio, visual dan bahkan gerakan ketika mendesain iklan untuk disiarkan melalui internet. Internet sebagai media sosial yang saat ini digemari oleh semua kalangan. Media sosial adalah media *online* yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara *online* di internet.

Dimedia sosial para penggunanya dapat saling berkomunikasi, berinteraksi, dan berbagi kegiatan lainnya. Media sosial menggunakan teknologi berbasis *website* atau aplikasi yang dapat mengubah suatu komunikasi kedalam bentuk dialog interaktif, beberapa contoh media sosial yang banyak digunakan adalah *youtube*, *facebook* dan *twitter*. Informasi yang diperoleh baik dari pendidikan formal maupun nonformal dapat memberikan pengaruh jangka pendek (*immediate impact*) sehingga menghasilkan perubahan atau peningkatan pengetahuan. Majunya teknologi akan tersedia diberbagai macam media massa yang dapat mempengaruhi pengetahuan masyarakat tentang inovasi baru. Sebagai sarana komunikasi, berbagai bentuk media massa seperti televisi, radio, surat kabar dan majalah.

Berdasarkan hasil wawancara dari Ibu Ernawati dengan pernyataan sebagai berikut:

“Alhamdulillah saya yang tinggal didesa menikmati akses jaringan tidak hanya telkomsel tetapi semua jaringan bisa dipakai. Meskipun kadang jelek saat

hujan, dengan adanya jaringan internet saya bisa memperoleh informasi mengenai bank syariah Indonesia .⁸⁵”

Berdasarkan hasil wawancara Bapak Burhanuddin dengan pernyataan sebagai berikut:

“Saya tertarik menabung di bank syariah Indonesia setelah melihat informasi yang saya dapat dari media. Saya mencari tau perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional, dan saya mendapat perbedaannya yang sangat beda jauh karena satu berdasarkan prinsip syariah.⁸⁶”

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa media massa bukan satu hal yang mempengaruhi minat menabung masyarakat dengan adanya informasi yang didapat dari media. Adanya informasi baru mengenai sesuatu hal memberikan landasan kognitif baru bagi terbentuknya pengetahuan terhadap hal tersebut. Walaupun internet gampang untuk dijangkau semua kalangan namun iklan di internet masih memiliki kekurangan misalnya masih banyak pengguna pemula yang beranggapan kalau sekali beriklan di internet pembeli akan langsung datang. Sering kali iklan gratis yang dimanfaatkan oleh pemula dan pebisnis skala mikro dan kecil membuat mereka berlatih mengembangkan iklan mereka.

Selanjutnya wawancara tentang apakah anda selalu mencari informasi tentang bank syariah Indonesia, dengan pernyataan sebagai berikut:

“Ya karena saya mau tau lebih jauh lagi tentang sistem bank syariah dan produk apa saja yang ditawarkan, karena saya sedang menabung untuk ibadah haji.⁸⁷”

Hasil wawancara yang dilakukan penulis dapat dikatakan bahwa sebagian masyarakat ada yang mencari informasi tentang bank syariah Indonesia karena ingin mengetahui lebih jauh lagi terutama produk tabungan haji. Dengan adanya informasi dapat membangkitkan minat seseorang untuk mengkonsumsi suatu produk, seseorang

⁸⁵Wawancara Kepada Ibu Ernawati, (Jual campuran), wawancara di Jln Sabe, 13 November 2022

⁸⁶ Wawancara Kepada Bapak Burhanuddin, (Wiraswasta), wawancara di Jln Sabe 11 November 2022

⁸⁷ Wawancara Kepada Ibu Sunarti (Wiraswasta), Wawancara di Kelurahan Sabe 11 November 2022

yang aktif mencari informasi biasanya akan mempunyai minat yang lebih tinggi. Dimedia sosial penggunaannya dapat saling berkomunikasi, berinteraksi, berbagi kegiatan lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara tentang apakah anda berminat menabung di bank syariah Indonesia, dengan pernyataan sebagai berikut:

“Ya saya berminat menabung di bank syariah indonesia karena kejelasan produk yang ditawarkan lebih jelas yang di tawarkan, seperti apabila kita membuka tabungan wadiah sebab tabungan wadiah menurut saya sangat bagus sebab tidak ada potongan apapun.”⁸⁸”

Hasil wawancara yang dilakukan penulis dapat dikatakan bahwa masyarakat berminat menabung di bank syariah setelah mengetahui produknya masyarakat tertarik karena dari beberapa produk yang berbeda dari bank konvensional terutama produk wadiah sebab di produk tersebut potongannya tidak ada potongan dan mudah cara pembukaanya. Minat menabung seseorang sangat tergantung dengan pengetahuan yang mereka miliki, adanya informasi mengenai sesuatu hal memberikan landasan kognitif baru bagi terbentuknya pengetahuan terhadap hal tersebut.

Minat merupakan perangkat mental seseorang yang menggerakkan individu dalam memilih sesuatu. Timbulnya minat seseorang ditandai dengan adanya rasa senang atau tertarik. Jadi boleh dikatakan orang yang berminat terhadap sesuatu maka seseorang tersebut akan merasa senang atau tertarik terhadap objek yang diminati tersebut. Dalam hal menabung, minat masyarakat akan muncul karena tahapan minat antara lain:

- a. Informasi yang jelas sebelum menjadi nasabah, masyarakat tidak langsung menabung di bank,jika tidak memperoleh informasi.

⁸⁸Wawancara Kepada Bapak Burhanuddin (Wiraswasta), Wawancara di Kelurahan Sabe 11 November 2022

- b. Pertimbangan yang matang sebelum menjadi nasabah, sebelum menjadi nasabah, masyarakat pasti mempertimbangkan matang-matang tentang keputusannya menabung di bank yang dipilihnya.
- c. Keputusan menjadi nasabah, menjadi nasabah itu pasti melalui beberapa proses yang membuat kita yakin bahwa pilihan kita yang terbaik, walaupun tidak menjamin dunia akhirat kita.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Muslim dalam Menabung di Bank Syariah Indonesia di Belopa

a. Pelayanan

Menurut Kotler, pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud atau tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Sedangkan menurut Lukman, pelayanan merupakan suatu kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain secara fisik.⁸⁹ Kualitas pelayanan merupakan kepuasan pelanggan sepenuhnya. Suatu produk dapat memberikan kualitas yang berkesan ketika dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai apa yang diharapkan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Ibu Jayanti dengan pernyataan sebagai berikut:

“Menabungka di bank syariah karena pelayanannya bagus sekali waktu masuk ka kantornya na layani ka karyawannya dengan baik ramah, sopan terus berpenampilan islami waktu na layani ka.”⁹⁰

Adapun penuturan dari Bapak Burhanuddin dengan pernyataan sebagai berikut:

“Menurutku pelayanannya bank syariah sudah memuaskan waktu pergi ka bank syariah na layani ka pegawainya dengan baik, murah senyum juga pegawainya tidak jutek kalau bertanya ka.”⁹¹

⁸⁹Lukman Dendawijaya, *Manajemen Perbankan*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2006), h. 6

⁹⁰Wawancara kepada Ibu Jayanti, (Karyawan Toko), wawancara di Jln Pendidikan, 11 November 2022

⁹¹Wawancara Kepada Bapak Burhanuddin, (Wiraswasta), wawancara di Jln Sabe, 13 November 2022

Pelayanan adalah faktor utama selain produk, dalam mendukung keberhasilan sebuah perusahaan. Pelayanan yang baik akan berdampak kepada perusahaan juga, setiap masyarakat tertentu akan senang jika dilayani dengan baik. Oleh karena itu pelayanan yang baik akan dapat menjadikan seseorang merasakan kepuasan.⁹² Meskipun dalam melayani nasabah sudah baik, itu belum tentu menjamin masyarakat untuk menabung di tempat itu. Karena kita tahu karakter seseorang itu di kasih satu, minta yang satu. Mereka tidak akan puas apalagi soal pelayanan. Mereka berfikir kenapa kita tetap menabung di bank syariah sedangkan di bank lain masih ada pelayanan yang lebih dibanding dengan bank syariah. Kualitas pelayanan merupakan kepuasan pelanggan sepenuhnya. Suatu produk dapat memberikan kualitas yang berkesan ketika dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai apa yang diharapkan. Dalam rangka memenangkan persaingan antar bank dalam menjalankan bauran pemasarannya dapat dilakukan berbagai strategis. Berbagai sektor perbankan yang terus dikembangkan guna memberikan pelayanan terbaik dan mendapat citra Bank yang baik dari nasabah untuk menjadi nasabah setia yang menggunakan produk maupun jasa yang ditawarkan. Pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri, dalam hal ini bank menggunakan kriteria untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik yang didorong oleh beberapa faktor pendukung yang berpengaruh langsung terhadap mutu pelayanan yang diberikan.

b. Lokasi

Lokasi merupakan suatu kegiatan atau aktivitas usaha yang dilakukan.⁹³ Menurut Kotler, salah satu kunci menuju sukses dalam usaha yaitu faktor lokasi. Lokasi dimulai dari memilih komunitas. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomi dan stabilitas dan persaingan.⁹⁴ Lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan pada masa yang akan datang. Area yang dipilih haruslah

⁹²Abdul Rachman Husein, *7 Motivations of Islamic Business*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009), h. 87

⁹³Swastha, *Azas-azas Pemasaran*, (Yogyakarta: Liberty, 2002), h. 24

⁹⁴Kotler, et al, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, edisi 12 Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 266

mampu untuk tumbuh dari segi ekonomi sehingga dapat mempertahankan kelangsungan hidup usaha atau perusahaan. Minat masyarakat untuk menabung sangat ditentukan oleh letak lokasi tersebut, apakah dekat ataupun sangat jauh. Pertimbangan dalam letak lokasi yaitu keterdekatan jenis usaha yang akan dilakukan, keterdekatan dengan pasar/konsumen, kemudahan sarana dan prasarana, kemudian untuk melakukan ekspansi, dekat dengan pusat pemerintah dan tersedianya sumber daya yang lain.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Ibu Novita dengan pernyataan sebagai berikut:

“Saya menabung di bank syariah karena tempat tinggal saya dengan bank syariah berdekatan sehingga saya menabung di bank syariah dan saya mempertimbangkan jarak.⁹⁵”

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Ibu Suberia dengan pernyataan sebagai berikut:

“Dengan jarak rumah saya yang berada di perbatasan, saya memilih menabung di bank syariah dari pada bank konvensional karena jarak rumah saya lebih dekat dengan bank syariah.⁹⁶”

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis dapat disimpulkan bahwa alasan masyarakat menabung di bank syariah karena lokasinya. Lokasi bank syariah yang terletak di tengah-tengah tempat pelayanan umum, misalnya pasar, rumah sakit dan dekat pemukiman warga itu sangat berpengaruh dengan minat menabung masyarakat. Dekat dan jauh disini harus diartikan berdasarkan syarat-syarat angkutan yaitu kenyamanan, waktu dan biaya. Akseibilitas itu harus mudah ditemukan dan mudah dicapai. Lokasi yang tepat adalah sepanjang jalan raya atau poros kota-kota yang terletak sepanjang jalan yang akan dilalui masyarakat, sehingga memenuhi

⁹⁵ Wawancara kepada Ibu Novita, (Ibu Rumah Tangga) wawancara di Jln Sabe, 10 November 2022

⁹⁶ Wawancara dengan Ibu Suberia, (Ibu Rumah Tangga) wawancara di Jln Sabe 13 November 2022

persyaratan aksesibilitas yaitu mudah ditemukan dan mudah ditemui. Dengan adanya fasilitas yang lengkap akan menarik masyarakat untuk menabung.

Menurut Fandy Tjiptono pemilihan tempat/lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut:

- 1) Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah di jangkau sarana transportasi umum.
- 2) *Visibilitas*, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- 3) Lalu lintas, menyangkut dua pertimbangan utama yaitu banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang besar terhadap *buying*, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan, tanpa perencanaan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus dan kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga jadi hambatan.
- 4) Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman baik apabila ada perluasan dikemudian hari.

c. Promosi

Kegiatan promosi yang dilakukan suatu perusahaan merupakan kombinasi yang terdapat dari unsur-unsur atau peralatan promosi, yang mencerminkan pelaksanaan kebijakan promosi dari perusahaan tersebut. Kombinasi dari unsur-unsur atau peralatan promosi yang dilakukan, perusahaan akan berusaha untuk membujuk calon pembeli dan langganan untuk melakukan pembelian atas produk yang dipasarkan, dalam hal ini perusahaan melakukan komunikasi dengan para konsumen.⁹⁷

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Sukri dengan pernyataan sebagai berikut:

“Tertarik ka menabung di bank syariah karena kejelasan produk yang ditawarkan, memberikan pemahaman tiap kali mebuat acara supaya masyarakat dengan mudah mengetahui semua produk dan manfaat produk yang di promosikan.”⁹⁸

⁹⁷ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), h. 265

⁹⁸ Wawancara Kepada Bapak Sukri, (Pelayaran), wawancara di Jln Sabe 13 November 2022

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa masyarakat sebenarnya sangat membutuhkan informasi lebih jelas tentang kegiatan yang dilakukan oleh bank syariah. ketertarikan masyarakat juga sangat berpengaruh dengan informasi produk dan kegiatan. Karena masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui, sehingga perlunya sosialisasi untuk menjelaskan kepada masyarakat produk dan kegiatan. Tujuan promosi tidak lain untuk memperkenalkan nama, manfaat dan nilai yang melekat pada produk yang ditawarkan kepada masyarakat pada umumnya khususnya kepada calon-calon konsumen. Kegiatan promosi yang dilakukan dengan berbagai cara yang pada umumnya adalah komunikasi adalah komunikasi melalui media cetak, media layar kaca maupun media audio semakin luas dan semakin bervariasi. Dengan demikian, tujuan dan sasaran dapat dicapai juga mampu menjangkau wilayah yang luas dengan target pembeli.⁹⁹ Daftar mengenai alat-alat promosi yang penting dapat dipakai untuk membangun suatu program penjualan efektif atau promosi, antara lain:

- d. Iklan atau *advertising*
- e. Promosi penjualan
- f. Promosi konsumen
- g. Publitas
- h. Metode yang bertujuan untuk merangsang iklan dan promosi dealer
- i. Kewiraniagaan atau personal *selling*.

Selanjutnya wawancara tentang apakah anda tau produk apa saja yang ditawarkan oleh Bank Syariah, dengan pernyataan sebagai berikut:

“Ada banyak sih, produk Bank Syariah Indonesia jenisnya banyak selain itu juga ada pembiayaan, ada juga gadai emas, cicil emas, pembiayaan pegawai

⁹⁹ Al Arif M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h.32

negeri dan pembiayaan kendaraan. Karena saya ingin menabung jadi cuma fokus macam dari tabungan .¹⁰⁰”

Berdasarkan hasil wawancara yang masih terkait dengan apakah anda tahu produk apa saja yang ditawarkan Bank Syariah, dengan pernyataan sebagai berikut:

“ Tidak, karena saya buka rekening bank syariah untuk anak saya, jadi kalau ditanya produk apa saja saya tidak tau.¹⁰¹”

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis, dapat dikatakan nasabah atau masyarakat sudah sedikit mengetahui tentang produk bank syariah indonesia karena pegawai dari bank syariah Indonesia sudah menjelaskan mengenai produk-produk apa saja yang ada di bank syariah Indonesia, adapun beberapa masyarakat belum mengetahui apa saja produk bank syariah indonesia karena ia hanya berfokus kepada pembukaan tabungan saja untuk anaknya sehingga ia tidak terlalu tertarik untuk mengetahui tentang produk-produk apa saja yang ditawarkan oleh bank syariah Indonesia.

Menabung di bank syariah dengan yang berlaku di bank konvensional hampir tidak ada perbedaan.hal ini karena baik bank syariah maupun bank konvensional diharuskan mengikuti aturan teknis perbankan secara umum. Akan tetapi jika diamati secara mendalam, terdapat perbedaan besar di antara keduanya,yaitu terletak pada akad, pada bank syariah, semua transaksi harus berdasarkan akad yang dibenarkan oleh syariah. dengan demikian, semua transaksi itu harus mengikuti kaidah dan aturan yang berlaku pada akad-akad syariah. pada bank konvensional, transaksi pembukaan rekening, baik giro, taungan, maupun deposito itu menjanjikan imbalan dengan tingkat suku bunga terhadap uang yang disetor terdapat pada imbalan yang diberikan dan sasaran kredit/pembiayaan hal ini yang menarik nasabah.¹⁰²

¹⁰⁰Wawancara Kepada Bapak Burhanuddin (Wiraswasta), wawancara di Jl. Sabe 11 November 2022

¹⁰¹Wawancara kepada Ibu Ernawati (Jual Campuran), Wawancara di Jl. Sabe 12 November 2022

¹⁰² Muhammad Syafi’I Antonio, *Bank syariah dari teori ke praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h. 97

Berdasarkan hasil wawancara tentang apakah dengan adanya promosi atau iklan yang ditawarkan dapat membantu minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah Indonesia, dengan pernyataan sebagai berikut:

“Menurut saya sangat membantu karena dengan adanya iklan atau promosi masyarakat bisa mengetahui apa saja produk yang ada di Bank Syariah dan tertarik untuk mengetahui lebih jauh lagi sehingga menarik simpatik masyarakat agar menabung di bank syariah indonesia.¹⁰³”

Dari hasil wawancara yang dilakukan penulis, dapat dikatakan dengan adanya promosi atau iklan sangat membantu untuk meningkatkan minat menabung masyarakat sebab karena adanya promosi atau iklan yang dilakukan pihak bank dapat membantu masyarakat untuk mengetahui apa-apa saja yang ada di bank syariah Indonesia. Informasi produk sangat berguna bagi masyarakat. Informasi merupakan hasil dari komunikasi, baik komunikasi langsung oleh pihak bank syariah kepada masyarakat atau tidak langsung melalui brosur atau media sosial dengan adanya informasi, berarti seseorang semakin mengenai suatu objek. Informasi juga dapat membangkitkan minat untuk menggunakan suatu produk. Seseorang yang aktif mencari informasi tentang suatu produk, biasanya mempunyai minat yang lebih tinggi terhadap suatu produk tersebut dari pada orang yang pasif mencari informasi.

Informasi produk sangat berguna bagi masyarakat, informasi merupakan hasil dari komunikasi, baik komunikasi langsung oleh pihak bank syariah indonesia kepada masyarakat atau tidak langsung melalui brosur atau media sosial. Dengan adanya informasi berarti seseorang semakin mengenai suatu objek. Informasi juga dapat membangkitkan minat seseorang untuk menggunakan suatu produk. Seseorang yang mempunyai informasi mengenai bank syariah biasanya mempunyai keinginan yang lebih tinggi. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa informasi berpengaruh positif terhadap suatu minat menabung.

¹⁰³Wawancara Kepada Ibu Jayanti (Karyawan Toko), Wawancara di Jl. Pendidikan 14 November 2022

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pemahaman Masyarakat Belopa tentang Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank tanpa bunga adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produk yang dikembangkan berlandaskan pada Al- Qur'an dan Hadis. Setiap bank tidak akan lepas suatu masalah dari tenaga kerja bank maupun dari perusahaannya sendiri terkecuali dengan pendapat masyarakat tentang baik buruknya Bank Syariah Indonesia. Pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami sesuatu itu setelah sesuatu itu diketahui dan diingat. Memahami adalah mengetahui tentang sesuatu dan dapat melihatnya berbagai segi. Pemahaman merupakan jenjang kemampuan berpikir yang setingkat dengan ingatan dan hafalan.¹⁰⁴ Begitu pula halnya dengan pemahaman masyarakat yaitu bagaimana kemampuan masyarakat atau publik dalam mengerti atau memahami sesuatu dalam hal menabung.

Hasil wawancara dengan informan yang dilakukan oleh peneliti di wilayah masyarakat kecamatan Belopa kelurahan Sabe mengenai pemahaman masyarakat tentang Bank Syariah Indonesia yaitu masih kurangnya pengetahuan yang mereka dapatkan baik dari segi pendidikan formal maupun nonformal dan kurangnya sosialisasi dari pihak Bank Syariah Indonesia. Tingkat pendidikan mempengaruhi pemahaman masyarakat terhadap bank syariah Indonesia dimana kebanyakan dari masyarakat Belopa yang hanya tamatan SMP, sehingga pengetahuan mereka kurang tentang Bank Syariah Indonesia. dan juga kurangnya sosialisasi dari pihak Bank Syariah Indonesia sehingga masyarakat kurang tahu mengenai bank syariah. semakin banyak informasi yang masuk semakin banyak pula pengetahuan yang didapat masyarakat tentang menabung.

Media elektronik penyebaran informasi melalui radio, televisi dan internet mempengaruhi tingkat pemahaman masyarakat Belopa terhadap Bank Syariah Indonesia dimana berdasarkan hasil wawancara bahwa masyarakat memperoleh

¹⁰⁴ Anas Sudijono, *Pengantar Evaluasi Pendidikan*, (Jakarta: Raja Persada, 1996), h. 21

informasi seperti halnya pengetahuan tentang menabung di bank syariah Indonesia. Masyarakat yang awalnya menabung-menabung saja tanpa mengetahui manfaat utamanya bagaimana, sekarang dengan adanya akses televisi yang mengiklankan tentang bank syariah Indonesia mereka dapat mengetahui manfaat yang lebih baik dari menabung.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Muslim dalam Menabung di Bank Syariah Indonesia di Belopa

Minat masyarakat Belopa terhadap bank syariah Indonesia dipengaruhi beberapa faktor yaitu:

a. Pelayanan

Menurut Kotler, pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud atau tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Sedangkan menurut Lukman, pelayanan merupakan suatu kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain secara fisik.¹⁰⁵ Pelayanan adalah faktor utama selain produk, dalam mendukung keberhasilan sebuah perusahaan.

Pelayanan yang baik akan berdampak kepada perusahaan juga, setiap masyarakat tertentu akan senang jika dilayani dengan baik. Oleh karena itu, pelayanan yang baik akan dapat menjadikan seseorang merasakan kepuasan.

Minat masyarakat Belopa menabung di bank syariah Indonesia di pengaruhi oleh faktor pelayanan menurut masyarakat pelayanan di bank syariah sangat bagus dan karyawan dalam melayani nasabah berpenampilan islami ramah dan sopan. Hal ini yang menjadikan citra bank syariah Indonesia baik dimata masyarakat Belopa.

b. Lokasi

Lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan pada masa yang akan datang. Area yang dipilih haruslah mampu untuk tumbuh dari segi ekonomi sehingga dapat

¹⁰⁵Kotler, ea al, Prinsip-prinsip Pemasaran, edisi 12 Jilid I (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 266

mempertahankan kelangsungan hidup usaha atau perusahaan.¹⁰⁶ Minat masyarakat untuk menabung sangat ditentukan oleh letak lokasi tersebut, apakah dekat ataupun sangat jauh. Lokasi yang tepat adalah sepanjang jalan raya atau poros kota-kota yang terletak sepanjang jalan yang akan dilalui masyarakat, sehingga memenuhi persyaratan aksesibilitas yaitu mudah ditemukan dan mudah ditemui. Dengan adanya fasilitas yang lengkap akan menarik masyarakat untuk menabung. Hasil wawancara terhadap masyarakat Belopa menyatakan bahwa yang mempengaruhi minat menabung adalah lokasi bank syariah Indonesia yang terletak di tengah-tengah tempat pelayanan umum dimana jarak antara pemukiman masyarakat dapat ditempuh dengan transportasi yang ada.

c. Promosi

Tujuan promosi tidak lain untuk memperkenalkan nama, manfaat dan nilai yang melekat pada produk yang ditawarkan kepada masyarakat pada umumnya khususnya kepada calon-calon konsumen. Kegiatan promosi yang dilakukan dengan berbagai cara yang pada umumnya adalah komunikasi adalah komunikasi melalui media cetak, media layar kaca maupun media audio semakin luas dan semakin bervariasi. Dengan demikian, tujuan dan sasaran dapat dicapai juga mampu menjangkau wilayah yang luas dengan target pembeli.¹⁰⁷

Hasil wawancara menunjukkan bahwa promosi atau iklan sangat membantu untuk meningkatkan minat menabung masyarakat sebab karena adanya promosi atau iklan yang dilakukan pihak bank dapat membantu masyarakat untuk mengetahui apa-apa saja yang ada di Bank Syariah Indonesia. Informasi produk sangat berguna bagi masyarakat. Informasi merupakan hasil dari komunikasi, baik komunikasi langsung oleh pihak bank syariah kepada masyarakat atau tidak langsung melalui brosur atau media sosial dengan adanya informasi, berarti seseorang semakin mengenai suatu objek.

¹⁰⁶Abdul Rachman Husein, *7 Motivations of Islamic Business*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009), h. 87

¹⁰⁷Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), h. 265

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang di bahas pada bab sebelumnya ada beberapa hal yang dapat dijadikan sebagai kesimpulan pada penelitian ini. Adapun kesimpulan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pemahaman masyarakat Belopa tentang Bank Syariah Indonesia yaitu karena kurangnya pengetahuan yang mereka dapatkan baik dari segi pendidikan formal maupun non formal dan kurangnya sosialisasi dari pihak bank syariah Indonesia.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung masyarakat Di bank syariah yaitu faktor pelayanan yang ada di Bank Syariah Indonesia lebih jelas dan lengkap dalam hal ini sarana prasarannya, faktor lokasi mempengaruhi minat menabung masyarakat terhadap bank syariah karena berada dekat pemukiman masyarakat, faktor promosi menarik masyarakat untuk menabung dengan informasi produk yang jelas dan baik akan membuat masyarakat percaya, dan faktor pengetahuan sangat penting yang meliputi pengalaman, lingkungan dan media massa dalam mencari informasi.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka penulis akan memberikan saran sebagai berikut:

1. Pihak bank syariah perlu adanya peningkatan sosialisasi dan promosi untuk meningkatkan lagi pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang bank syariah Indonesia. Dengan demikian, masyarakat dapat memahami konsep dan produk Bank Syariah Indonesia sehingga masyarakat lebih berminat untuk menabung di Bank Syariah Indonesia.
2. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang

mempengaruhi minat menabung masyarakat muslim di Bank Syariah Indonesia di Belopa, serta pada penelitian yang akan datang diharapkan untuk lebih memperluas dan memperdalam kajian penelitiannya agar mendapat hasil penelitian yang lebih akurat.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran Al-Karim

Buku

Abdul Rahman Shaleh dan Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, Jakarta, 2004, Prenada Media

Al Arif M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012

Adrianto dan Anang Firmansyah, *Managemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)*, Surabaya: CV. Qiara Media, 2019.

Anton M. Moelino dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1999.

Assauri Sofyan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Press, 2011.

Antonio Muhammad Syafi'I , *Bank Syariah dan Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani, 2001.

Assauri Sofyan, *Bank Syariah: dari teori ke praktek*, Jakarta: Gema Insani, 2001.

Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Cet. I, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2008).

Boediono, *Ekonomi Moneter*, Pengantar Ekonomi No. 5. Yogyakarta: BPEE, 1998.

Dendawijaya Lukman, *Manajemen Perbankan*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2006.

Hasibuan Minta Ito , *Pengaruh Syariah 2008 (UU RI No. 21 Tahun 2008)*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009.

Husaein Abdul Rachman , *7 Motivations of Islamic Business*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2009.

Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2011.

Jalaluddin, *Psikologi Agama*, Jakarta: PT: Raja Grafindo Persada, 2010.

Kotler, ea al, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, edisi 12 Jilid I, Jakarta: Erlangga, 2008.

Kusnadi Edi, *Metedologi Penelitian*, (Aplikasi Praktis), Jakarta Timur: Ramayana Pers, 2008.

Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Karya, 2004.

- Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Yogyakarta: Ekonisia, 2004.
- Mappiare Andi , *Psikologi Remaja*, Surabaya: Usaha Nasional, 1997.
- M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Mervyn K. Lewis dan Latifa M. Algaoud, *Prinsip Perbankan Syariah, Praktik dan Prospek*, Jakarta: Serami Ilmu Semesta, 2003.
- Nopirin, *Ekonomi Moneter*, Yogyakarta: BPEE, 1992.
- . Soelaiman M. Munandar, *Ilmu Sosial Dasar Teori dan Konsep Ilmu Sosial*, Bandung: Eresco, 2002.
- Soekardijo R. G, *Memahami Peristiwa sebagai Systematik Lingkage*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Sukanto M, *Nafsiologi*, Jakarta: Integritas Press, 1985.
- Sukardi dan Anwari, *Manfaat Menabung dalam Tabanas dan Taska*, Jakarta: Balai Aksara, 1984.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, dan R&D*, (Cet, XIII: Bandung Alfabeta, 2011
- Swastha, *Azas-azas Pemasaran*, Yogyakarta: Liberty, 2004.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitataif dan R&D*, PT: Rineka, 2016.
- Syani Abdul , *Sosiologi Skematika, Teori dan Terapan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Sudijono Anas , *Pengantar Evaluasi Pendidikan*, Jakarta: Raja Persada, 1996.
- Sutan Remy Sjahdeni, *Perbankan Syariah Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya*, Jakarta: Kencana, 2014.
- Soelaiman M. Munandar, *Ilmu Sosial Dasar Teori dan Konsep Ilmu Sosial*, Bandung: Eresco, 2002.
- Soekardijo R. G, *Memahami Peristiwa sebagai Systematik Lingkage*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Tjiptono Fandi, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset, 2004.
- Thoha Miftha , *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*, Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2003.

Tjiptono Fandi, *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*, Yogyakarta: Andi Offset, 2000.

Umar Khaerul, *Manajemen Perbankan Syariah*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013.

Yudistira Donsyah , “*Efficiency in Islamic Banking: An Empirical Analysis Of Eighteen Banks*”, (Studi Ekonomi Islam, Vol 12, No 1, 2004.

Zubair, Muhammad Kamal. Et al.. eds., *Penulisan Karya Ilmiah Berbasis Teknologi Informasi*, Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2020.

Jurnal dan Skripsi

Afyanti, “Minat Nasabah terhadap KUR di Bank BRI Unit Lero Kec. Suppa Kab. Pinrang (Analisis Ekonomi Islam),” (*Skripsi: FEBI IAIN, 2021*).

Arifin Muhammad, Nasution Bismar, “ *The Dyanamic Study of Regulation on Syariah Banking Indonesia*”, (*International Jurnal of Humanities and Sosial Science ISSN 2220-8488, Vol. 3, 2015*).

Abduh Muhammad, Omar Azmi Mohd, “*Islamic Banking and Economic Growth: The Indonesia Experience*”, (*International Journal of Islamic and Middle Easten Finance and Management, Vol. 5 No. 1, 2012*).

Emmang Gusmail , “Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Rappocini Kota Makassar”, (*Skripsi Sarjana: Jurusan Ekonomi, Makassar, 2016*).

Jarkoni, “Faktor Penyebab Kurang Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Kantor Cabang Bank Syariah Mandiri (Telanaipura Kota Jambi, 2020)”, (*Skripsi: Hukum Ekonomi Syariah, Jambi, 2020*).

Koeswara Sonny Muslimah,” Analisis Besarnya Pengaruh Kerja Pelayanan (*Service Performance*) Frontiler dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Prioritas PT. BCA Tbk Cabang Permata Buana dengan Pendekatan Metode Regresi Linear Multiple, (*Jurnal Pasti, Vol 8 No 1, 2013*).

Yupitra Evi dan Sari Linda Raina, “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Non Muslim menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan”, (*Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol. 1 No. 2, 2012*).

Wiryaningtyas Perwitasari Dwi, “Pengaruh Keputusan Nasabah dalam Pengambilan Kredit pada Bank Kredit Desa Kabupaten Jember”, (*Jurnal Ekonomi dan Bisnis Growth, Vol. 14 No. 2, 2016*).

Internet

[Hhttps://ir.bankbsi.co.id/corporate-history.html](https://ir.bankbsi.co.id/corporate-history.html), Kamis 14.47

<https://kkbi.web.id/psikologi>, Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), di akses 23 Januari 2021

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kkbi.web.id/minat>, diakses 27 september 2020.

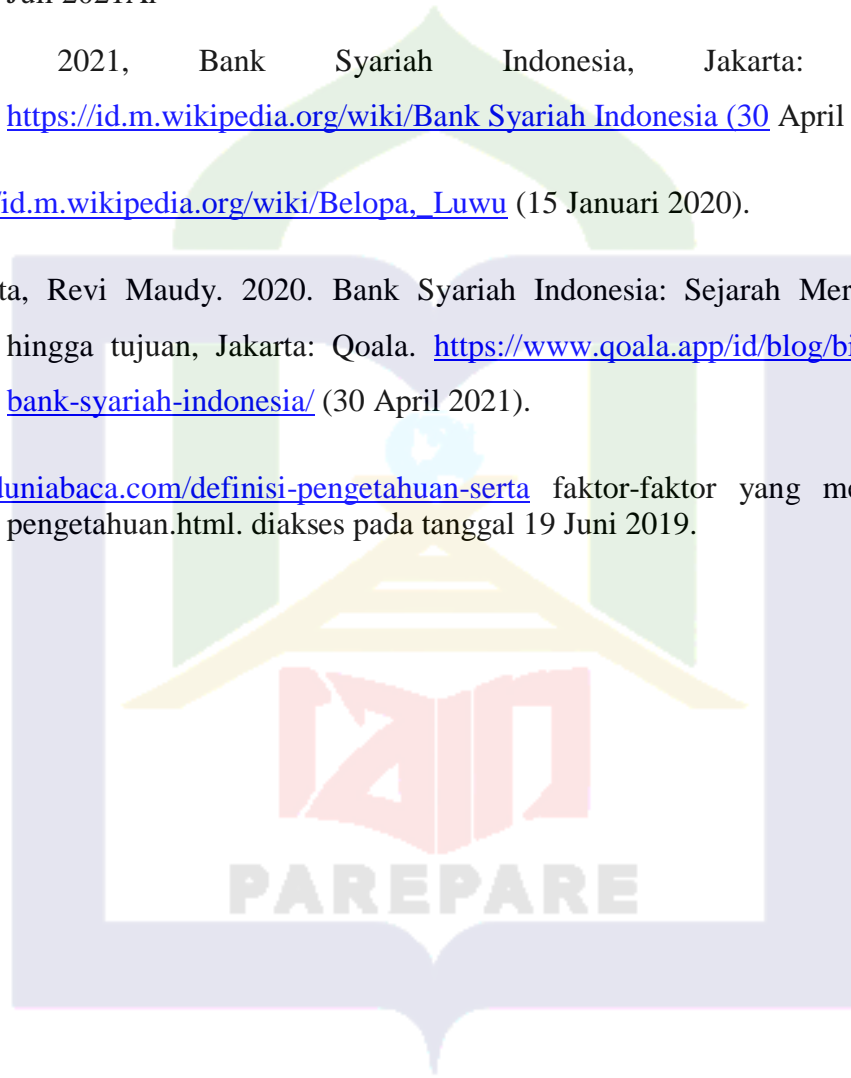
Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kkbi.web.id/faktor>, di akses 04 Juli 2021A1

Dede. 2021, Bank Syariah Indonesia, Jakarta: Wikipedia, [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Bank Syariah Indonesia](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Bank_Syariah_Indonesia) (30 April 2021).


[https://id.m.wikipedia.org/wiki/Belopa, Luwu](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Belopa,_Luwu) (15 Januari 2020).

Vekelita, Revi Maudy. 2020. Bank Syariah Indonesia: Sejarah Merger, Saham, hingga tujuan, Jakarta: Qoala. <https://www.qoala.app/id/blog/bisnis/apa-itu-bank-syariah-indonesia/> (30 April 2021).

<http://duniabaca.com/definisi-pengetahuan-serta> faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan.html. diakses pada tanggal 19 Juni 2019.





| | |
|---|--|
|  | <p align="center">KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307</p> |
| <p align="center">VALIDASI INSTRUMENT PENELITIAN PENULISAN SKRIPSI</p> | |

NAMA MAHASISWA : ALMAIFA JAMAL
 NIM : 18.2300.116
 FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 PRODI : PERBANKAN SYARIAH
 JUDUL : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
 MINAT MENABUNG MASYARAKAT MUSLIM DI
 BANK SYARIAH INDONESIA DI BELOPA

PEDOMAN WAWANCARA

I. Narasumber

Nama :
 Usia :
 Agama :
 Pendidikan :
 Pekerjaan :

II. Pertanyaan :

1. Bagaimana pemahaman/persepsi anda tentang bank syariah indonesia?
2. Apa-apa saja alasan yang menyebabkan anda untuk menabung, apakah dari segi
 - a. Pendidikan
 - b. lingkungan
 - c. pengetahuan

3. apakah anda selalu mencari informasi tentang bank syariah ndonesia?
4. Apakah anda berminat menabung di bank syariah indonesia?
5. Apa faktor yang mempengaruhi anda menabung di bank syariah indonesia?
6. Bagaimana menurut anda pelayanan yang diberikan bank syariah Indonesia?
7. Apakah anda tau produk apa saja yang ditawarkan oleh bank syariah indonesia?
8. Apakah dengan adanya promosi atau iklan yang ditawarkan dapat membantu minat menabung masyarakat ?

Setelah mencermati instrumen dalam penelitian skripsi mahasiswa sesuai dengan judul di atas, maka instrumen tersebut dipandang telah memenuhi kelayakan untuk digunakan dalam penelitian yang bersangkutan.

Parepare, 04 Oktober 2022

Mengetahui,

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping



Dr. Firman, M.Pd.

NIP. 19650220 200003 1 002



Rusnaena, M.Ag.

NIP. 19680295 2002 12 2 001

PAREPARE



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
 PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B.2906/In.39.8/PP.00.9/8/2021 26 Agustus 2021
 Lampiran : -
 Perihal : **Penetapan Pembimbing Skripsi**

Yth: **1. Dr. Firman, M.Pd.** **(Pembimbing Utama)**
2. Rusnaena, M.Ag. **(Pembimbing Pendamping)**

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Berdasarkan hasil sidang judul Mahasiswa (i):

Nama : Almaifa Jamal
 NIM. : 18.2300.116
 Prodi. : Perbankan Syariah

Tanggal **23 Juli 2021** telah menempuh sidang dan dinyatakan telah diterima dengan judul:

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI RENDAHNYA MASYARAKAT
 MUSLIM MENJADI NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA DI KOTA PALOPO**

dan telah disetujui oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka kami menetapkan Bapak/Ibu sebagai **Pembimbing Skripsi** Mahasiswa (i) dimaksud.

Wassalamu'alaikum wr. wb.



Dekan,

emil
 Muhammad Kamal Zubair

Tembusan:

1. Ketua LPM IAIN Parepare
2. Arsip



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
 PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B.5109/In.39.8/PP.00.9/10/2022
 Lampiran : -
 Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. BUPATI LUWU
 Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
 Di
 KABUPATEN LUWU

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : ALMAIFA JAMAL
 Tempat/ Tgl. Lahir : SULI, 02 DESEMBER 1999
 NIM : 18.2300.116
 Fakultas/ Program Studi : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/PERBANKAN SYARIAH
 Semester : IX (SEMBILAN)
 Alamat : KELURAHAN SULI, KECAMATAN SULI, KABUPATEN LUWU

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KABUPATEN LUWU dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENABUNG MASYARAKAT MUSLIM DI BANK SYARIAH INDONESIA DI BELOPA

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Oktober sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasama diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Parepare, 25 Oktober 2022
 Dekan,



Muzalifah Muhammadun



PEMERINTAH KABUPATEN LUWU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Alamat : Jl. Opu Daeng Risaju No. 1, Belopa Telpn : (0471) 3314115

Nomor : 544/PENELITIAN/06.02/DPMPSTP/XI/2022
 Lamp : -
 Sifat : Biasa
 Perihal : **Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian**

Kepada
 Yth. Lurah Sabe
 di -
 Tempat

Berdasarkan Surat Dekan Institut Agama Islam Negeri Parepare : B.5109/In.39.8/PP.00.9/10/2022 tanggal 25 Oktober 2022 tentang permohonan Izin Penelitian.
 Dengan ini disampaikan kepada saudara (i) bahwa yang tersebut di bawah ini :

Nama : Almaifa Jamal
 Tempat/Tgl Lahir : Suli / 02 Desember 1999
 Nim : 18.2300.116
 Jurusan : Perbankan Syariah
 Alamat : Kamp. Baru
 Kelurahan Suli
 Kecamatan Suli

Bermaksud akan mengadakan penelitian di daerah/instansi Saudara (i) dalam rangka penyusunan "Skripsi" dengan judul :

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENABUNG MASYARAKAT MUSLIM DI BANK SYARIAH INDONESIA DI BELOPA

Yang akan dilaksanakan di **KANTOR KELURAHAN SABE**, pada tanggal **09 November 2022 s/d 09 Desember 2022**

Sehubungan hal tersebut di atas pada prinsipnya kami dapat menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan sbb :

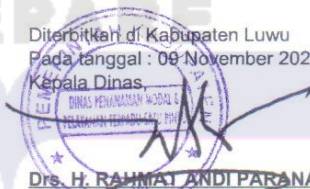
1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, kepada yang bersangkutan harus melaporkan kepada Bupati Luwu Up. Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kab. Luwu.
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan.
3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar copy hasil penelitian kepada Bupati Luwu Up. Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kab. Luwu.
5. Surat Izin akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.



1 2 0 2 2 1 9 3 1 5 0 0 5 5 5



Diterbitkan di Kabupaten Luwu
 Pada tanggal : 09 November 2022
 Kepala Dinas



Drs. H. RAHMAT ANDI PARANA
 Pangkat : Pembina Tk. I IV/b
 NIP : 19641231 199403 1 079

Tembusan :

1. Bupati Luwu (sebagai Laporan) di Belopa;
2. Kepala Kesbangpol dan Linmas Kab. Luwu di Belopa;
3. Dekan Institut Agama Islam Negeri Parepare;
4. Mahasiswa (i) Almaifa Jamal;
5. Arsip.



**PEMERINTAH KABUPATEN LUWU
KECAMATAN BELOPA UTARA
KELURAHAN SABE**

Alamat : Jalan Sabe 1 kelurahansabe@yahoo.com Kode Pos 91994

SURAT REKOMENDASI

Nomor : 861 / SR / KLS / XII / 2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Lurah Sabe Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : ALMAIFA JAMAL
Tempat Tanggal Lahir : Suli, 02-12-1999
Nim : 18.2300.116
Jurusan : Perbankan Syariah
Alamat : Kamp. Baru, Kel. Suli, Kec. Suli, Kab. Luwu

Bahwa nama tersebut telah melakukan penelitian dari tanggal 09 November 2022 s/d 09 Desember 2022 di Kantor Kelurahan Sabe dengan judul “ **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENABUNG MASYARAKAT MUSLIM DI BANK .SYARIAH INDONESIA DI BELOPA**” .

Demikian surat rekomendasi ini di buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sabe, 09 Desember 2022

LURAH SABE

SABRUN ST
Pangkat : Penata
Nip: 19761231 200906 1 0003

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Nama : Novita
Umur : 24 Tahun
Alamat : Jl. Sabe 11
Pendidikan : SMA
Pekerjaan : Iberumah tangga

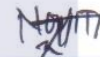
Menerangkan bahwa

Nama : Almaifa Jamal
Nim : 18.2300.116
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat Muslim di Bank Syariah di Palopo"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Belopa, 10 November 2022




PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Nama : JATANTI
Umur : 23 tahun
Alamat : Jl. Pendidikan
Pendidikan : SMK
Pekerjaan : karyawan toko

Menerangkan bahwa

Nama : Almaifa Jamal
Nim : 18.2300.116
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat Muslim di Bank Syariah di Palopo"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Belopa, 11 November 2022



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Nama : Burhanuddin
Umur : 45 Tahun
Alamat : Jl. Sabe 11
Pendidikan : SMA
Pekerjaan : Pelayaran

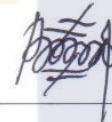
Menerangkan bahwa

Nama : Almaifa Jamal
Nim : 18.2300.116
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat Muslim di Bank Syariah di Palopo"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Belopa, 11. November 2022



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Nama : Suberia
Umur : 44 Tahun
Alamat : Jl. Sabe 11
Pendidikan : SMP
Pekerjaan : Ibu rumah tangga

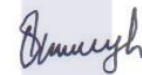
Menerangkan bahwa

Nama : Almaifa Jamal
Nim : 18.2300.116
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat Muslim di Bank Syariah di Palopo"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Belopa, 13. November 2022




PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Nama : Putri Julianti
Umur : 25 Tahun
Alamat : Jl. Sabe 11
Pendidikan : SMP
Pekerjaan : Ibu rumah tangga

Menerangkan bahwa

Nama : Almaifa Jamal
Nim : 18.2300.116
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat Muslim di Bank Syariah di Palopo"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Belopa, 12 November 2022



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Nama : Hardiyanti
Umur : 27 Tahun
Alamat : Jl. Sabe 11
Pendidikan : SMP
Pekerjaan : Ibu rumah tangga

Menerangkan bahwa

Nama : Almaifa Jamal
Nim : 18.2300.116
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat Muslim di Bank Syariah di Palopo"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Belopa, 13 November 2022

[Handwritten Signature]

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Nama : Sukri
Umur : 28 Tahun
Alamat : Jl. Sabe 11
Pendidikan : SMA
Pekerjaan : Pelayaran

Menerangkan bahwa

Nama : Almaifa Jamal
Nim : 18.2300.116
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat Muslim di Bank Syariah di Palopo"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Belopa, 13 November 2022



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Nama : INDO TANG
Umur : 51 Tahun
Alamat : Jl. Pendidikan
Pendidikan : SMP
Pekerjaan : Ibu rumah tangga

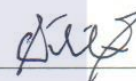
Menerangkan bahwa

Nama : Almaifa Jamal
Nim : 18.2300.116
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat Muslim di Bank Syariah di Palopo"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Belopa, 12 November 2022



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Nama : *SUNARTI, S.H*

Umur : *42 Tahun*

Alamat : *Jl. Pendidikan*

Pendidikan : *S-1*

Pekerjaan : *Wiraswasta*

Menerangkan bahwa

Nama : *Almaifa Jamal*

Nim : *18.2300.116*

Pekerjaan : *Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat Muslim di Bank Syariah di Palopo"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Belopa, 11 November 2022

Sunarti
SUNARTI

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Nama : Irdo Masse
Umur : 33 Tahun
Alamat : Jl. Sabe II
Pendidikan : SD
Pekerjaan : jual campuran

Menerangkan bahwa

Nama : Almaifa Jamal
Nim : 18.2300.116
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat Muslim di Bank Syariah di Palopo"

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Belopa, 12 November 2022



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Nama : Errawati
Umur : 38 Tahun
Alamat : Jl. Sabe 11
Pendidikan : SMP
Pekerjaan : jual campuran

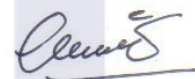
Menerangkan bahwa

Nama : Almaifa Jamal
Nim : 18.2300.116
Pekerjaan : Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat Muslim di Bank Syariah di Palopo"

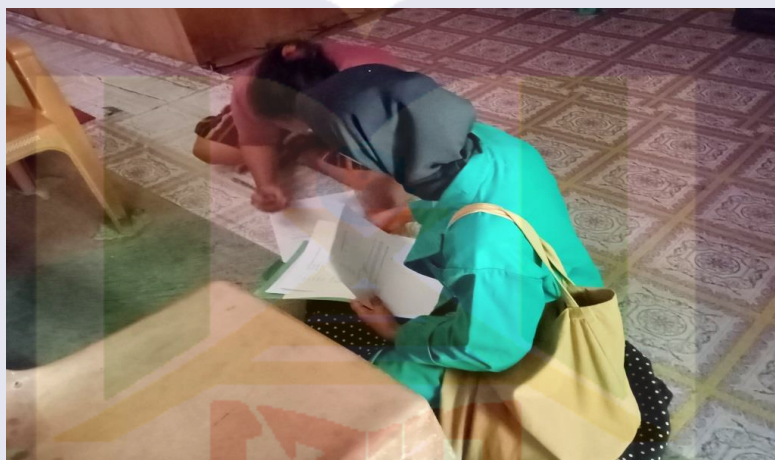
Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Belopa, 13. November 2022



PAREPARE

DOKUMENTASI









BIODATA PENULIS



Almaifa Jamal, lahir di Suli, 02 Desember 1999, anak kedua dari 4 bersaudara dari pasangan Bapak Jamal dan Ibu Martini. Penulis pertama kali menempuh pendidikan di SDN 13 Kombong di Suli Kabupaten Luwu dan tamat pada tahun 2012. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMPN 1 Suli di Kabupaten Luwu dan tamat pada tahun 2015. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di tingkat Sekolah Menengah Kejuruan SMK Mitra Utama di Kabupaten Luwu pada jurusan Perbankan dan tamat pada tahun 2018. Dan pada tahun 2018 penulis di terima sebagai mahasiswa program studi Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri Parepare melalui jalur Mandiri.

Penulis melakukan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di Desa Pappareang, Kecamatan Mattirosompe, Kabupaten Pinrang, Provinsi Sulawesi Selatan. Penulis juga melaksanakan Praktek Pengalaman Kerja (PPL) di Bank Mega KCP Pinrang. Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Serjana Ekonomi (SE), penulis menyusun skripsi dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat Muslim di Bank Syariah Indonesia KCP Belopa” yang dibimbing oleh Bapak Dr. Firman, M. Pd dan Ibu Rusnaena M, Ag.