PENGARUH *RELIGIUSITAS*, EDUKASI TERHADAP MINAT MENABUNG SANTRI DI BANK SYARIAH
(Studi MA Pondok Pesantren Darussalam Batumarta VI Oku Timur)

Skripsi
Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat –Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam

Oleh :

JANA KUSMARA
NPM.1551020190

Program Studi : Perbankan Syariah

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H / 2022 M

PENGARUH *RELIGIUSITAS*, EDUKASI TERHADAP MINAT MENABUNG SANTRI DI BANK SYARIAH
(Studi MA Pondok Pesantren Darussalam Batumarta VI Oku Timur)

Skripsi
Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat –Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam

Oleh :

JANA KUSMARA
NPM.1551020190

Program Studi : Perbankan Syariah

Pembimbing 1 : Prof. Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I
Pembimbing 2 : Gustika Nurmalia, S.E.I., M.Ek

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H / 2022 M

ABSTRAK

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dalam bentuk simpanan seperti rekening giro, deposito dan tabungan. Sedangkan menyalurkannya dalam bentuk kredit atau pembiayaan. Bank merupakan suatu kebutuhan yang sangat diperlukan dalam perkembangan perekonomian masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak, salah satunya dengan menabung. Ada beberapa faktor utama yang mempengaruhi minat menabung dibank syariah yaitu Religiusitas, Edukasi,

Teori dalam penelitian ini membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dan seberapa besar pengaruhnya religiusitas, edukasi terhadap minat menabung di bank syariah (studi pondok pesantren Darussalam Batumarta VI oku timur). Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sumber data sekunder yang diperoleh melalui kuisoner yang dibagikan kepada santri Ma Darussalam Batumarta VI pada tahun 2021.

Hasil Uji T (parsial) menunjukan bahwa perbandingan nilai sig lebih besar dari alpha Maka Ho yang diajukan diterima dan Ha ditolak sehingga Religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung. hasil pengujian perbandingan nilai sig lebih besar dari alpha Maka Ho yang diajukan diterima dan Ha ditolak sehingga Edukasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung. . Hasil Uji F (Simultan) menunjukan bahwa nilai F hitung > F tabel dengan tingkat signifikansi lebih kecil adalah Maka Ho yang diajukan ditolak dan Ha diterima sehingga variabel Religiusitas, Edukasi dan Disposible income berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat Menabung di Perbankan Syari'ah. Namun Transaksi dalam Bank Islam tidaklah sama dengan bank konvensional. setiap bank berlomba untuk mendapatkan nasabah yang lebih banyak tanpa memandang status hukum agama terutama agama islam, sehingga banyak yang melenceng dari hukum syariat islam. Islam sangatlah respect pada aturan yang berkaitan dengan keuangan, sehingga islam memberi kode etik dalam bahasa yang bijak dan tersirat dalam QS. Al-Baqarah 275 agar umat islam tidak berbuat dzalim pada sesamanya dengan cara berprilaku ribawi.

Kata kunci : Religiusitas, Edukasi,minat menabung

ABSTRAC

Bank is a business entity that collects funds in the form of deposits such as checking accounts, time deposits and savings accounts. While channeling it in the form of credit or financing. Banks are an indispensable necessity in the development of the community's economy in order to improve the standard of living of many people, one of which is saving. There are several main factors that influence interest in saving in Islamic banks, namely religiosity, education.

The theory in this study discusses the factors that influence the interest in saving in Islamic banks which aims to determine the influence and how much influence religiosity, education and disposable income have on interest in saving in Islamic banks (study of Darussalam Islamic boarding school Batumarta VI Oku Timur). This research method uses quantitative methods with secondary data sources obtained through questionnaires distributed to students of Ma Darussalam Batumarta VI in 2021.

The results of the T test (partial) show that the comparison of the sig value is greater than alpha . So the proposed Ho is accepted and Ha is rejected so that religiosity has no significant effect on Saving Interest. the results of the comparison test for the sig value greater than alpha So the proposed Ho is accepted and Ha is rejected so that education has no significant effect on Saving Interestt. The results of the F (simultaneous) test show that the calculated F value > F table with a significance the proposed Ho is rejected and Ha is accepted so that the variables of Religiosity, Education and Disposible income have a joint effect. -equal to the interest in Savings in Sharia Banking. However, transactions in Islamic banks are not the same as conventional banks. every bank is competing to get more customers regardless of the legal status of religion, especially Islam, so many deviate from Islamic sharia law. Islam is very respectful of the rules related to finance, so Islam provides a code of ethics in wise language and is implied in the QS. Al-Baqarah 275 so that Muslims do not do wrong to each other by behaving usuriously.

Keywords: Religiosity, Education,interest in saving

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, 35131 Telp. (0721) 703260

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Jana kusmara
NPM	: 1551020190
Jurusan/Prodi	: Perbankan Syari'ah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**PENGARUH *RELIGIUSITAS, EDUKASI* TERHADAP MINAT MENABUNG SANTRI PONDOK PESANTREN DARUSSALAM BATUMARTA VI OKU TIMUR**" adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri,bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.
Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Bandar Lampung 10 Maret 2022
Penyusun

Jana kusmara
NPM. 1552020190

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame 1 Bandar Lampung, telp. (0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul Skripsi	: **PENGARUH RELIGIUSITAS, EDUKASI TERHADAP MINAT MENABUNG SANTRI DI PERBANKAN SYARIAH (STUDI PONDOK PESANTREN DARUSSALAM BATUMARTA VI OKU TIMUR)**
Nama	: Jana Kusmara
NPM	: 1551020190
Program Studi	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi Dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqasyahkan dan di pertahankan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I	**Pembimbing II**
Prof. Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I	**Gustika Nurmalia.,M,Ek**
NIP. 198008012003121001	**NIP.-**

Ketua Jurusan,
Perbankan Syariah

Any Eliza, M.Ak
NIP. 198308152006042004

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame 1 Bandar Lampung, telp. (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **PENGARUH RELIGIUSITAS,EDUKASI TERHADAP MINAT MENABUNG SANTRI DI PERBANKAN SYARIAH (Studi Pondok Pesantren Darussalam Batumarta VI Oku Timur) disusun oleh : Jana Kusmara NPM : 1551020190,** Program Studi : Perbankan Syariah. Telah di ujikan dalam Sidang Munaqasyah di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada hari/tanggal : Rabu, 13 April 2022.

Tim Penguji

Ketua	**: Any Eliza., M.A.k**	**(.....)**
Sekretaris	**: Anggun Okta Fitri.,S.IP.,M.M**	**(.....)**
Penguji I	**: Siska Yuli Anita., M.M**	**(.....)**
Penguji II	**: Gustika Nurmalia.,M.Ek**	**(.....)**
Petugas	**: Surono,M.E.,M.Sy**	**(.....)**

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN RADEN INTAN LAMPUNG

Prof. Dr. Thomas Sumarsono, S.E., MM.,Akt., CA., CPA.,CFP.,CIA., ASEAN CPA
NIP. 197009262008011008

MOTTO

إِنَّ ٱلۡمُبَذِّرِينَ كَانُوٓاْ إِخۡوَٰنَ ٱلشَّيَٰطِينِۖ وَكَانَ ٱلشَّيۡطَٰنُ لِرَبِّهِۦ كَفُورٗا ٢٧

Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.

(Q.S Al – Israa' : 27)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap Alhamdulillahirobilalamin dan penuh rasa syukur yang tidak ada hentinya kupinta dan kusempatkan hanya kepada engkau Allah SWT Rabb semesta alam yang maha Esa,dan atas takdir dan segala nikmat-Mu, kau jadikan aku seorang insan yang senantiasa berusaha, berfikir, berilmu, dan beriman kepada-Mu serta sabra dalam menjalani takdir kehidupan ini. Semoga keberhasilan ini dapat menjadi salah satu langkah awalku dalam meraih cita-cita yang telah kutanamkan sejak kecil, dan skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Ibundaku tercinta Parjiem dan Ayahku tercinta Wiyono terimakasih atas segala cinta, doa, kesbaran, kasih sayang, keikhlasan dan pengorbanan yang selama ini telah diberikan kepada penulis, berkat pengorbanan jerih payah dan motivasi yang selalu diberikan hingga terselesaikannya skripsi penulis. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan Rahmat-Nya, kesehatan, kemurahan rezeki dan keberkahan umur serta selalu dalam lindungan Allah SWT. *Aminyarabbal'alamin.*
2. Kakakku terkasih dan tersayang Novi, dan Rini retnowati yang senantiasa mendukung dengan doa maupun materi yang diberikan untukku.
3. Adikku terkasih dan tersayang Ferman Firdaus, dan Dinda Nurhasanah yang senantiasa mendukung dengan doa maupun materi yang diberikan untukku.
4. Almamaterku tercinta tempat kumencari ilmu yang bermanfaat dunia akhirat UIN Raden Intan Lampung. Semoga selalu jaya dan dapat mencetak generasi-generasi terbaik.

RIWAYAT HIDUP

Penulis sangat bahagia terlahir didunia dan menjadi anak dari seorang ayahanda Wiyono dan Ibunda Parjiem, kebahagiaan yang terlipat gandakan karena penulis di anugerahkan nama oleh kedua orang tua yaitu Jana Kusmara. Dilahirkan pada tanggal 08 Januari 1997 di desa Batumarta VI, blok C, Kecamatan Madang Suku III, Kabupaten Oku Timur. Anak ketiga dari lima bersaudara. Penulis mengawali pendidikan dimulai dari :

1. Tk Kartini Batumarta VI, tamat pada tahun 2003
2. SDN 02 Batumarta VI, tamat pada tahun 2009.
3. MTS Darussalam Batumarta VI, tamat pada tahun 2012.
4. MA Batumarta VI, tamat pada tahun 2015.
5. Strata 1 Program Studi Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan lampung. Lulus 2022

Bandar Lampung, 10 Maret 2022

Jana Kusmara
1551020190

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Dengan mengucap rasa syukur Alhamdulilahirrabilallamin kepada Allah SWT atas segala kemudahan, pertolongan, kasih sayang, dan anugrah yang tak bisa diucapkan dengan kata-kata oleh penulis , sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini, serta shalawat dan sallam tak lupa kepada nabi Muhammad SAW yang telah memberikan contoh akhlakulkarimah bagi seluruh muslim di seluruh Dunia.

Terwujudnya skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana Ekonomi dalam Program Pendidikan Perbankan Syariah S1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, dengan Judul: **"PENGARUH *RELIGIUSITAS, EDUKASI* TERHADAP MINAT MENABUNG SANTRI PONDOK PESANTREN DARUSSALAM BATUMARTA VI OKU TIMUR".** Ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik petunjuk maupun saran, langsung maupun tidak langsung terutama di lingkungan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan, mengingat keterbatasan penulis dalam hal pengetahuan, kemampuan, pengalaman dan juga waktu. Ini yang dapat penulis lakukan dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan bagi penyempurnaan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya dan sedalam-dalamnya kepada banyak pihak yang telah banyak membantu dalam proses penulisan skripsi :

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., MM., Akt., CA., CERA., ASEAN CPA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Beserta Wakil Dekan 1,2 dan 3. Yang selalu memotivasi mahasiswa terutama mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
2. Ibu Any Eliza, M.Ak selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
3. Bapak Prof. Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu dan sabar dalam membimbing untuk memberikan arahan-arahan terbaiknya, sehingga selesai skripsi ini.

4. Ibu Gustika Nurmalia, S.E.I., M.Ek selaku Dosen Pembimbing II pada skripsi ini, yang selalu bersedia memberikan bimbingan dan *me-review* kembali skripsi ini.
5. Seluruh Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
6. Seluruh Staf Administrasi dan juga seluruh karyawan perpustakaan di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah melayani mahasiswa nya dengan baik dalam proses menyelesaikan skripsi.
7. Seluruh teman-teman seperjuangan Jurusan Perbankan Syariah Angkatan 2015 yang telah saling *support* dan selalu saling memberikan informasi demi kelancaran satu sama lain.
8. Teman-teman kelas Perbankan Syariah Kelas G yang telah memberikan motivasi-motivasi dan kesegaran melalui tawa dalam menyelesaikan
skripsi ini.

Wassalamualaikum Warahmatullahi wabarokatu

Bandar Lampung 10 Maret 2022

Jana Kusmara
1551020190

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
ABSTRAK ii
HALAMAN PERNYATAAN iv
HALAMAN PERSETUJUAN v
HALAMAN PERNGESAHAN vi
MOTTO vii
PERSEMBAHAN viii
RIWAYAT HIDUP ix
KATA PENGANTAR x
DAFTAR ISI xii
DAFTAR TABEL xv
DAFTAR GAMBAR xvi

BAB I PENDAHULUAN
A. Penegasan Judul 1
B. Latar Belakang Masalah 2
C. Identifikasi dan Batasan Masalah 7
D. Rumusan masalah 8
E. Tujuan penelitian 8
F. Manfaat penelitian 9
G. Kajian penelitian terdahulu yang relevan 9
H. Sistematika penulisan 13

BAB II TEORI
A. Perilaku Konsumen
1. Pengertian Konsumen ..... .15
2. Jenis-jenis konsumen 15
3. Perilaku Konsume 17
4. Faktor faktor konsumen 18
5. Model perilaku konsumen 23
6. perubahan perilaku konsumen 23
7. Perilaku Konsumen berdasarkan tujuan 25
8. Lingkup Perilaku Konsumen 26
B. Minat Bertransaksi 27
1. definisi minat bertransaksi 27
2. faktor-faktor yang mempengaruhi minat bertransaksi 29
3. indikator minat bertransaksi 30

C. Religiusitas 33
1. Pengertian Religiusitas 33
2. Fungsi Religiusitas..... 34
3. Dimensi Religiusitas 36
4. Faktor Faktor Yang mempengaruhi Religiusitas..... 38
5. Indikator religiusitas 40
D. Edukasi 40
1. Pengertian Edukasi 40
2. Metode edukasi 42
3. Faktor yang memperngaruhi edukasi..... 42
4. Indikator edukasi..... 45
E. Minat Menabung 45
1. Pengertian minat 45
2. Dasar hukum minat..... 48
3. Macam-macam minat 48
4. Faktor yang mempengaruhi minat 49
F. Santri 50
1. jenis-jenis santri..... 50
G. Kerangka pemikiran ..... .51
H Hipotesis Penelitian..... 52

BAB III METODELOGI PENELITIAN
A. Jenis dan Sifat Penelitian..... 55
B. Jenis dan Sumber Data 55
C. Metode Pengumpulan Data 57
D. Populasi dan Sampel 58
E. Tekhnik Pengolahan dan Analisis Data 62

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian 71
B. Analisi Deskripsi Data 78
C. Uji Normalitas 80
D. Uji Multikolinieritas 81
E. Uji Linieritas 82
F. Uji Hipotesis..... 83
G. Uji Koefisien Determinasi 86
H. Pembahasan 87

BAB V PENUTUP
A. Kesimpulan 105
B. Saran 106
DAFTAR RUJUKAN
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel **Halaman**

1.1 Perkembangan Bank syariah di Indonesia 2
1.2 Data minat menabung santri..... 4
4.1 Hasil Uji Validasi..... 40
4.2 Hasi Uji Reabilitas 41
4.3 Hasil Uji normalitas 41
4.4 Hasil Uji Multikolinieritas 42
4.5 *Hasil Uji Linieritas* 42
4.6 Hasil analisis Regresi Linier Berganda..... 43
4.7 Hasil Uji T 44
4.8 Hasil Uji F 44
4.9 Hasil Uji koefisien Determinasi..... 45

DAFTAR GAMBAR

Gambar **Halaman**

2.1 Kerangka Berpikir 25

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk menghindari kesalah pahaman penulis menjelaskan dan tegaskan, judul proposal skripsi ini adalah adalah sebagai berikut **"Pengaruh *Religiusitas*, *Edukasi* Terhadap Minat Menabung Santri di Bank Syariah" (Studi Madrasah Aliyah pondok pesantren Darussalam Oku timur).** Maka terlebih dahulu perlu dijelaskan istilah-istilah penting yang terkandung dalam judul sebagai berikut:

1. **Pengaruh** adalah daya yang ada atau muncul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak,kepercayaan, atau perbuatan seseorang.[1]
2. ***Religiusitas*** adalah kumpulan cara mengabdi kepada tuhan, dan semua ajaran agama itu sifat nya mengikat bagi manusia yang terkumpul dalam kitab suci yang harus dibaca.[2]
3. ***Edukasi*** adalah proses pembelajaran untuk mengembangkan potensi diri pada peserta didik dan mewujudkan proses pembelajaran yang lebih baik.[3]
4. **Menabung** adalah kegiatan menyisihkan pendapatan / uang saku kita dengan jumlah tergantung dengan kemampuan kita, dan sewaktu-waktu dapat diambil dalam keadaan mendesak.[4] Penegertian menabung menurut bank Indonesia adalah kegiatan menyisihkan uang untuk dikumpulkan guna mencapai target dana

---

[1] Departemen pendidikan Nasional,*Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pusat Bahasa Edisi keempat*,(Jakarta: PT.Gramedia Utama,2011), 1045

[2] Dedi Supriyadi, Mustofa Hasan, *"Filsafat Agama"*, (Bandung: CV. Pustaka Setia,2012), 10

[3] Hasan alwi, *kamus besar bahasa Indonesia*, (Bandung: Balai Pustaka:2012), 232

[4] Kamus Besar Bahasa Indonesia, http://kbbi.web.id/tabung. Diunduh pada Kamis, 5 september 2019

tertentu agar kelak dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.[5]

5. **Bank syariah** merupakan bank yang kegiatan nya mengacu pada hukum islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah.[6]

Berdasarkan penjelasan istilah-istilah diatas, maka ditegaskan bahwa yang dimaksud dengan judul ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *religiusitas* dan edukasi terhadap minat menabung di perbankan syari'ah (Studi Madrasah Aliyah Pondok Pesantren Darussalam Oku Timur).

B. Latar Belakang Masalah

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dalam bentuk simpanan seperti rekening giro, deposito dan tabungan. Sedangkan menyalurkannya dalam bentuk kredit atau pembiayaan.[7] Bank merupakan suatu kebutuhan yang sangat diperlukan dalam perkembangan perekonomian masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak.

Di Indonesia memiliki dua jenis bank yaitu Bank Konvensional dan Bank syariah. Bank Syari'ah merupakan bank yang operasional dan produknya tidak mengandalkan pada bunga, yang dijalankan berlandaskan Al-Qur'an dan As-sunnah.[8] Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia diiringi dengan perkembangan industri keuangan syariah, diawali dari inspirasi masyarakat di Indonesia, yang dimana masyarakat di

---

[5] Pengelolaan keuangan modul pelatihan (grup pengembangan keuangan inklusif departemen pengembangan akses keuangan dan UMKM Bank Indonesia) diakses dari: pengertian menabung site:bi.go.id di unduh pada kamis, 5 september 2019

[6] Ismail, *perbankan syari'ah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group,2011) , 32

[7] Wangsawidjaja, "*Pembiayaan Bank Syariah*", (Jakarta: PT.Gramedia: 2012), 1

[8] Muhammad, "*Manajemen Dana", 3*

Indonesia adalah mayoritas beragama Islam yang ingin memiliki sebuah alternatif sistem perbankan yang berlandaskan syariat islam. Sistem Perbankan Syariah telah dikembangkan di Indonesia pada tahun 1992 yang ditandai dengan berdirinya Bank pertama diIndonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI) . Kemunculan BMI ini diikuti dengan lahirnya Undang-undang No.7 Tahun 1992 tentang Perbankan Syariah, lalu diamandemenkan menjadi UU No.10 tahun 1998.[9] Undang-undang ini menjadi payung hukum serta pembuktian pengakuan kehadiran Perbankan Syariah di Indonesia.

Perkembangan jumlah perbankan syariah di Indonesia yang terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah ditunjukan dengan tabel berikut :

Tabel 1.1

Perkembangan Perbankan Syariah Tahun 2016-2019

Kelompok Bank	2016	2017	2018	2019 (Maret)
BUS				
Jumlah Bank	13	13	14	14
Jumlah Kantor	1.869	1.825	1.875	1.886
UUS				
Jumlah Bank	21	21	20	20
Jumlah Kantor	332	344	354	364
BPRS				
Jumlah Bank	166	167	167	165
Jumlah	453	441	495	496

[9] Andri Soemitra, "*Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah*", (Jakarta: Kencana,cetakan ke-6,2016), 61

Kantor				
Total Kantor	2654	2610	2724	2746

Sumber : Statistik Perbankan Syariah 2021[10]

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia sekarang ini mengalami kemajuan yang sangat pesat sebagai salah satu infrastruktur sistem perbankan nasional. Eksistensi bank syariah di Indonesia secara formal dimulai sejak diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998 tentang perbankan di Indonesia yang merupakan hasil revisi dari UU No. 7 tahun 1998. UU No. 10 tahun 1998 ini menjadi dasar hukum akan keberadaan dual banking system yaitu beroperasinya system perbankan konvensional yang didampingi dengan perbankan syariah di Indonesia. Perkembangan ini diikuti oleh beredarnya jaringan kantor perbankan syariah yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Menurut data perbankan syariah 2019, saat ini sudah ada 14 Bank Umum Syariah (BUS), 20 Bank Syariah dalam bentuk Unit Usaha Syariah (UUS), dan 165 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Hal ini dapat dijadikan indikator penting kemampuan bank syariah dalam menghasilkan profit.

Bank syariah menerima pembukaan rekening untuk menghimpun dana dari masyarakat salah satunya dengan menerima tabungan. Tabungan adalah simpanan yang pada penarikannya hanya dapat dilakukan syarat tertentu yang telah disepakati, namun tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu, awal nya perbankan hanya dikenal sebagian kecil masyarakat akan tetapi dengan terus berkembang nya perbankan syariah sekarang sudah banyak masyarakat di pelosok desa yang sudah mengenal perbankan syariah.[11]

Dengan begitu cepat dan begitu banyak Perbankan pada saat ini, perbankan syariah dituntut untuk semakin

[10] *Ojk.go.id* (diakses pada tanggal 05 september 2021 pkl. 14.00)

[11] Sayyidatul Maghfiroh, pengaruh religiusitas, pendapatan dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di Perbankan Syariah (studi kasus santri pesantren mahasiswi santri Darus Shalihat), Universitas Negri Yogyakarta:2018, 3

meningkatkan pelayanannya. Karena nasabah semakin meningkat mobilitas dan kebutuhannya. Untuk dapat menghadapi kompetisi yang demikian ini maka hendaknya bank memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada masyarakat yang memerlukan jasa-jasa perbankan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan sebelumnya dengan judul yang terkait, Muhammad Fauzi Amirudin, Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat bertransaksi di Bank Syariah yaitu Psikografis yang terdiri dari Aktivitas, Minat serta Opini dan Religiusitas. Hasil penelitiannya menunjukan bahwa Religiusitas Berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi.[12]

Religiusitas merupakan ajaran agama yang bersifat mengikat bagi manusia.[13] Dilihat dari gaya hidup yang dilakukan santri merupakan gaya hidup yang islami yang tercermin dari lingkungan sekitar yayasan, pakaian yang dikenakan, interaksi dengan alquran yang intens, selalu mendengarkan kultum dan kajian kitab setiap harinya, hingga Praktek Pengamalan Ibadah disetiap waktu sholat. santri yang memiliki religiusitas yang tinggi tentunya akan tertarik pada syari'ah dibandingkan Konvensional. Bank syariah mungkin menjadi solusi bagi santri yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi.

Pada kenyataannya, dalam penyelenggaraan operasional perbankan masih terdapat banyak permasalahan yang terjadi antara perbankan dan masyarakat. Salah satu penyebab terjadinya permasalahan tersebut adalah belum memadainya tingkat pemahaman atau pengetahuan masyarakat mengenai sistem dan prinsip Perbankan Syariah maka diperlukan edukasi agar masyarakat paham betul dengan perbankan syariah. Kurang memadainya pengetahuan masyarakat tentang fungsi dan peran Bank serta produk dan jasa perbankan dapat menghambat pemanfaatan Bank dalam rangka meningkatkan

---

[12] Muhammad Fauzi Amiruddin, "Psikografis dan Religiusitas dalam Bertransaksi Pada BNI Syariah Makassar", *Journal of Islamic Economics*, Vol.3, No.1, (2018), 10

[13] Dedi Supriyadi, Mustofa Hasan, "*Filsafat .10*

kualitas hidup masyarakat yang lebih baik di masa depan. Kondisi tersebut di atas antara lain disebabkan bahwa sampai saat ini industri perbankan Indonesia belum memiliki program pengetahuan yang memadai, komprehensif, terintegrasi dan terencana dengan baik untuk meningkatkan pemahaman masyarakat di bidang perbankan. Kondisi tersebut di atas antara lain disebabkan bahwa sampai saat ini industri perbankan Indonesia belum memiliki program edukasi yang memadai, komprehensif, terintegrasi dan terencana dengan baik untuk meningkatkan pemahaman masyarakat di bidang keuangan khususnya perbankan.[14]

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh agama, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak di inginkan. Sedangkan pengertian tabungan adalah simpanan yang penarikan nya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek,bilyet giro, dan alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.[15]

Tabel 1.2

Data minat menabung santri Darussalam

Rekening Tabungan	**Jumlah Santri**	**Persentase %**
Bank syariah	35	22%
Bank konvesional	64	40%
Tidak ada	61	38%
Total	160	100%

Sumber: Data yang diolah, 2021

[14] Bambang Wuluyo, at., al, Sosialisasi dan Edukasi Publik Perbankan Syariah di Indonesia, dalam Account Akuntansi Keuangan dan Perbankan, vol. I, 43

[15]Undang-Undang No.10 tahun 1998 Tentang perbankan,

Berdasarkan table 1.2 fakta menyatakan bahwa persentasi minat menabung dibank syariah hanya 22%, menempati persentase yang terkecil sementara mereka di pondok pesantren Darussalam sangat memahami kaidah hukum islam dan sudah bekerjasama dengan salah satu lembaga keuangan syariah.

Dalam penelitian ini pilihan menggunakan santri yayasan Darussalam sebagai responden penelitian karena yayasan Darussalam merupakan salah satu pondok pesantren yang berlandaskan pada nilai-nilai keislaman, sehingga dalam proses pembelajaran nya banyak dimuati pendidikan keislaman, yaitu al-qur'an dan hadits memasuki nilai-nilai keislaman ke materi pelajaran dll. Dari hasil wawancara awal terhadap salah satu pimpinan yayasan Darussalam hanya ada sebagian kecil yang menggunakan tabungan bank syariah seperti (*simple*) simpanan khusus pelajar di perbankan syariah. Ada beberapa faktor yang membuat santri belum menggunakan jasa perbankan syariah.[16] Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: "Pengaruh Religiusitas, Edukasi Terhadap Minat Menabung Santri Dibank Syariah (Studi Madrasah Aliyah Pondok Pesantren Darussalam Batumarta VI Oku Timur)".

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

Untuk menjaga penelitian ini lebih terarah dan fokus serta keterbatasan waktu dan tenaga sehingga dapat memudahkan dan mengarahkan pembahas, maka batasan masalah pada penulisan proposal ini adalah :

1. Penelitian ini dilakukan pada santri Madrasah Aliyah Pondok Pesantren Darussalam Batumarta VI.
2. Penelitian ini dilakukan pada tahun ajaran 2021/2022.

[16]Wawancara 3-4 september 2021

3. Pada penelitian ini variabel bebas yaitu (XI) *Religiusitas* , (X2) *Edukasi* dan variabel terikat yaitu (Y) Minat menabung Santri di Bank Syari'ah

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah *religiusitas, edukasi* berpengaruh secara parsial terhadap minat menabung santri di Perbankan Syariah (Studi Pada Pondok Pesantren Darussalam Batumarta VI Oku Timur)?
2. Apakah *religiusitas, edukasi* berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung santri di Perbankan Syariah (Studi Pada Pondok Pesantren Darussalam Batumarta VI Oku Timur)?
3. Bagaimana pengaruh Religiusitas, Edukasi, terhadap minat menabung santri dalam prespektif islam ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisi pengaruh *religiusitas, edukasi,* terhadap minat menabung santri di Perbankan Syariah secara parsial (Studi Pada Pondok Pesantren Darussalam Batumarta VI Oku Timur)?
2. Untuk menganalisis pengaruh *religiusitas, edukasi* terhadap minat menabung santri di Perbankan Syariah secara simultan (Studi Pada Pondok Pesantren Darussalam Batumarta VI Oku Timur)?
3. Untuk mengetahui pengaruh Religiusitas, Edukasi, terhadap minat menabung santri dalam prespektif islam.

F. Manfaat Penelitian

Hal penting dari sebuah penelitian adalah kemanfaatan yang dapat dirasakan atau diterapkan setelah terungkapnya hasil penelitian. Adapun kegunaan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan literatur atau referensi serta menambah wawasan bagi pengembangan ilmu Perbankan Syariah khususnya di Perguruan Tinggi dan Masyarakat pada umumnya.

2. Manfaat Praktisi

a. Bagi Penulis

Sebagai sarana potensial untuk mengembangkan pemikiran dalam menerapkan teori yang ada dengan keadaan sebenarnya.

b. Bagi Santri Yayasan Darussalam

Sebagai sarana informasi untuk mengetahui seberapa besar kontribusi *Religiusitas, Edukasi* terhadap minat menabung di Bank Syariah.

c. Bagi Akademisi

Menambah khasanah informasi dan pengetahuan khususnya pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah, serta sebagai masukan pada penelitian dengan topik yang sama yang akan datang.

G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Adapun hasil penelitian terdahulu yang menjadi referensi pada penelitian ini adalah :

Yulia putri, Ani sholihat,Rani Rahmayani , Iis Iskandar, Andry Trijumansyah, meneliti mengenai ” Strategi

meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas". Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi meningkatkan minat menabung di Bank Syariah melalui penerapan religiusitas dan minat menabung di Bank Syariah. Inti masalah penelitian ini mengenai penerapan religiusitas masyarakat Indonesia untuk segala aspek terutama dalam mengelola keuangan sehingga mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih Bank dan pertumbuhan Bank Syariah berbanding terbalik dengan pertumbuhan penduduk mayoritas muslim di Indonesia sehingga perlu dilakukan analisis mengenai penerapan religiusitas terhadap peningkatan minat menabung masyarakat. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dokumentasi, dan penyebaran kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode yaitu kuantitatif dengan pendekatan statistik deskriptif dan verifikatif. Analisis data menggunakan uji statistik yang terdiri dari analisis regresi sederhana, analisis korelasi dan koefisien determinasi, dan uji t. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling insidental dan jumlah sampelnya adalah 98 orang dari jumlah populasi nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Antapani Bandung sebanyak 5.664 nasabah. Hasil penelitian menunjukan bahwa hubungan religiusitas termasuk dalam kategori rendah, tetapi mengarah positif. Pengujian yang dilakukan secara parsial variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat di Lingkungan Bank Syariah Mandiri KCP Antapani Bandung.[17]

Abdurahan Zain, meneliti mengenai "Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami". Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah. Dalam penilitian ini menggunakan satu variabel

[17] Yulia putri, ani sholihat, Rani rahmayani, "Strategi meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas", " Jurnal Universitas Bina Sarana Informatika, vol.16 No. 01 maret 2019

terikat dan satu variabel bebas, Pengetahuan tentang perbankan syariah dan Minat Memilih (Y) . Penulisan skripsi ini menggunakan metode kuantitatif untuk memperoleh data primer dengan cara memberikan kuesioner kepada responden lalu diolah menggunakan regresi linear sederhana. Sebagai tambahan untuk memperkuat teori, penulis juga mengadakan studi kepustakaan. Melali studi kepustakaan ini dilakukan dengan menelaah buku-buku, dokumen-dokumen, rujukan, artikel yang berkaitan dengan penelitian ini. Hasil penelitian uji regresi linier sederhana menunjukan bahwa secara Pengetahuan santri tentang perbankan syariah dengan nilai signifikan sebesar 0,811 maka berpengaruh signifikan terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah.[18]

Sulastri, meneliti mengenai ”Pengaruh Edukasi, Komitmen Keislaman, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh edukasi, komitmen keIslaman dan pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Medan. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisi regresi linier berganda di dukung dengan uji model dan uji statistik dengan menggunakan bantuan program Eviews 4. Dari hasil penelitian pada alpa 5% menunjukkan bahwa secara silmutan variabel Edukasi, Komitmen KeIslaman, dan Pelayanan Terhadap keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia cabang Medan sebesar 97,7%. Secara persial Edukasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan dengan memiliki nilai t-hitung sebesar 3,165 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,660 atau prob. sebesar 0,00. Variabel Komitmen KeIslaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan karena

[18] Abdurrahman Zain, ”pengaruh pengetahuan santri tentang perbankan syariah terhadap minat memilih produk bank syariah”,(skripsi program gelar sarjana perbankan syariah, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta,2017), 88

memiliki t-hitung sebesar 3,726 lebih besar dari ttabel sebesar 1,660 atau prob. sebesar 0,00. Variabel Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan karena memiliki t-hitung sebesar 1,995 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,660 atau prob. sebesar 0,04. Dengan demikian Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Medan.Variasi faktor yang berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah secara bersama-sama dijelaskan oleh variabel Edukasi, Komitmen KeIslaman dan pelayanan dengan pengaruh sebesar 97,7% sedangkan sisa pengaruhnya sebesar 2,23% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. [19]

Hesti mayasari, meneliti mengenai "pengaruh motivasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung dibank sinarmas syariah padang" penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi dan kualitas pelayanan secara simultan dan parsial terhadap keputusan menabung dibank sinarmas syariah padang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara angket dan studi kepustakaan.[20]

Perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti yang akan peneliti teliti adalah terletak pada objek penelitian, objek peneliti di MA Pondok Pesantren Darussalam Batumarta VI Oku Timur, Sementara Yulia putri, Ani sholihat,Rani Rahmayani , Iis Iskandar, Andry Trijumansyah objek nya di bank Mandiri syariah KCP Antapani Bandung, Abdurahman Zain Objek nya Pondok Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami, Sulastri Objek nya Bank Muamalat Indonesia Cabang

---

[19] Sulastri, "*pengaruh edukasi, komitmen keislaman, dan pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di pt bank muamalat indonesia cabang medan",* (Tesis program gelar pascasarjana, Medan,2017), 166

[20] Hesti Mayasari, Nurlina,Elly Wardiningsih, "*pengaruh motivasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di bank sinarmas syariah padang",* jurnal manajemen dan kewirausahaan,volume 8, nomor 2 mei 2017, 6

Medan, Musthafiya Azzahra objek nya mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kali Jaga, Hesti mayasari objek nya sinarmas syariah padang. Selain itu perbedaan yang lain terletak pada variabel bebas yang digunakan. Variabel bebas (X) peneliti menggunakan Religiusitas,Edukasi . Sedangkan Yulia putri, Ani sholihat,Rani Rahmayani , Iis Iskandar, Andry Trijumansyah, Menggunakan variabel bebas (X) Strategi, Religiusitas. Sedangkan Abdurahman Zain Menggunakan Variabel bebas (X) Pengetahuan. Sedangkan Sulastri menggunakan variabel bebas (X) meneliti mengenai Edukasi, Komitmen Dan Pelayanan. Sedangkan Hesti mayasari Menggunakan Variabel Bebas (X) motivasi, Kualitas Pelayanan. Sementara Persamaan Penelitian saya dengan penelitian terdahulu yaitu pada variabel terikat (Y) yaitu minat menabung diperbankan syariah.

H. Sistematika penulisan

Adapun sisematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I pendahuluan

Merupakan uraian tentang penegasan judul, latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II Landasan Teori dan pengajuan hipotesis

Menyajikan teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini yang meliputi landasan teori dan pengajuan hipotesis serta kerangka pemikiran.

BAB III Metode Penelitian

Merupakan uraian tentang metode analisis yang digunakan dalam penelitian, penentuan populasi, sampel, dan teknik pengumpulan data, definisi

operasional variabel serta teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV **Hasil Penelitian dan pembahasan**

Terdiri dari deskripsi objek penelitian serta pembahasan hasil penelitian dan analisis.

BAB V **Penutup**

Terdiri dai kesimpulan hasil penelitian serta rekomendasi bagi pihak-pihak terkait dalam penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Konsumen berasal dari bahasa asing (belanda inggris), consumen dan consumer yng arti harfiahynya adalah pembeli. Pengertian lain dari konsumen sangat luas , beragam dan sangat terkait erat dengan tujuan seseorang membeli suatu produk isanya sebaga engguna,yang diterjemahan dari kata user dari kata bahasa inggris. Pengertan aindari konsumen adalah pemakai, pemirsa, dan masih banyak lagi.[1]

Menurut simamura perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat untuk mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.[2]

Menurut Zulian Yamit dalam anjar Rahmulyo secara tradisional konsumen diartikan orang yang membeli dan meggunakan produk. Pandangan tradisional ini meyimpulkan bahwa konsumen adalah orang yang berinteraksi dengan perusahaan sebelum proses produksi selesai, karena mereka adalah pengguna produk. Sedangkan orang yang berinteraksi dengan perusahaan sebelum proses produksi

---

[1] H. Mulyadi Nasusastro, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*
(Bandung: Alfabeta, 2012) . 24

[2] Bilson Simamura, *Panduan Riset Perilaku Konsumen,* (Jakarta: PT Graedia Pustaka
Utama, 2004) . 1.

berlangsung adalah dianggap sebagai pemasok. Konsumen dan pemasok dalam konsep treadisional ini adalah orang yang berada di luarperusahaan atau disebut konsumen.[3]

Kepuasan konsumen eksternal dipengaruhi pula oleh kualitas pelayanan purna jual. Uraian tersebut, menyimpulan bahwa pemasok dan konsumen dalah setiap orang atau badan yang datang dari dalam perusahaan maupun yang datang dari luar perusahaan, selain itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga jenis konsumen, diantaranya.[4]

a. konsumen internal (*internal costumer*) adalah setiap orng yag ikut menangani proses pembuatan maupun penyediaan produk didalam perusahaan atau organisasi.

b. konsumen perantara (*intermediate costumer*) adalah mereka yang bertindak atau berperantara untuk mendistribusikan produk kepada pihak konsumen atau konsumen eksternal. Konsumen perantara ini bukan sebagai pemakai akhir.

c. konsumen eksternal (*external costumer*) adalah pembeli atau pemakai akhir yang disebut sebagai konsumen yang nyata (*real costumer*).

Menurut Subagyo, konsumen di dalam kepustakaan ekonomi dibedakan menjadi dua jenis, yaitu konsumen antara dan konsumen akhir. Konsumen antara adalah

---

[3] Zulian Yamit dalam Anjar Rahmulyo, " Analisis Pengaruh Kualitas Layanan TerhadapKepuasan Pasien Puskesmas Depok I di Sleman" (Skripsi, UII, 2008) . 34.

[4] Kotler dan Amstrong, *Dasar-dasar Pemasaran* (Bandung: Indeks, 2009) . 174

konsumen yang menggunakan suatu barang/jasa sebagai bagian dari proses produksi suatu produk kembali sedangkan konsumen akhir adalah konsumen yang menjadi pemanfaat akhir dari suatu produk Menurut Sangadji dan Sopiah, Konsumen berdasarkan tujuan penggunaan suatu produk dibagi menjadi dua jenis yaitu konsumen individu dan konsumen organisasi. Konsumen individu adalah konsumen yang menggunkan barang untuk keperluan keperluannya sendiri, keluarga, atau sebagai hadiah kepada orang lain, sedangkan konsumen organisasi menggunakan barang untuk kebutuhan organisasi. Konsumen organisasi membutuhkan sautu barang untuk menjalankan kegiatan oragnisasi tersebut seperti pabrik roti yang harus membeli terigu dan bahan lainnya untuk membuat roti.[5]

2. Jenis-Jenis Konsumen

Setiap manusia pasti berbeda, begitu pula dengan konsumen, agar dapat memahami konsumen maka harus mengerti terlebih dahulu jenis-jenis konsumen itu sendiri. Jenis-jenis konsumen adalah ebagai berikut[6] :

a. Pelanggan atau konsumen menurut UU Konsumen adalah setiap orng

memakai barang atau jasa yang tersedia di masyarakat baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun mahluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

b. Konsumen *Trend setter*. Tipikal konsumen ini selalu suka akan suatu

[5] Arif Setiawan, "Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Beras Organik ProduksiKabupaten Pringsewu" (Skripsi, Fakultas Pertanian Universitas Lampung, Bandar Lampung,2016) . 13-14.

[6] Irawan dan Wijaya, *Pemasaran Prinsip dan Kasus*, Edisi Kedua, (BPFE, Yogyakarta,1996) . 17-19.

yang baru, dan dia mendefinisikan dirinya untuk menjadi bagian dari gelombang pertama yang memiliki atau memanfaatkan teknlogi terbaru.

c. Konsumen yang mudah dipengarui, terutama oleh konumen tren setter, sehingga disebut sebagai *follower* atau pengikut. Kelompok ini sangat signifian , karena membentuk presentase terbesar, kelompok ini disebut konsumen yang terimbas efek dari konsumen *trend setter*.

d. Konsumen *Value Seeker*, adalah mereka yang memiliki pertimbangan dan pendirian sendiri, kelompok ini jumlahnya ebih besar dari kelompok pertama sehingga patut diberi perhatian khusus. Atau yang disebut *Value Seeker* jenis konsumen ini relatif sulit untuk dipengaruhi karena mereka lebih mendasarkan kebutuhan mereka terhadap alasan-alasan yang rasional.

e. Konsumen pemula, jenis konsimen pemula cirinya adalah pelanggang yang datang banyak bertanya dan konsumen pemula merupakan calon pelanggan dimasa yang akan datang.

f. Konsumen yang loyal pada harga, ini tipikal konsumen pada umumnya.

Loyalitasnya hanya pada harga bukan pada penjual.

3. Perilaku konsumen

Perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan konsumen dalam mencari, menukar, menggunakan, menilai, mengatur barang atau jasa

yang dianggap mampu memuaskan kebutuhan mereka[7]

Nugroho, mendefinisikan perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.[8] Menurut Ujang Sumarwan perilaku konsumen adalah suka menawar, membandingkan produk dan harga, menyukai merek yang trendi, dan konsumen itu raja ingin dihargai. Konsumen memilih kualitas, memilih harga, cenderung mengikuti tren, mengikuti idola, memilih pakaian sesuai usia, mencari informasi tentang produk atau jasa yang akan dibeli, melihat merek, melihat manfaat atau fungsi, dan mengikuti selera.

Dari teori-teori di atas dapat disimpulakan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan yang dilakukan konsumen yang mencari, menukar, menggunakan, menilai, mengatur barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan mereka yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan.

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku konsumen

Menurut kotler dalam buku daryanto setyabudi faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah seperti ditinjukkan pada tabel berikut[9] :

---

[7] Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam* (Bandung: CV. Pustaka

[8] Nugroho J.Setiadi, *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi danPenelitian Pemasaran* (Jakarta: Prenada Media, 2003), 3.

[9] Daryanto dan Ismanto Setyabudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*

Budaya	Sosial	Pribadi	Psikologis
Kultur	Kultul rujukan	Usia	Motivasi
Sub-	Keluarga	Tahap daur hidup	Persepsi
Kelas	Peran dan status	Jabatan	*Learing*
		Keadaan Ekonomi	Keperayaan
		Gaya hidup	Sikap
		Konsep diri	

Hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen membeli dapat ditinjau dalam seuah model. Model tersebut dapat dipakai untuk membantu dalam menerangkan dan memahami perilaku meskipun tidak dapat meramalkan perilaku konsumen secara tepat.

a. Faktor kebudayaan yang terdiri dari :

1) Kebudayaan ini yang merupakan faktor penentu yang sangat dasar dari perilaku konsumen.

2) Sub-budaya,dapat dibedakan menjadi empa jenis yaitu kelompok Nasionalisme, keompok keagamaan, kelompok ras, dan area Geografis.

3) Kelas sosial, yaitu kelompok yang relatif *Homogeny* serta bertahan lama dalam sebuah masyarakat yang telah tersusun secara hirarkhi dan anggota-anggotanya memiliki perilaku, dan motivasi yang hampir sama/serupa.

b. Faktor sosial yang terdiri dari

1) Kelompok referansi, yaitu

(Yogyakarta: Gava Media, 2014) . 83

kelompok uang memiliki pengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap sikap maupun perilaku konsuen

2) Keluarga, ini akan membentuk sebuah referansi yang sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen.

3) Peran dan status, ini akan menentukan posisi seseorang dalam suatu kelompokyang mecerminkan hargadiri menurut masysrakat sektarnya.

c. Faktor pribadi yang terdiri dari:

1) Umur dan tahapan dalam siklus hidup, ini akan menentukan selera seseorang terhadap produk/jasa.

2) Pekerjaan hal ini akan mempengaruhi pola konsumsi seseorang.

3) Keadaan ekonomi, yaitu terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya) tabungan dan hartanya.

4) Gaya hidup, yaitu pola hidup di dunia, yang di ekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapat seeorang. Gaya hidup ini menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang berinterasi dengan lingkungan, di samping itu juga dapat mencerminkan sesuatu di balik kelas sosial misalnya Kepribadian.

5) Kepribadian dan konsep diri,

kepribadian ini adalah karakteristik, psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungannya yang relatif konsisten.

d. Faktor psikologis yang terdiri dari :

1) Motivasi, suatu dorongan yang menekan seseorang sehingga mengarahkan seorang untuk bertidak

2) Persepsi, orang yang sudah mempunya motivasi untuk bertindak akan dipengaruhi persepsinya pada situasi dan kondisi yang sedang dihadapi. Persepsi itu sendiri memiliki arti yaitu suatu proses dimana seseorang memilih, mengorganosasikan, mengartikan masukan informasi unntuk menciptakan suatu gambaran yang berarti.

3) Proses belajar, yaitu perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

4) Kepercayaan dan sikap, kepercaan akan membentuk citra produk dan merek, serta orang akan bertindak berdasarkan citra tersebut. Sedangkan sikap akan mengarahkan seseorang untuk berperilaku yang relatif konsisten terhadap objek-objek yang sama.

Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang ditinjau dari faktor eksternal dan

faktor internal[10]

a. Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor yang meliputi pengaruh keluarga, kelas sosial, kebudayaan, strategi marketing, dan kelompok referensi.

b. Faktor Internal

Faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu motivasi, sikap, gaya hidup, kepribadian, dan belajar.

5. Model perilaku konsumen

Model perilaku konsumen yang dikemukan kotler menerangkan keputusan konsumen dalam pembelian selain dipengaruhi oleh karakteris tik konsumen, dapat juga dipengaruhi rangsangan yang mencaup produk, harga, tempat dan promosi. Variabel-variabel tersebut saling mempengaruhi proses kepurusan pembelian sehingga menghasilkan keputusan pembelian yang didasarkan pada pilihan produk, pilihan merek, pilihan penalu, waktu pembelian, dan jumlah pembelian.[11]

6. Perubahan Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen ditimbulkan oleh adanya interaksi antara faktor - faktor lingkungan dan individu. dalam interaksi tersebut sossosialisasi antara individu mengakibatkan

---

[10] Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013) . 235

[11] Asih Purwanto, "Pengaruh Kualitas Produk Promosi dan Desain Terhadap KeputusanPembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio" (Skripsi, UMS, Surakarta, 2008), 29.

terjadinya transfer dan interaksi perilaku[12]

Teori perilaku konsumen menurut swasta dan handoko adalah sebagai berikut :

a. Teori Ekonomi Mikro

Dalam teori ini mejelaskan bahwa keputusan untuk membeli merupakan hasil perhitungan ekonomis rasional yang sadar. Pembeli individual berusaha mengguanakan barang dan jasa yang memberikan keunaan (kepuasan) paling sesuai dengan selera dan harga-harga relatif.

b. Teori Psikologis

Teori ini mendasarkan diri pada faktor-faktor psiklogis individu yang selalu dipengaruhi oleh kekuatan lingkungan yang merupakan penerapan dari teori bidang psikologis dalam menganalisa perilaku konsumen.

c. Teori Sosiologi

Teori ini lebih menitik beratkan pada hubungan dan pengaruh antara individi-individu yang dikaitkan dengan perilaku merekan jadi lebih mengutamakan perilaku kelompok dari pada perilaku individu.

d. Teori Antropologis

Teori ini sama dengan teori

[12] Besu Daermesta, Swastha dan Handoko T. Hani, *Manajemen pemasaran, AnalisisPerilaku Konsumen*, edisi pertama, cetakan ketiga (Yogyakarta: BPFE, 2000) . 27

sosiologis, teori ini juga menekankan pada tingkah laku pembelian dari suatu kelompok akan tetapi kelompok yang diteliti adalah kelompok masyarakat luas antara lain: kebudayaan (kelompok paling besar), subkultur (Kebudayaan daerah) dan kelas sosial.

7. Perilaku Konsumen Berdasarkan Tujuan

Menurut Tjiptono berdasarkan tujuan pembelian konsumen dapat diklasifikasikan menjadi tujuan pembeliannya adalah untuk memenuhi kebutuhan sendiri sedangkan konsumen organisasional tujuannya untuk keperluan bisnis.[13]

a. Pengenalan Kebutuhan

Proses membeli dimulai dengan pengenalan masalah dimana pembeli mengenali adanya masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan nyata dan keadaan yang diinginkan.

b. Pencarian Informasi

Seorang konsumen yang sudah terkait mungkin mencari lebih banyak informasi tetapi mungkin juga tidak. Bila dorongan konsumen kuat dan produk yang dapat memuaskan ada dalam jangkauan, konsumen kemungkinan akan membelinya bila tidak, konsumen dapat menyimpan kebutuhan dalam ingatan atau melakukan pencarian informasi yang berhubungan

[13] Syafirah, Lisbeth Mananeke, Jopie Jorie Rotinsulu, "Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Holland Bakery Manado". *Jurnal EMBA*, Vol. 5 No. 2 (Juni 2017) . 247.

dengan kebutuhan tersebut.

c. Evaluasi Alternatif

Tahap dari proses keputusan membeli, yaitu ketika konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek alternatif dalam perangkat pilihan. Konsep dasar tertentu membantu menjelaskan proses evaluasi konsumen. Pertama, kita menganggap bahwa setiap konsumen melihat produk sebagai kumpulan atribut produk. Kedua, konsumen akan memberikan tingkat arti penting berbeda terhadap kebutuhan dan keinginan unik masing-masing. Ketiga, konsumen mungkin akan mengembangkan satu himpunan keyakinan merek mengenai dimana posisi setaip merek pada setiap atribut. Keempat, harapan kepuasan produk total konsumen akan bervariasi pada tingkat atribut yang berbeda. Kelima, konsumen sampai pada sikap terhadap merek berbeda lewat beberapa produser evaluasi.Ada konsumen yang menggunakan lebih dari satu prosedur evaluasi, tergantung pada konsumen dan keputusan pembelian.

8. Lingkup Perilaku Konsumen

Studi perilaku konsumen dipusatkan pada pemahaman bagaimana individu mengambil keputusan untuk membelanjakan sejumlah sumber daya yang tersedia (uang, waktu, usaha). Untuk menjelaskan masalah tersebut di atas perlu diketahui:

a. Apa yang mereka beli

b. Mengapa mereka membeli

c. Kapan membelinya

d. Dimana mereka membeli

e. Bagaimana cara mereka membeli

f. Bagaimana mereka menggunakan barang yang dibelinya.

Respons konsumen sebagai variabel psikologis yang merupakan hasil reaksi atas stimulus sangat dipengaruhi stimulus-stimulus dari faktor internal (individu) dan faktor eksternal (lingkungan)[14].

B. Minat Bertransaksi

1. Definisi Minat Bertransaksi

Minat dalam kamus besar bahasa Indonesia yaitu suatu kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu/keinginan.[15] Minat merupakan suatu kecenderungan seorang untuk selalu memperhatikan serta mengingat sesuatu secara terus menerus. Minat ini erat kaitannya dengan perasaan terutama perasaan senang seseorang, sikap senang kepada sesuatu dapat menimbulkan minat.[16] Definisi lain dari minat adalah aspek kejiwaan dan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang

---

[14] Hotman Panjaitan, *Analisis Respon Konsumen melalui Sistem tekonologi Informasi, Kualitas Layanan Citra perguruan Tinggi Swasta di Jawa Timur* (Surabaya: PT. Refka Petra Media, 2013) . 15.

[15]Kamus Besar Bahasa Indonesia (On-Line), tersedia di www.//kbbi.web.id/minat.html

[16]Abdurrahman Zain, *Pengaruh Pengetahuan Santri ....,* .15

menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu.[17]

Menurut Hurlock minat merupakan kecendrungan secara sadar seseorang yang muncul dengan cara tidak begitu saja. minat ini terbentuk melalui pertumbuhan, kematangan berpikir, dan pengalaman.[18] Sedangkan menurut Rahman Shaleh minat merupakan suatu kecendrungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap seseorang, aktivitas serta situasi (objek) dan minat disertai dengan perasaan senang seseorang.[19]Berbagai pengertian tentang minat diatas dapat disimpulkan bahwa Minat adalah sebuah perasaan senang seseorang terhadap sesuatu yang mendorong seseorang untuk melakukan sebuah tindakan dengan tujuan memuaskan kebutuhan. Sedangkan transaksi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan seseorang yang menimbulkan perubahan terhadap kepemilikan harta atau keuangan yang dimiliki baik itu bertambah maupun berkurang. Misalnya seperti jual beli, sewa menyewa, membayar hutang serta membayar berbagai macam biaya untuk memenuhi kebutuhan hidup.[20]

Transaksi yang sesuai dengan prinsip syari'ah apabila telah memenuhi seluruh syarat berikut ini: transaksi yang tidak mengandung unsur kedzaliman, tidak mengandung Riba, tidak membahayakan pihak sendiri atau pihak lain, tidak

---

[17]Hutomo Rusdianto, Chanafi Ibrahim, Pengaruh Produk Bank Syari'ah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati, *Jurnal Ekonomi Syari'ah,* Vol 4 No 1 (Juni 2016), 49

[18]Hadiyati Fitria,Endang Ahmad Yani, Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Minat Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Ekonomi Islam (Studi Kasus: STEI Sebi), *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah,* .105

[19]Ibid

[20]Enang Hidayat, *Tranksaksi Ekonomi* …., .3

ada penipuan (*gharar*), tidak mengandung materi materi yang diharamkan, tidak mengandung unsur judi (*Maysir*).[21] Jadi minat bertransaksi ini merupakan suatu sikap senang (nasabah) terhadap *merec/ brand* tertentu atas dasar faktor kebutuhan dan keinginannya yang dapat menimbulkan perubahan harta/ keuanganya.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Bertransaksi

Minat Bertransaksi diasumsikan sebagai perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.[22] Minat juga dapat timbul pada diri seseorang melalui proses. Dengan adanya perhatian dan interaksi dengan lingkungan maka minat tersebut dapat berkembang. Banyak faktor yang dapat menimbulkan minat seseorang terhadap sesuatu yaitu:

a. .*Faktor Budaya*: kelas budaya, subbudaya, dan sosial sangat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Setiap budaya memiliki sub budaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk anggota mereka. Subbudaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras dan wilayah geografis.

b. *Faktor Sosial*: selain faktor budaya, faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga,

[21]Muhammad, *Manajemen Keuangan ….,* .123

[22]Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen pemasaran*, Edisi 13 jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 2009), .166

serta peran sosial dan status mempengaruhi perilaku pembelian.

c. *Faktor pribadi:* keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Faktor pribadi meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup pembeli, pekerjaan dan keadaan ekonomi, pribadi dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai.[23]

d. *Faktor Keluarga*: keluarga kerap merupakan unit pengembalian keputusan utama tentu saja dengan pola peranan dan fungsi yang kompleks dan bervariasi. Keluarga berhubungan dengan pembelian dan konsumsi karna ada dua alasan, pertama produk yang dibeli oleh konsumen ganda yang bertindak sebagai unit keluarga, kedua saat terjadinya transaksi mungkin dipengaruhi keluarga lainnya.

e. *Faktor Situasi*: merupakan faktor Lingkungan sementara yang menyebabkan suatu situasi dimana perilaku konsumen muncul pada waktu tertentu dan tempat tertentu.[24]

3. Indikator Minat Bertransaksi

Minat Bertransaksi merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian.[25] Proses psikologis dasar memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen benar-benar membuat keputusan pembelian mereka. Menurut Kotller and

---

[23]*Ibid*, .166

[24]Usman Effendi, *Psikologi Konsumen* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), .252

[25]Sayyidatul Maghfiroh, *Pengaruh Religiusitas, Pendapatan* …., .7

Keller Ada lima tahap proses pembelian konsumen, yaitu:[26]

a. Pengenalan Masalah

Proses bertransaksi dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan *internal* atau *eksternal*. Rangsangan *internal* seseorang merupakan salah satu dari kebutuhan normal seseorang seperti rasa lapar, haus, seks, lalu naik ketingkat maksimum dan menjadi dorongan atau kebutuhan bisa timbul dari rangsangan *eksternal*.

b. Pencarian informasi

Pada tingkat berikutnya, seseorang dapat memasuki pencarian informasi aktif. Mencari bahan bacaan, menelpon teman, melakukan kegiatan online, dan mengunjungi toko untuk mempelajari produk tersebut. Sumber informasi utama dimana konsumen dibagi menjadi empat kelompok yaitu:

1) Pribadi: Keluarga, Teman, Tetangga, Rekan.
2) Komersial: iklan, situs web, wiraniaga, penyalur, kemasan, tampilan.
3) Publik: media masa, organisasi pemeringkat konsumen.
4) Eksperimental: penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk.

[26]Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen….,* .184

c. Evaluasi Alternatif

Ada beberapa proses dan sebagian model terbaru melihat konsumen membentuk sebagian besar penilaian secara sadar dan rasional. Evaluasi umumnya mencerminkan keyakinan dan sikap yang memperoleh perilaku pembelian mereka. Keyakinan adalah gambaran pemikiran yang dianut seseorang tentang gambaran sesuatu. Beberapa konsep dasar yang akan membantu kita memahami proses evaluasi: *Pertama* konsumen berusaha memuaskan kebutuhan. *Kedua*, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. *Ketiga*, konsumen melihat masing masing produk sebagai sekelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk menghantarkan manfaat yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan.[27]

d. Keputusan pembelian

Dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi antarmerek dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga mungkin akan membentuk maksud pembelian, konsumen dapat membentuk lima keputusan yaitu: Merek, penyalur, kuantitas, waktu, dan metode pembayaran.

e. Perilaku Pascapembelian

Setelah transaksi dilakukan, konsumen mungkin mengalami konflik dikarnakan melihat fitur mengkhawatirkan tertentu atau mendengar hal-hal menyenangkan tentang merek lain dan

[27]*Ibid*, .185-189

waspada terhadap informasi yang mendukung keputusannya. Konsumen akan membandingkan produk yang dibeli, dengan produk lain. Konsumen juga akan mengalami kepuasan atau ketidakpuasan dalam pembelian produk.[28]

C. Religiusitas

1. Pengertian Religiusitas

Menurut harun nasution pengertian agama berasal dari kata, yaitu: *al- Din, religi (relegere, religare)* dan agama. *Al-Din (semit)* berarti undnag-undang atau hukum. Kemudian dalam bahasa arab, kata ini mengandung arti menguasai, patuh, utang, balasan, kebiasaan. Sedangkan dari kata religi (latin) atau *relegare* berarti mengumpulkan dan membaca. Kemudian *religare* berarti mengikat, adapun kata agama terdiri dari a = tidak; gam = pergi mengandung arti tidak pergi, tetap ditempat atau diwarisi secara turun-temurun.[29]

Religiusitas adalah tingkat dimana seseorang mempunyai komitmen atau setia kepada agamanya. Religiusitas diartikan seberapa kokoh keyakinan, seberapa taat melaksanakan perintah untuk ibadah, seberapa jauh seseorang menjauhi larangan, sebarapa tinggi pengetahuan, dan seberapa dalam penghayatan seseeorang dalam pengamalan agama yang dianutnya.[30]

---

[28]*Ibid*, .190

[29] Nata, Abuddin, *metodologi studi islam,* (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada,2013), 9

[30]Yoiz Shofwa, *Pengaruh Kualitas Produk., 13*

2. Fungsi Religiusitas

Fungsi religiusitas bagi manusia erat kaitannya dengan fungsi agama. Agama merupakan kebutuhan emosional manusia dan merupakan kebutuhan alamiah. Adapun fungsi agama bagi manusia menurut jalaludin agama memiliki beberapa fungsi dalam kehidupan manusia meliputi :

a) Fungsi edukatif

Ajaran agama secara yuridis berfungsi menyuruh dan melarang. Kedua unsur suruhan dan larangan ini mempunyai latar belakang yang mengarah bimbinangan agar pribadi penganutnya menjadi lebih baik dan terbiasa dengan baik menurut menurut ajaran dan agama masing-masing.

b) Fungsi penyelamat

Keselamatan yang diberikan oleh agama yaitu keselamatan dunia dan akhirat, untuk mencapai keselamatan ini, mengajarkan para penganutnya melalui pengenalan kepada masalah sacral berupa keimanan kepada Tuhan.

c) Fungsi Perdamaian

Melalui agama,seseorang yang bersalah atau berdosa dapat mencapai kedamaian batin melalui tuntunan agama. Rasa berdosa dan rasa bersalah akan segera menjadi hilang dari batinya apabila seseorang pelanggar telah menebus dosannya melalui tobat, pensucian atau penebusan dosa.

d) Fungsi pengawasan sosial

Berfungsi sebagai pengawasan sosial secara individu maupun kelompok karena, agama secara instansi merupakan norma bagi pengikutnya, dan agama secara dogmatis mempunyai fungsi kritis yang bersifat profesi (wahyu).

e) Fungsi pemupuk rasa solidaritas

Rasa kesatuan dalam kesatuan iman dan kepercayaan. Rasa kesatuan ini akan membina rasa solidaritas dalam kelompok maupun perorangan.

f) Fungsi Transformatif

Kepribadian seseorang atau kelompk menjadi kehidupan baru sesuai dengan jaran agama yang dianutnya, kehidupan baru yang diterimannya berdasarkan ajaran agama yang dipeluk kadang kala mampu merubah kesetiaannya kepada adat atau norma kehidupan yang dianut yang sebelumnya.

g) Fungsi kreatif

Ajaran agama mendorong dan mengajak para penganutnya untuk bekerja produktif bukan saja untuk kepentingan dirinya sendiri, tetapi juga untuk kepentingan orang lain penganut agama bukan saja disuruh bekerja secara rutin dalam pola yang sama akan tetapi juga untuk melakukan inovasi dan penemuan baru.

h) Fungsi sublimatif

Ajaran agama mengkuduskan segala usaha manusia bukan saja yang bersifat agama ukhrawi, melainkan juga yang

bersifat duniawi. Segala usaha manusia selama tidak bertentangan dengan norma-norma agama, bila dilakukan atas nilai yang tulus, karena untuk Allah merupakan Ibadah.[31]

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa fungsi dari religiusitas adalah sebagai edukati, penyelamat, pengawasan sosial, pemupuk rasa solidaritas, transformative, kreatif serta sublimatif.

3. Dimensi Religiusitas.

Menurut Glock dan Strak mengatakan bahwa terdapat lima dimensi dalam religiusitas, yaitu:[32]

a) Dimensi Keyakinan (ideologis)

Dimensi keyakinan adalah tingkatan sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang dogmatik dalam agama nya, misalnya kepercayaan kepada tuhan, malaikat, surge dan neraka. Pada dasarnya setiap agama juga menginginkan unsur ketaatan bagi setiap pengikutnya. Adapun dalam agama yang dianut oleh seseorang maka yang terpenting adalah kemauan untuk mematuhi aturan yang berlaku dalam ajaran sebuah agama yang dianutnya. Jadi dimensi keyakinan lebih bersifat doktriner yang harus di taati oleh penganut agama. Dengan sendirinya dimensi keyakinan ini menuntut dilakukan

---

[31] Adinda Padmaninggar, *Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Jumlah Uang Saku terhadap minat Mahasiswa Menabung di Bank Umum syariah*. (Malang: Skripsi Universitas Brawijaya, 2016) , 38-29

[32] Djamaludin Ancok dan Fuad Nasori Suroso, Cetakan VIII, *psikologi islam: solusi islam atas problem-problem psikologi,* (Yogyakarta: Pusat Pelajar, 2011), 77-78

praktek-praktek peribadatan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

b) Dimensi praktek agama (ritualistik)

Dimensi praktek agama yaitu tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya. Unsur yang ada dalam dimensi ini mencakup pemujaan, ketaatan, serta hal-hal yang lebih menunjukkan komitmen seseorang dalam agama yang dianutnya. Wujud dari dimensi ini adalah perilaku masyarakat pengikut agama yang dianutnya. Wujud dari dimensi ini adalah perilaku masyarakat pengikut agama tertentu dalam menjalankan ritus-ritus yang berkaitan dengan agama. Dimensi praktek dalam agama islam dapat dilakukan dengan menjalankan ibadah shalat, puasa, zakat haji ataupun praktek muamalah lainnya.

c) Dimensi pengalaman (eksperiensial)

Dimensi pengalaman adalah perasaan-perasaan atau pengalaman yang pernah dialami dan dirasakan. Misalnya merasa dekat dengan tuhan, merasa takut berdosa, merasa doanya dikabulkan, diselamatkan oleh tuhan, dan sebagainya.

d) Dimensi pengetahuan agama (intelektual)

Dimensi praktek agama yaitu tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban-kewajiban ritual dalam agama nya. Unsur yang ada dalam dimensi ini mencakup pemujaan, ketaatan, serta hal-hal yang menunjukan komitmen seseorang dalam agama yang dianutnya.

e) Dimensi pengamalan (konsekuensi)

Yaitu dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya dalam kehidupan sosial.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa religius merupakan sistem yang kompleks yang terdiri dari kepercayaan dan keyakinan yang tercermin dalam sikap. Dalam hal ini ditunjukan pada bentuk kegiatan menabung, anggapan mereka bahwa menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh agama, karena dengan menabung berarti mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak di inginkan.

4. Faktor-faktor yang mempengaruhi religiusitas

Faktor-faktor yang mempengaruhi sikap keagamaan menjadi empat macam yaitu :

a. Pengaruh pendidikan atau pengajaran

Berbagai tekanan sosial, factor ini mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan keagaam itu, termasuk pendidikan dari orang tua, tradisi-tradisi sosial, tekanan dari lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakatioleh lingkungan itu.

b. Factor pengalaman

Berbagai jenis pengalaman yang membentuk sikap keagamaan. Terutama pengalaman mengenai keindahan, konflik moral dan pengalaman emosional keagamaan. Factor ini umumnyaberupa

pengalaman pengalaman spiritual yang secara cepat dapat mempengaruhi perilaku individu.

c. Factor kehidupan

Secara garis besar dapat menjadi empat, yaitu, kebutuhan akan keamanan, kebutuhan, akan kasih cinta, kebutuhan untuk memperoleh harga diri, dan kebutuhan yang timbul karena adanya ancaman kematian.

d. Factor internal

Berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa setiap individu berbeda-beda tingkat religiusitasnya dan dipengaruhi oleh dua macam factor secara garis besarnya yaitu internal dan eksternal. Faktor internal yang dapat mempengaruhi religiusitas seperti adanya pengalaman-pengalaman emosional keagamaan, kebutuhan individu yang mendesak untuk dipenuhi seperti kebutuhan akan rasa aman, harga diri, cinta kasih dan sebagainnya.sedangkan pengaruh eksternalnnya sperti pendidikan formal, pendidikan agama dalam keluarga, tradisi-tradisi sosial yang berlandaskan nilai-nilai keagamaan, tekanan-tekanan lingkungan sosial dalam kehidupan individu. [33]

Dari berbagai teori tentang religusitas yang telah diuraikan penelitian ini akan menggunakan acuan teori dari C.Y Glock dan R. Stark bahwa

[33] Sayyidatul Maghfiroh. Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di Bank Syariah pada Santri Mahasiswi Darush Shalihat. (Yogyakarta: Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, 2018), 24-25

terdapat lima dimensi dalam religiusitas, yaitu ideology, intelektual, ritualis, pengalaman keagamaan, dan konsekuensi perilaku.

5. Indikator Religiusitas

1. Keyakinan
2. Praktek agama
3. Pengalaman
4. Pengetahuan agama dan pengamalan

D. *Edukasi*

1. Pengertian edukasi

Edukasi berasal dari kata educate (mendidik) artinya memberi peningkatan (*to elicit, to give rise to*), dan mengembangkan (*to evolve, to develop*). Menurut McLeod dalam arti yang sempit edukasi atau pendidikan berarti perbuatan atau proses perbuatan untuk memperoleh pengetahuan.[34] Edukasi di dalam kamus bahasa Indonesia adalah pendidikan dalam arti luas dapat diartikan sebagai sebuah proses dengan metode-metode tertentu sehingga orang memperoleh pengetahuan dan pemahaman, dan cara bertingkah laku yang sesuai dengan kebutuhan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia edukasi adalah proses pembelajaran yang bertujuan untuk mengembanagkan potensi diri pada peserta didik dan mewujudkan proses pembelajaran yang lebih baik, edukasi ini bertujuan untuk mengembangkan kepribadian, kecerdasan, dan mendidik peserta untuk memiliki

[34] McLeod dalam buku Muhibbin Syah, Psikologi Pendidikan: Dengan Pendekatan Baru, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 10

akhlak mulia, mampu mengendalikan diri dan memiliki keterampilan.[35]

Menurut Bambang Waluyo Dalam cetak biru BI Edukasi atau pendidikan masyarakat dalam bidang Perbankan adalah edukasi yang dilakukan pada intinya merupakan pemberian informasi dan pemahaman kepada masyarakat mengenai fungsi dan kegiatan usaha Bank, serta produk dan jasa yang ditawarkan Bank kepada nasabah.[36]

Edukasi terkait kemanfaatan produk jasa perbankan syariah yang dilakukan oleh bank syariah dapat diartikan sebagai tingkat tercapainya tujuan yang ingin dicapai dengan adanya upaya yang dilakukan oleh bank syariah di wilayah kerja. Suatu upaya dikatakan efektif apabila tujuan yang ingin dicapai (dengan adanya upaya yang dilakukan) maka tujuan tersebut dapat terwujud. Tujuan dari sosialisasi dan edukasi yang dilakukan oleh bank syariah adalah melaksanakan *Grand strategy* perkembangan ankan syariah sehingga mewujudkan masyarakat Indonesia yang bebas Riba. Salah satu parameter keefektifan sosialisasi dan edukasi yang telah dilakukan adalah terbentuknya pemahaman yang baik di masyarakat untuk menggunakan produk dan jasa layan bank syariah. [37]

---

[35] Hasan Alwi, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Bandung: Balai Pustaka:2012), 232

[36] Bambang Wuluyo, at., al, Sosialisasi dan Edukasi Publik Perbankan Syariah di Indonesia, dalam Account Akuntansi Keuangan dan Perbankan, vol. I, 43

[37] Astika Nurul Hidayah, " Perbankan Syariah dalam sosialisasi dan edukasi masyarakat tentang kemanfaatan produk dan jasa perbankan syariah". *Jurnal Kosmik Hukum*, Vol. 16No. 1 (Januari 2016), 83

2. Segmentasi Konsumen Bank Syariah

Riset pengembangan pasar yang dilakukan oleh BI bersama menghasilkan pemetaan yang berdasarkan segmentasi konsumen sebagai berikut :[38]

a. *Syariah Loyalis* yaitu segmen pokoknya syariah yang dalam kondisi apapun akan menggunakan bank syariah.

b. *Follower*, yaitu segmen ikut-ikutan yang akan meng- gunakan bank syariah jika orang lain menggunakannya.

c. *Functional Benefit*, yaitu segmen yang akan meng- gunakan bank syariah, ataupun bank konvensional tergantung fungsi atau kegunaan.

d. *Obligatory*, yaitu segmen yang terpaksa menggunakan jasa perbankan syariah karena sesuatu hal misalnya menerima gaji atau pembayaran transaksi harus melalui bank syariah.

e. *Essentially Conventional*, yaitu segmen pokoknya konvensional yang dalam kondisi apapun hanya meng- gunakan bank konvensional.

3. Metode edukasi

Berdasarkan pendekatan sasaran yang ingin dicapai, penggolongan metode edukasi yaitu[39]:

---

[38] Bambang Waluyo, Sylvia Rozza, dan Sujarwo, *Model Edukasi Berdasarkan Segmentasi Konsumen Untuk Membangun Minat Masyarakat Pada Perbankan Syariah*, Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora Vol. 20, No. 3, Nopember 2018: 261

[39] S. Notoatmodjo, *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012),. 34

a Metode berdasarkan pendekatan perorangan

Metode ini bersifat individual dan biasanya digunakan untuk membina perilaku baru, atau membina seseorang yang mulai tertarik pada suatu perubahan perilaku atau inovasi. Dasar digunakannya pendekatan individual ini karena setiap orang mempunyai masalah atau alasan yang berbeda-beda sehubungan dengan penerimaan atau perilaku baru tersebut. Ada 2 bentuk pendekatannya yaitu[40]

1) Bimbingan dan penyuluhan

2) Wawancara

b. Metode berdasarkan pendekatan kelompok

Penyuluhan berhubungan dengan sasaran secara kelompok. Dalam penyampaian edukasi dengan metode ini kita perlu mempertimbangkan besarnya kelompok sasaran serta tingkat pendidikan formal dari sasaran. Berdasarkan metode dan banyaknya peserta, edukasi kelompok dibagi menjadi dua kelompok yaitu kelompok besar dan kelompok kecil.[41]

Kelompok besar yaitu suatu kelompok yang jumlah pesertanya lebih dari 15 orang. Metode yang baik dalam kelompok ini adalah ceramah dan seminar. Sedangkan Kelompok kecil merupakan suatu metode dalam edukasi kesehatan dengan jumlah peserta kurang dari 15 orang. Di dalam

[40] S. Notoatmodjo, *Promosi Kesehatan*, . 34
[41] S. Notoatmodjo, *Promosi Kesehatan dan*, h. 45

kelompok kecil terdapat beberapa metode yang bisa dilakukan yaitu diskusi kelompok, bermain peran dan permainan simulasi.

c. Metode berdasarkan pendekatan massa

Metode pendekatan massa ini cocok untuk mengkomunikasikan nilai-nilai perbankan yang akan ditujukan kepada masyarakat. Sehingga sasaran dari metode ini bersifat umum, dalam arti tidak membedakan golongan umur, jenis kelamin, ekonomi, tingan pendidikan dan sebagainya.[42]

d. Faktor Yang Mempengaruhi Pemberian Edukasi

Beberapa faktor yang perlu diperhatikan agar pemberian edukasi dapat mencapai sasaran yaitu:[43]

1) Tingkat pendidikan

Pendidikan dapat mempengaruhi cara pandang seseorang terhadap informasi baru yang diterimanya. Maka dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikannya, semakin mudah seseorang menerima informasi yang didapatnya.

2) Tingkat sosial ekonomi

Semakin tinggi tingkat sosial seseorang, semakin mudah pula dalam menerima informasi baru.

---

[42] *ibid* 45

[43] Widyawati, *Pendidikan dan Promosi Kesehatan Untuk Mahasiswa Keperawatan*, (Medan: BSM, 2020), . 89

3) Adat istiadat

Masyarakat kita sangat menghargai dan menganggap adat istiadat sebagai sesuatu yang tidak boleh diabaikan.

4) Kepercayaan masyarakat

Masyarakat lebih memperhatikan informasi yang disampaikan oleh orang-orang yang sudah kenal, karena sudah ada kepercayaan masyarakat dalam penyuluhan.

5) Ketersediaan waktu dimasyarakat

Waktu penyampaian informasi harus memperhatikan tingkat aktifitas masyarakat untuk menjamin tingkat kehadiran masyarakat kedalam penyuluhan.

4. indikator edukasi[44]

a. pengajaran

b pendidikan

c. bimbingan

d. pelatihan

e. kualitas

E. Minat Menabung

1. Pengertian Minat

Minat (*interest*) adalah suatu sikap yang berlangsung terus mnerus yang memolakan suatu

[44] Hasbullah, dasar dasar ilmu pendidikan , (Bandung: Balai Pustaka:2012), 232

perhatian seseorang, sehingga membuat dirinya jadi selektif terhadap objek minatnya, perasaan yang menyatakan bahwa satu aktivitas, pekerjaan atau objek itu berharga atau berarti bagi individu dan suatu keadaan motivasi, atau set motivasi, yang menuntun tingkah laku yang menuju satu arah (sasaran) tertentu . [45]

Pengertian lain dari minat yaitu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau semakin dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya.[46]

Crow and Crow mengatakan bahwa minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. Rumusan lain dikemukakan Syaiful Bahri Djamarah, minat adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas. [47]

Bank syariah menerima pembukaan rekening untuk menghimpun dana dari masyarakat salah satunya dengan menerima tabungan. Tabungan adalah simpanan yang pada penarikannya hanya dapat dilakukan syarat tertentu yang telah disepakati, namun tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu, awal nya perbankan hanya dikenal sebagian kecil

---

[45] Chaplin, J.P, *Kamus Psikologi Lengkap*, (Jakarta : PT Raja Grafindo, 2008), 15

[46] Saiful Bahri, *Psikologi belajar* , (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002), 133

[47] *Ibid, 134*

masyarakat akan tetapi dengan terus berkembang nya perbankan syariah sekarang sudah banyak masyarakat di pelosok desa yang sudah mengenal perbankan syariah.[48]

Bank syariah sama dengan bank konvensional dalam hal penghimpunan dana, pendanaan dan penyediaan jasa perbankan lainnya. Namun, dalam prakteknya perbedaan antara bank syariah dan konvensional adalah menerapkan prinsip syariah yang melarang riba, gharar, maysir dan pembiayaan yang dilarang oleh hukum Islam (penjualan senjata, penjualan narkotika, alkohol, dan lain- lain). Penyaluran dana pada bank syariah dilakukan dengan menggunakan prinsip jual beli, sewa guna usaha dan juga bagi hasil. Selain memperoleh pendapatan dari kegiatan intermediasi, baik bank syariah maupun konvensional juga mendapatkan pendapatan tambahan melalui penyediaan jasa keuangan seperti uang antar bank, transfer, pembayaran tagihan, safety deposit box dan layanan lainnya. Diversifikasi pendapatan yang baik dilakukan oleh bank, baik syariah maupun konvensional sangat bermanfaat untuk meningkatkan profitabilitas bank, menambah jumlah nasabah dan juga mengurangi dampak kredit macet. Karena banyaknya keterbatasan bank syariah dalam hal penyaluran dana, maka bank syariah akan mencari alternatif lain untuk meningkatkan profitabilitas.[49]

---

[48] Sayyidatul Maghfiroh, pengaruh religiusitas, pendapatan dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di Perbankan Syariah (studi kasus santri pesantren mahasiswi santri Darus Shalihat), Universitas Negri Yogyakarta:2018, 3

[49] Wahid ahmad dan robin H lou, *jurnal perbndingan perbankan dieropa, bank syraiah versus konvesional vol 11*

2. Dasar Hukum Minat Menabung

أَيَوَدُّ أَحَدُكُمْ أَن تَكُونَ لَهُۥ جَنَّةٌ مِّن نَّخِيلٍ وَأَعْنَابٍ تَجْرِي مِن تَحْتِهَا ٱلْأَنْهَٰرُ لَهُۥ فِيهَا مِن كُلِّ ٱلثَّمَرَٰتِ وَأَصَابَهُ ٱلْكِبَرُ وَلَهُۥ ذُرِّيَّةٌ ضُعَفَآءُ فَأَصَابَهَآ إِعْصَارٌ فِيهِ نَارٌ فَٱحْتَرَقَتْ ۗ كَذَٰلِكَ يُبَيِّنُ ٱللَّهُ لَكُمُ ٱلْأٓيَٰتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ ٢٦٦

Artinya : *Apakah ada salah seorang di antaramu yang ingin mempunyai kebun kurma dan anggur yang mengalir di bawahnya sungai-sungai; Dia mempunyai dalam kebun itu segala macam buah-buahan, kemudian datanglah masa tua pada orang itu sedang Dia mempunyai keturunan yang masih kecil-kecil. Maka kebun itu ditiup angin keras yang mengandung api, lalu terbakarlah. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepada kamu supaya kamu memikirkannya.*

3. Macam-macam minat

Menurut Rahman ada tiga macam minat, yaitu berdasarkan timbulnya, arahmnya dan cara mengungkapkannya,

a) Berdasarkan timbulnya

Ada dua macam minat yaitu, minat primitive merupakan minat yang akan timbul karena biologis pada jaringan tubuh. Minat kultur yaitu minat yang timbul karena proses belajar.

b) Berdasarkan arahnya

Dibedakan menjadi dua yaitu, minat intrinsik yang berhubungan dengan aktivitas langsung itu sendiri. Minat ekstrinsik yaitu

minat berdasarkan tujuan akhir dari sebuah kegiatan tersebut.

c) Berdasarkan cara mengungkapkannya

Dibedakan menjadi empat bagian, minat yang diungkapkan berdasarkan kenyataan kegiatan apakah suka atau tidak dengan kegiatan tersebut, kedua, minat yang diungkapkan melihat langsung hal yang dilihat. Ketiga, minat yang dikatakan berdasarkan hasil objektif.Keempat, minat yang diungkapkan berdasarkan alat yang sudah distandarisasikan.

Disimpulkan bahwa minat tersebut juga tergantung pada diri seseorang. Bagaimana menyikapi akan kebutuhan dan keinginan pada suatu hal. Dari situ mereka akan bertindak sesuai kebutuhan yang mana yang akan dipenuhi.

4. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat.

a). Faktor Internal

Faktor dari dalam ini mengarah pada kebutuhan yang timbul dari individu, dorongan dari diri sendiri untuk memenuhi kebutuhan dengan rasa ingin tahu dan tertarik untuk memenuhi.

b). Faktor Motif Sosial

Factor motif sosial ini factor yang menyesuaikan diri dengan lingkungan supaya dapat diterima dan diakui oleh lingkungan sekitar, atau aktivitas untuk memenuhi kebutuhan sosial.

c). Faktor emosional atau perasaan

Factor ini berhubungan erat dengan perasaan, emosi, dengan adanya hubungan tersebut minat dapat mendorong keinginan seseorang dengan senang yang sudah ada tetapi jika gagal maka akan mengurangi minat seseorang. [50]

F. santri

Istilah santri sebenarnya memiliki dua pengertian. *Pertama*, adalah santri yang berpengertian orang muslim shaleh yang memeluk agama Islam dengan sungguh-sungguh dan dengan teliti menjalankan perintah- perintah agama Islam sebagaimana yang diketahuinya, sambil membersihkan *aqidah* (keyakinan)-nya dari syirik (mensekutukan Tuhan) yang terdapat di daerahnya. Dalam pengertian ini, santri dibedakan secara kontras dengan mereka yang disebut kelompok, yakni mereka yang lebih dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya Jawa pra- Islam, khususnya yang berasal dari mistisisme Hindu dan Budha. *Kedua*, santri adalah siswa yang belajar di pesantren. Atau mereka yang tengah menuntut ilmu di pesantren.[51]

1. Jenis-Jenis Santri

Para santri pada umumnya jenisnya dibagi menjadi dua, yakni santri *mukim* dan santri *kalong.*

a. Santri *Mukim*

Santri *mukim* adalah para santri yang berdatangan dari tempat-tempat yang jauh, yang tidak memungkinkan mereka untuk pulang ke rumahnya, maka mereka tinggal

[50] *Ibid, 140*
[51] Hariadi, *Evolusi Pesantren*, (Yogyakarta: LkiS, 2015), 24

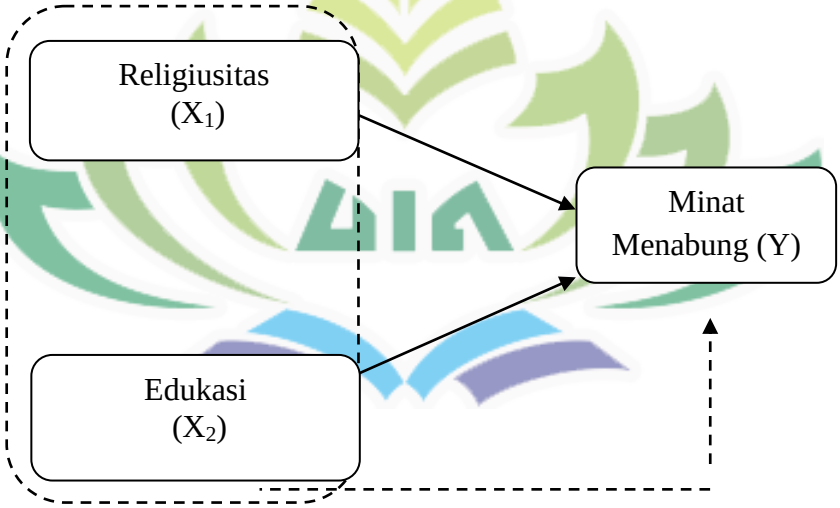
(mondok) di pesantren.

b. Santri*Kalong*

Santri kalong adalah para santri yang berasal dari desa-desa disekeliling pesantren, yang biasanya tidak menetap di pesantren. Dalam mengikuti pelajaran di pesantren mereka bolak-balik (pulang-pergi) dari rumahnya sendiri.

K. Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini seperti gambar 1.2. sebagai berikut :



Gambar 2.1

Kerangka Berpikir

Keterangan :

Uji Parsial = ————————

Uji Simultan = - - - - - - - - - - - - - - -

Kerangka pemikiran pada gambar 1.2. menunjukan keterkaitan antara variabel bebas yaitu Religiusitas (X_1), Edukasi (X_2), dengan variabel terikat yaitu Minat Menabung (Y) sebagai variabel dependen pada Perbankan Syari'ah.

L. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatan sementara karena jawaban syang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakata-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis, juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.[52].

1. Pengaruh religiusitas terhadap minat menabung di perbankan syriah

Religiusitas merupakan kumpulan cara mengabdi kepada sang pencipta, dan semua ajaran agama itu sangat mengikat bagi manusia yang yang terkumpul dalam kitab suci yang harus dibaca.[53]

Penelitian yang dilakukan oleh Fitria nurma sari dan Moch khoirul anwar dengan judul "pengaruh tingkat religiusitas santri pondok pesantren Darussalam Kediri terhadap minat menabung diperbankan syariah". Hasil penelitian nya menunjukan bahwa tingkat religiusitas

[52]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitati Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabet, 2014) , 64

[53] Dedi supriyadi,Mustofa hasan, Filsafat , 10

berpengaruh terhadap keputusan menabung diperbankan syariah.[54]

Ho_1 : Religiusitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Perbankan Syariah.

Ha_1: Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Perbankan Syariah

2. Pengaruh Edukasi terhadap minat menabung di Perbankan Syariah

Edukasi di dalam kamus bahasa Indonesia adalah pendidikan dalam arti luas dapat diartikan sebagai sebuah proses dengan metode-metode tertentu sehingga orang memperoleh pengetahuan dan pemahaman, dan cara bertingkah laku yang sesuai dengan kebutuhan.[55]

Sulastri, meneliti mengenai ”Pengaruh Edukasi, Komitmen Keislaman, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan”.[56] Hasil penelitian edukasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung diperbankan syariah.

Ho_1 : Edukasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Perbankan Syariah.

---

[54] Fitria Nurma Sari, Moch Khoirul Anwar,”*Pengaruh Tingkat Religiusitas Santri pondok pesangren Darussalam kediri terhadap minat menabung di perbankan syariah”* 1 januari 2018., 33-34

[55] Hasan Alwi, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Bandung: Balai Pustaka:2012), 232

[56] Sulastri, “*pengaruh edukasi, komitmen keislaman, dan pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di pt bank muamalat indonesia cabang medan”,* (Tesis program gelar pascasarjana, Medan,2017), 116

Ha_1: Edukasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Perbankan Syariah.

DAFTAR RUJUKAN

Sumber Buku :

Abdurrahman Zain, ”pengaruh pengetahuan santri tentang perbankan syariah terhadap minat memilih produk bank syariah”,(skripsi program gelar sarjana perbankan syariah, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta,2017)

Abdurrahman Zain, *Pengaruh Pengetahuan Santri …*

Adinda Padmaninggar, *Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Jumlah Uang Saku terhadap minat Mahasiswa Menabung di Bank Umum syariah*. (Malang: Skripsi Universitas Brawijaya, 2016)

Adiwarman A.Karim, “Bank Islam (*analisis fiqih dan keuangan*), (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006)

Andri Soemitra, “*Bank dan Lembaga Keuangan Syari’ah”*, (Jakarta: Kencana,cetakan ke-6,2016)

Bambang waluyo, at, al, sosialisasi dan edukasi public perbankan syariah Indonesia dalam account akuntansi keuangan perbankan syariah vol.

Cas E Carl, Fair C Ray, case fair: *prinsip-prinsip ekonomi edisi kedelapan*, (Jakarta: Erlangga,2007),

Chaplin, J.P, *Kamus Psikologi Lengkap*, (Jakarta : PT Raja Grafindo, 2008)

Dedi Supriyadi, Mustofa Hasan, "*Filsafat*

Departemen pendidikan Nasional,*Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pusat Bahasa Edisi keempat,*(Jakarta: PT.Gramedia Utama,2011)

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an*

Djamaludin Ancok dan Fuad Nasori Suroso, Cetakan VIII, *psikologi islam: solusi islam atas problem-problem psikologi,* (Yogyakarta: Pusat Pelajar, 2011)

Fitria Nurma Sari, Moch Khoirul Anwar,"*Pengaruh Tingkat Religiusitas Santri pondok pesangren Darussalam kediri terhadap minat menabung di perbankan syariah"*

Hasan Alwi, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Bandung: Balai Pustaka:2012)

Husein Umar, *Metode Penelitian.*

Ismail, *perbankan syari'ah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group,2011)

Kamus Besar Bahasa Indonesia, http://kbbi.web.id/tabung. Diunduh pada Kamis, 5 september 2019

Kasmadi, Nia Siti Sunariah, "*Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*", (Bandung; Alfabeta, 2013)

Kasmir, "*Pemasaran Bank*", (Jakarta: kencana, 2010)

McLeod dalam buku Muhibbin Syah, Psikologi Pendidikan: Dengan Pendekatan Baru, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010)

Muhamad, *Manajemen dana*

Muhammad, "*Manajemen Keuangan Syari'ah*", (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014)

Musthafiyah Azzahra, *Pengaruh Pengetahuan dan Disposable Income Terhadap Preferensi Menabung di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai variabel Moderasi (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga)*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga,2016

Nanang Martono, *Metode Penelitian*

Nata, abuddin *metodologi studi islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2013)

Ojk.go.id (diakses pada tanggal 05 september 2021 pkl. 14.00)

Paul A. Samuelson, William D. Nordhaus, *Ekonomi* (Jakarta: Erlangga,1997)

Pengelolaan keuangan modul pelatihan (grup pengembangan keuangan inklusif departemen pengembangan akses keuangan dan UMKM Bank Indonesia) diakses dari: pengertian menabung site:bi.go.id di unduh pada kamis, 5 september 2019

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen pemasaran*, Edisi 13 jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 2009)

Rahardja, p dan Manurung M, *Teoriekonomi makro edisi 4*, (Jakarta: fakulstas ekonomi Universitas Indonesia,2008)

S. Notoatmodjo, *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012),.

Saiful Bahri, *Psikologi belajar* , (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002)

Sayyidatul Maghfiroh, pengaruh religiusitas, pendapatan dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di Perbankan Syariah (studi kasus santri pesantren mahasiswi santri Darus Shalihat), Universitas Negri Yogyakarta:2018

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitati Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabet, 2014)

Sulastri, "*pengaruh edukasi, komitmen keislaman, dan pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di pt bank muamalat indonesia cabang medan",* (Tesis program gelar pascasarjana, Medan,2017)

Undang-Undang No.10 tahun 1998 Tentang perbankan syariah.

Wangsawidjaja, "*Pembiayaan Bank Syariah*", (Jakarta: PT.Gramedia: 2012)

Zainul Arifin, "*Dasar-Dasar Manajemen Bank Syari'ah*", (Jakarta: Azkia Publisher, 2009)

Sumber Jurnal :

Astika Nurul Hidayah, " Perbankan Syariah dalam sosialisasi dan edukasi masyarakat tentang kemanfaatan produk dan jasa perbankan syariah". *Jurnal Kosmik Hukum*, Vol. 16No. 1 (Januari 2016)

Baginda Persaulian, et.al, *Analisis konsumsi Masyarakat Di Indonesia,* Jurnal Kajian ekonomi, Januari 2013,vol. I,No 02,

Bambang Waluyo, Sylvia Rozza, dan Sujarwo, *Model Edukasi Berdasarkan Segmentasi Konsumen Untuk Membangun Minat Masyarakat Pada Perbankan Syariah*, Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora Vol. 20, No. 3, Nopember 2018

Hutomo Rusdianto, Chanafi Ibrahim, Pengaruh Produk Bank Syari'ah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati, *Jurnal Ekonomi Syari'ah,* Vol 4 No 1 (Juni 2016)

Hesti Mayasari, Nurlina,Elly Wardiningsih, "*pengaruh motivasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di bank sinarmas syariah padang",* jurnal manajemen dan kewirausahaan,volume 8, nomor 2 mei 2017

Muhammad Fauzi Amiruddin, "Psikografis dan Religiusitas dalam Bertransaksi Pada BNI Syariah Makassar", *Journal of Islamic Economics*, Vol.3, No.1, (2018)

Ruslan Abdul Ghofur, Kontruksi Akad Dalam Pengembangan Produk Perbankan Syari'ah Di Indonesia, *Al-'Adalah* Vol. XII, No.3, Juni 2015

Yulia putri, ani sholihat, Rani rahmayani, "Strategi meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas", " Jurnal Universitas Bina Sarana Informatika, vol.16 No. 01 maret 2019

Wawan cara :

Kepada bapak mahruf selaku pimpinan pondok pesantren Darussalam pada tanggal 3 september 2021

Kepada bapak Saiful Bahri S.H selaku kepala Ma Darussalam pada tanggal 4 september 2021

Kepada Santri Ferman ferdaus dan Diki Damara Ma Darussalam pada tanggal 6 september 2021