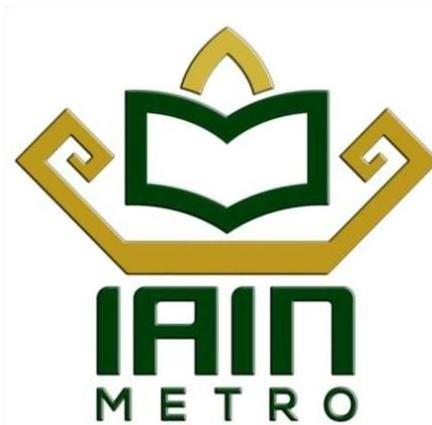


SKRIPSI

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN PROMOSI TERHADAP
MINAT MENGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH
(Studi Kasus Pada Pedagang di Iringmulyo Kota Metro)**

Oleh:

**AULIA NABILA
NPM. 1704100199**



**Jurusan S1-Perbankan Syari'ah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1443 H / 2022 M**

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN PROMOSI TERHADAP
MINAT MENGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH
(Studi Kasus Pada Pedagang di Iringmulyo Kota Metro)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

AULIA NABILA
NPM. 1704100199

Pembimbing: Zumaroh, M.E.Sy

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1443 H / 2022 M**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH PENGETAUHUAN DAN PROMOSI TERHADAP
MINAT MENGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH (Studi
Kasus Pada Pedagang di Iringmulyo Kota Metro)
Nama : Ailia Nabila
NPM : 1704100199
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Institut Agama Islam Negeri Metro.

Metro, Mei 2022

Dosen Pembimbing,



Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS SYARIAH

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id;
e-mail: febi.iaain@metrouniv.ac.id

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : Pengajuan Permohonan untuk di Munaqosyah

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Syariah
IAIN Metro
Di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Ailia Nabila
NPM : 1704100199
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : PENGARUH PENGETAUHUAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH (Studi Kasus Pada Pedagang di Iringmulyo Kota Metro)

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk dimunaqosyah. Demikian harapan kami dan atau penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Metro, Mei 2022

Dosen Pembimbing,

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : iaimetro@metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-2604/An.20.3/D/PP.00.9/07/2022

Skripsi dengan judul PENGARUH PENGETAHUAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA PEDAGANG DI IRINGMULYO KOTA METRO). Disusun oleh : Aulia Nabila NPM. 1704100199 Jurusan : Perbankan Syariah. Telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal : Rabu/ 22 Juni 2022.

TIM PENGUJI :

Ketua / Moderator : Zumaroh, M.E.Sy

(.....

.....)

Penguji 1 : Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H

(.....

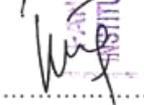
.....)

Penguji 2 : Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy

(.....

.....)

Sekretaris : Witantri Dwi Swandini, M.Ak

(.....

.....)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. M. Jalil M. Hum

NIP. 19620812 199803 1 001

ABSTRAK

PENGARUH PENGETAHUAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH (Studi Kasus Pada Pedagang di Iringmulyo Kota Metro)

**Oleh:
AULIA NABILA**

Pengetahuan dan promosi merupakan strategi yang digunakan bank syariah untuk menarik minat masyarakat. baik pengetahuan maupun promosi sama-sama memiliki potensi untuk mempengaruhi minat masyarakat, semakin baik pengetahuan dan promosi yang diterima oleh masyarakat maka akan semakin tinggi minat yang muncul untuk menggunakan produk bank syariah. Pedagang merupakan potensi besar dalam memajukan perkembangan bank syariah saat ini. Dalam penelitian yang dilakukan ini diketahui bahwa pedagang sudah memiliki minat untuk menggunakan produk bank syariah, meskipun masih ada pedagang yang belum tertarik terhadap bank syariah dan masih menggunakan produk dari bank konvensional.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat pedagang Iringmulyo Kota Metro untuk menggunakan produk bank syariah. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif kualitatif. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan metode wawancara dan dokumentasi. Sumber data primer pada penelitian ini menggunakan teknik sampling acak (*simple random sampling*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terbentuknya minat pedagang untuk menggunakan produk bank syariah dipengaruhi oleh tiga indikator yaitu indikator konasi (mengetahui), indikator emosi (perasaan), dan indikator kognisi (kehendak). Indikator konasi (mengetahui) lebih berpengaruh terhadap minat pedagang untuk menggunakan produk bank syariah.

Kata Kunci: *Pengetahuan, Promosi, Minat, Produk Bank Syariah.*

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AULIA NABILA
NPM : 1704100199
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Juni 2022
Yang Menyatakan,



Aulia Nabila
NPM. 1704100199

MOTTO

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ٥٨﴾
(سورة النساء, ٥٨)

Artinya: “Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum diantara manusia hendaknya kamu menetapkan dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah maha mendengar, maha melihat”(Q.S An-Nisa: 58)

PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas diucapkan selain kata syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kemudahan, dan kecukupan dalam menyelesaikan karya tulis ini. Peneliti persembahkan tugas akhir ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih yang tulus kepada

1. Kedua orang tua ayah Bambang Hermansyah dan mama Rosniati yang selalu mendoakan, memberikan semangat dan motivasi, serta selalu memberikan dukungan penuh kepada peneliti baik dalam bentuk moril maupun materil. Semoga ayah dan mama selalu dalam lindungan Allah SWT dan terimakasih selalu berusaha menjadi orang tua terbaik bagi anak-anaknya.
2. Saudara-saudaraku M. Reza Alghifari, Arinas Ratsya Haq, Khaira Mahlika Indira, Gilbrani Abqari Ahza terimakasih atas semangat, dukungan, dan keceriaan yang selalu diberikan terlebih pada saat proses penyelesaian tugas akhir ini.
3. Ibu Zumaroh, M.E.,Sy selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, kritikan, serta masukan yang membangun dalam proses pengerjaan tugas akhir, sehingga pada akhirnya terselesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir peneliti.
4. Almamater IAIN Metro.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E). Dalam upaya penyelesaian tugas akhir ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag, PIA, selaku Rektor IAIN Metro.
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Muhammad Ryan Fahlevi M.M, selaku ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah.
4. Ibu Zumaroh, M.E.Sy, selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan kepada peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak dan ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu perbankan syariah.

Metro, November 2021
Peneliti,



Aulia Nabila
NPM.1704100199

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN NOTA DINAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
D. Penelitian Relevan	5
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengetahuan dan Promosi	8
1. Pengertian pengetahuan	8
2. Pengertian Media Promosi	9
3. Bauran Promosi	10
4. Tujuan Promosi.....	16
B. Minat.....	17
1. Pengertian Minat.....	17
2. Indikator Minat	17

C. Produk Bank Syariah	19
1. Penghimpun Dana (<i>funding</i>).....	19
2. Penyaluran Dana (<i>financing</i>).....	21
BAB III METODELOGI PENELITIAN	
A. Jenis dan Sifat Penelitian	24
B. Sumber Data.....	25
C. Teknik Pengumpulan Data.....	27
D. Teknik Analisis Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	31
B. Pengetahuan dan promosi terhadap minat pedagang menggunakan produk bank syariah.....	34
C. Analisis Pengaruh Pengetahuan dan promosi terhadap minat pedagang menggunakan produk bank syariah	42
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	50
B. Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Iringmulyo	32
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan Skripsi
2. Surat Izin Riset
3. Outline
4. Alat Pengumpulan Data
5. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Blangko Bimbingan Skripsi
8. Data Monografi Kelurahan Iringmulyo
9. Dokumentasi Wawancara

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan di Indonesia saat ini semakin diramaikan dengan adanya bank syariah yang beroperasi dengan menawarkan produk keuangan dan investasi dengan cara yang berbeda dibandingkan dengan Bank Konvensional yang sudah lama ada. Meskipun masih dianggap baru perbankan syariah berkembang dengan cukup pesat hal ini dapat dimaklumi mengingat status Indonesia sebagai negara yang mayoritas berpenduduk muslim. Seiring dengan perkembangan dan pertumbuhan industri perbankan syariah, bank umum syariah bersaing ketat dalam menarik minat nasabah untuk menggunakan produk bank syariah. Dalam upaya menarik minat nasabah, bank syariah melakukan berbagai cara yakni melalui pengetahuan dan media promosi.

Pengetahuan merupakan langkah awal yang berisi informasi yang telah diproses dan diorganisasikan untuk mendapatkan pemahaman, pembelajaran, dan pengalaman yang terakumulasi sehingga bisa diaplikasikan kedalam masalah atau proses bisnis tertentu.¹ Secara umum pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan suatu hal. Pengetahuan mengenai bank syariah dapat memberikan pengaruh kepada nasabah untuk menggunakan produk bank syariah yang ditawarkan. Apabila pengetahuan

¹Maskur Rosyid, Halimatu Saidah, "Pengetahuan Perbankan Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru," *Islaminomic* Vol.7 No.2 (Agustus 2016): 40.

mengenai bank syariah yang di dapatkan cukup baik maka minat yang muncul untuk menjadi nasabah bank syariah juga akan semakin kuat.

Selain pengetahuan, promosi juga menjadi salah satu cara yang digunakan oleh bank untuk menarik minat nasabah. Promosi merupakan strategi yang dilakukan bank untuk memperkenalkan produk-produknya kepada masyarakat dengan tujuan dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan melalui suatu media, baik berupa media cetak maupun media elektronik dan lain sebagainya.²Promosi berisi suatu informasi yang dibuat oleh bank guna memberikan arahan kepada calon nasabah terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Peran bank sebagai komunikator dan promotor harus mampu berkomunikasi dengan jelas kepada nasabah agar nasabah dapat memperoleh pengetahuan yang jelas mengenai pesan yang disampaikan dalam suatu kegiatan promosi. Oleh sebab itu, promosi sangat penting dalam menyampaikan informasi mengenai produk yang ingin ditawarkan. Promosi berguna untuk meningkatkan minat nasabah akan suatu produk, adanya promosi dapat mempengaruhi nasabah agar memiliki minat terhadap produk yang ditawarkan.³

Minat adalah hasil dari perhatian yang ditunjukkan oleh nasabah kepada sesuatu yang telah diperkenalkan oleh pihak bank menuju tanggapan kepada bidang yang telah diperkenalkan. Biasanya minat akan muncul apabila nasabah memiliki pilihan atau pandangan terhadap suatu hal atau obyek yang

²Rachmad Nor firman, "Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah Mandiri Pasuruan," *STAI Salahuddin Pasuruan*, n.d.

³Rusliani, "Analisis Model Promosi Bank Muamalat Indonesia Terhadap Market Share Kota Bandar Lampung," *Jurnal Ekonomi Islam* Vol. 8 No. 1 (Mei 2017): 90.

dapat dijangkau.⁴ Bank syariah secara garis besar memiliki beberapa produk yang ditawarkan kepada nasabah yakni produk penghimpun dana (*funding*) dan penyaluran dana (*financing*). Adapun minat menggunakan produk bank syariah merupakan keinginan yang datang dari diri sendiri untuk menggunakan produk yang ditawarkan oleh bank syariah baik produk penghimpun dana, produk penyalur dana, maupun produk jasa.

Iringmulyo merupakan salah satu daerah yang ramai penduduk di Kota Metro, dengan luas 221 Ha, Iringmulyo memiliki 13.588 jumlah penduduk. Sebagian masyarakat Iringmulyo membuka usaha dagang, hal ini dilihat dari jumlah pedagang di Iringmulyo yang berjumlah 1.454 pedagang serta terdapat 505 toko, 164 warung, 100 kaki lima, dan 2 pasar swalayan. Di Iringmulyo pedagang banyak menjual kebutuhan-kebutuhan mulai dari makanan, minuman, pakaian, sepatu, hingga peralatan rumah tangga, dan masih banyak lagi.

Melalui survey yang peneliti lakukan pada pedagang di Iringmulyo kota metro. Peneliti melihat pedagang memiliki pengetahuan mengenai perbankan syariah melalui berbagai sumber, namun pengetahuan yang diperoleh pedagang mengenai bank syariah masih kurang sehingga kurang mempengaruhi minat untuk menggunakan produk dari bank syariah.

Hal tersebut peneliti ketahui dari wawancara yang peneliti lakukan kepada Bapak Dedi Adam selaku pemilik dari toko Metro Leather yang mengetahui bank syariah hanya sebatas lembaga keuangan yang di dalam

⁴Daniel Ortega, Anas Alhifni, "Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah," *EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 5 No. 1 (2017): 90.

pengelolaannya berbasis hukum islam. Pengetahuan mengenai bank syariah ini didapatkan hanya melalui pamflet dan poster yang ada di jalan. Karena hal tersebut Bapak Dedi Adam selaku Owner Metro Leather belum memiliki ketertarikan untuk menggunakan produk dari bank syariah hal ini karena Bapak Dedi Adam tidak mengetahui dengan benar spesifikasi mengenai produk yang ada di bank syariah.⁵

Berbeda dengan Bapak Dedi Adam yang mengetahui mengenai perbankan syariah hanya melalui pamflet dan poster. Bapak Supriyanto selaku pemilik dari kedai cak solo diIringmulyo mendapatkan pengetahuan mengenai produk bank syariah melalui karyawan Bank Syariah yang sudah menjadi langganan di rumah makan milik Bapak Supriyanto, karyawan bank syariah tersebut memberikan penjelasan mengenai produk tabungan yang ada di bank syariah sehingga mempengaruhi minat bapak Supriyanto untuk menggunakan produk tabungan yang ditawarkan.⁶

Berdasarkan kondisi tersebut peneliti memilih pedagang di Iringmulyo Kota Metro untuk mengetahui apakah pengetahuan dan promosi perbankan syariah dapat meningkatkan minat untuk menggunakan produk bank syariah. Untuk itu maka peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Dan Promosi Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus Pada Pedagang Di Iringmulyo Kota Metro).**

⁵ Hasil Wawancara Dengan BapakDedi Adam, Owner Metro Leather, Wawancara 23 November 2021.

⁶Hasil Wawancara Dengan Bapak Supriyanto,pemilik kedai cak solo, Wawancara 23 November 2021.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan permasalahan yang ada maka pertanyaan penelitian ini adalah “Bagaimana pengetahuan dan promosi dapat memberikan pengaruh kepada pedagang di Iringmulyo Kota Metro untuk menggunakan produk bank syariah?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *Pengaruh Pengetahuan Dan Promosi Terhadap Minat Pedagang Di Iringmulyo Kota Metro Untuk Menggunakan Produk Bank Syariah.*

2. Manfaat Penelitian

- a. Secara teoritis diharapkan mampu menambah ilmu pengetahuan dan informasi yang lebih mendalam mengenai perbankan syariah.
- b. Secara praktik hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan, masukan atau saran dalam meningkatkan pengetahuan dan promosi Bank Syariah dimasa yang akan datang.

D. Penelitian Relevan

Terdapat beberapa penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam pembahasan penelitian ini. Oleh karena itu, dalam kajian pustaka ini, ada beberapa skripsi yang terkait dengan pembahasan peneliti diantaranya:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Herwan Eko Saputro, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, pada tahun 2018

dengan judul “Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada BMT Mentari Simbarwaringin”. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif. Pada penelitian ini BMT Mentari Simbarwaringin dalam meningkatkan jumlah nasabah menggunakan media pemasaran secara langsung, tanpa adanya pihak perantara pemasaran dalam transaksi tawar menawar jual beli atas suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh karena itu, peningkatan jumlah nasabah dari tahun 2016 hingga 2017 berjumlah 1123 orang atau naik 26,6% meningkat secara signifikan.⁷

2. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Wulandari, Fakultas Ekonom dan Bisnis Islam pada tahun 2019 dengan judul “Pengaruh Media Promosi Terhadap Minat Anggota Koperasi BMT Al-Hasanah Mandiri Sejahtera Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur”. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Melalui hasil penelitian diketahui bahwa media promosi brosur BMT Al-Hasanah Mandiri Sejahtera tidak berpengaruh terhadap minat anggota koperasi dan tidak signifikan, karena pada saat kepercayaan anggota koperasi menurun, banyaknya persaingan dan menurunnya semangat marketing. Juga tidak sesuai dengan kriteria media promosi brosur yang baik terutama dalam bahasa yang kurang menarik dan sulit dimengerti.⁸

⁷ Herwan Eko Saputro, “Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada BMT Mentari Simbarwaringin,” Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2018.

⁸ Dewi Wulandari, “Pengaruh Media Promosi Terhadap Minat Anggota Koperasi BMT Al-Hasanah Mandiri Sejahtera Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur”. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2019.

Berdasarkan penelitian di atas terdapat persamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini pada tema-tema tertentu seperti promosi. Namun penelitian yang akan dilakukan ini memiliki kebaruan dimana pada penelitian ini tidak hanya melihat pengaruh promosi terhadap minat untuk menggunakan produk bank syariah melainkan akan dilihat pula bagaimana pengetahuan dapat mempengaruhi minat untuk menggunakan produk bank syariah. Selain itu pada penelitian ini pengetahuan dan promosi yang dilakukan merupakan rangkaian bisnis bank syariah guna mempengaruhi minat pedagang di Iringmulyo kota Metro untuk menggunakan produk Bank Syariah.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengetahuan dan Promosi

1. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan merupakan suatu ilmu atau pemahaman seseorang yang diperoleh melalui penelitian terhadap suatu objek tertentu. Pengetahuan adalah berbagai informasi dan data yang telah diketahui kemudian setelah mengetahui muncullah berbagai pertanyaan untuk mengevaluasi kemampuan yang telah diperoleh.¹ Pengetahuan produk yaitu kumpulan dari berbagai bentuk informasi yang didapatkan terkait produk perbankan.

Kategori pengetahuan produk meliputi merek, *terminology* produk, produk, atribut atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk. Secara konseptual pengetahuan produk merupakan pemahaman yang memiliki sifat subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa didapatkan dapat ditawarkan kepada konsumen sebagai tujuan organisasi untuk memenuhi kebutuhan dan kegiatan.²

¹Abdul Haris Romdhoni, Dita Ratnasari, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, Dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol.4 No.02 (2018): 139.

²Niken Nastiti, Arif Hartono, Ika Farida Ulfah, "Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Perbankan, Pengetahuan Produk Perbankan, Pengetahuan Pelayanan Perbankan, Dan Pengetahuan Bagi Hasil Terhadap Prefensi Menggunakan Jasa Perbankan Syariah," *Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen Dan Bisnis* Vol. 1 No. 1 (June 2018): 17.

2. Pengertian Media Promosi

Promosi adalah sebuah cara yang dilakukan bank dalam memperkenalkan suatu produk atau jasa. Promosi merupakan kegiatan terakhir dari *marketing mix*, kegiatan ini merupakan kegiatan yang termasuk penting selain produk, harga, dan lokasi. Setiap bank berusaha memperkenalkan segala jasa dan produk yang dimiliki baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam kegiatan ini promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Salah satu yang menjadi tujuan bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru.³

Promosi adalah komunikasi yang persuasif, mengajak, mendesak, membujuk, dan meyakinkan. Ciri dari komunikasi yang persuasif adalah adanya komunikator yang secara terencana mengatur berita dan cara penyampaiannya untuk mendapatkan akibat tertentu dalam sikap dan tingkah laku si penerima.⁴

Sebagai komunikator bank harus mampu berkomunikasi dengan nasabah. Agar dapat berkomunikasi dengan nasabah secara efektif bank merancang program-program promosi yang menarik dan mampu memberikan informasi yang jelas.⁵ Informasi berperan penting dalam kegiatan pemasaran yakni agar pihak-pihak yang memiliki kepentingan mengerti akan manfaat dan kelebihan dari produk yang ditawarkan. Oleh

³M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012): 169.

⁴M. Mursid, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003): 95.

⁵M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*: 170.

sebab itu dalam penyampaian informasi tersebut dibutuhkan adanya suatu kegiatan komunikasi berupa promosi yang dilakukan secara efektif.⁶

Dalam strategi ini biasanya dijelaskan mengenai ciri-ciri produk yang memusakan kebutuhan untuk mendorong minat nasabah menggunakan produk yang dikenalkan. Promosi merupakan informasi yang dibuat untuk menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

3. Bauran Promosi

a. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling sering digunakan oleh perusahaan dalam memperkenalkan suatu produk. Periklanan adalah promosi yang dilakukan dalam bentuk media tayang atau gambar yang berupa kata-kata yang tertuang dalam bentuk spanduk, brosur, billboard, koran, majalah, televisi atau radio.⁷ Periklanandigunakan untuk memperkenalkan, mengingatkan, mengajak, membujuk, serta menjaga hubungan dengan nasabah agar tetap menjadi nasabah atau tertarik pada produk yang ditawarkan.⁸

Adapun jenis-jenis media yang dapat digunakan sebagai sarana iklan suatu perusahaan adalah:

⁶Firliyanti Kaluku, Silvy L. Mandey, Djurwaty Soepeno, "Analisis Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Unggulan Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Manado," *Jurnal EMBA* Vol. 6 No. 2 (April 2018): 889.

⁷Roni Andespa, "Meningkatkan Pertumbuhan Nasabah Bank Syariah: Mendukung Pembiayaan Promosi, Pendidikan Dan Pelatihan," *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam* Vol. 1 No. 2 (Juli 2016): 177.

⁸Encep Saepudin, Safitri Mukarromah, "Strategi Pemasaran Perbankan Syariah Di Banyumas," *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam* Vol.19 No.2 (September 2018): 42.

- 1) Surat kabar dan majalah
- 2) Surat pos langsung
- 3) Radio
- 4) Televisi
- 5) Papan reklame
- 6) Spanduk
- 7) Penyebaran brosur ditempat umum
- 8) Dan media lainnya⁹

b. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan merupakan insentif jangka pendek guna mendorong keinginan dan untuk mencoba atau membeli suatu produk atau jasa. Kegiatan promosi penjualan bersifat ajakan, memberikan nilai tambah atau insentif untuk membeli produk. Artinya promosi penjualan berorientasi pada konsumen yang diarahkan pada pengguna akhir sebuah barang dan jasa. Promosi penjualan digunakan sebagai alat untuk menciptakan tanggapan yang lebih kuat dan cepat.¹⁰

Promosi penjualan ini bertujuan meningkatkan penjualan atau meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan ini dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan.

⁹M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*: 177.

¹⁰Mawardi, "Pengaruh Promosi Tabungan Bank Sumsel Babel Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Palembang," *Al-Tijary Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* Vol.4 No.1 (2018): 47.

Bagi bank program promosi penjualan dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu:

- 1) Pemberian tingkat bagi hasil khusus (*special rate*) untuk nasabah yang menaruh sejumlah dana yang relatif besar.
- 2) Pemberian insentif kepada setiap nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu.
- 3) Pemberian cinderamata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah yang setia.¹¹

Sama seperti halnya dengan kegiatan periklanan, maka promosi penjualan juga memiliki program sendiri. Dalam praktiknya program promosi penjualan memiliki tiga macam cara beserta media nya yaitu:¹²

- 1) Promosi konsumen, dengan menggunakan media kupon, sampel produk, atau bentuk undian berhadiah.
- 2) Promosi dagang, berupa bantuan peralatan atau insentif
- 3) Promosi wiraniaga, melalui kontes penjualan. Misalkan program 1000 agen yang dilancarkan produk pembersih seperti *sunlight*.

c. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Penjualan pribadi merupakan jenis promosi yang dilakukan melalui pribadi karyawan bank dalam memberikan pelayanan serta dalam mempengaruhi nasabah. *Personal selling* digunakan sebagai cara yang tepat untuk memberikan informasi kepada nasabah,

¹¹M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*: 179.

¹²M. Nur Rianto Al Arif: 180.

menanamkan pilihan, dan meyakinkan nasabah.¹³ Untuk memasarkan prooduk, bank harus melakukan promosi sebagai usaha menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat khususnya tentang produk yang ditawarkan oleh bank.

Secara khusus kegiatan *personal selling* dapat dilakukan melalui beberapa media yaitu:

- 1) *Account officer* atau *financial advisor*.
- 2) Merekrut wiraniaga (*salesman* atau *salesgirl*).
- 3) Media sosial.¹⁴

Setelah nasabah mendapatkan informasi mengenai produk, nasabah akan melakukan penilaian terlebih dahulu terhadap informasi yang didapatkan dan dengan berbagai pertimbangan mereka akan memilih salah satu sumber informasi yang dianggap paling akurat untuk memilih produk dari satu bank yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.¹⁵ Peranan *personal selling* cenderung bervariasi antar perusahaan, tergantung pada sejumlah faktor seperti karakteristik produk dan jasa yang ditawarkan.¹⁶

Dalam penjualan pribadi ada beberapa cara yang dapat dilakukan yaitu:¹⁷

¹³Rusliani, "Analisis Model Promosi Bank Muamalat Indonesia Terhadap Market Share Kota Bandar Lampung."

¹⁴M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*: 180.

¹⁵Roni Andespa, "Meningkatkan Pertumbuhan Nasabah Bank Syariah: Mendukung Pembiayaan Promosi, Pendidikan Dan Pelatihan."

¹⁶Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, 2nd ed. (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2012): 376.

¹⁷M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*: 181.

- 1) *Retail selling*, penjual melakukan penjualan dengan cara melayani nasabah yang datang ke bank atau perusahaan.
- 2) *Field selling*, melakukan penjualan atau pendekatan di luar perusahaan, dengan mendatangi nasabah ke rumah-rumah, perusahaan, kantor, sekolah, dan lain-lain.
- 3) *Executive selling*, yaitu pimpinan perusahaan yang bertindak sebagai tenaga penjual yang melakukan penjualan. Level kesepakatan yang akan dilakukan antar top management.

d. Publisitas (*Publicity*)

Publisitas merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank dihadapan calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan sponsorship terhadap suatu kegiatan amal atau sosial atau olahraga. Kegiatan ini merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial dan kegiatan lainnya.

Kegiatan ini dapat meningkatkan pamor bank dimata para nasabahnya. Oleh sebab itu, publisitas perlu diperbanyak lagi. Tujuannya adalah agar nasabah dapat mengenal bank dengan lebih dekat. Dengan diadakan suatu kegiatan diharapkan nasabah mengikuti kegiatan tersebut dan dapat mengingat bank dan dapat menarik minat nasabah.

Kegiatan publisitas dapat dilakukan melalui media-media seperti:

- 1) Pameran.
- 2) Pembukaan stan promosi di pusat perbelanjaan.
- 3) Sponsorship kegiatan.
- 4) Program *corporate social responsibility* (CSR).
- 5) Ikut kegiatan amal.¹⁸

Alat yang dapat dilakukan dalam kegiatan publisitas yang yaitu:¹⁹

- 1) Hubungan pers, yaitu untuk memberikan informasi yang pantas untuk dimuat dalam surat kabar agar menarik publik terhadap seseorang, produk atau jasa.
- 2) Publisitas produk, yaitu usaha untuk mempublikasikan produk tersebut secara khusus, misalkan menggelar acara launching produk baru perbankan.
- 3) Komunikasi perusahaan, yaitu mencakup komunikasi intern ataupun ekstern dalam menciptakan saling pengertian perusahaan.
- 4) *Lobbying*, yaitu melakukan kerjasama dengan ahli hukum dan pejabat pemerintah untuk mendukung atau menghapuskan undang-undang yang dapat mengganggu stabilitas usaha.
- 5) Bimbingan, yaitu pemberian nasihat kepada manajemen tentang persoalan kemasyarakatan mengenai posisi perusahaan maupun citra bank.

¹⁸Tetra Yanti Eltika, Mariana St.B Tanjung, "Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bank Nagari Cabang Sawahlunto," *Akademi Keuangan Dan Perbankan Padang*, n.d., 10.

¹⁹M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*: 185.

4. Tujuan Promosi

Sebagai alat yang digunakan oleh bank untuk memperkenalkan produk-produknya, promosi memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai adapun tujuan promosi yaitu: ²⁰

- a. Memperkenalkan dan menjual jasa-jasa dan produk yang dihasilkan. Melalui promosi bank bertujuan untuk dapat memperkenalkan produk serta menjual produk, selain itu promosi juga dapat digunakan bank untuk mempertahankan nasabah agar tetap menggunakan jasa atau produk bank.
- b. Agar bank dapat menghadapi saingan dalam pasar yang semakin kompetitif dan kompleks. Promosi adalah alat yang dapat digunakan oleh bank dalam menghadapi saingan, dengan memanfaatkan media promosi bank dapat bersaing dalam menawarkan produk atau jasa kepada nasabah.
- c. Menjual *goodwill image* dan idea yang baik tentang bank bersangkutan. Promosi tidak hanya bertujuan untuk menjual atau memperkenalkan produk atau jasa saja melainkan juga untuk memperlihatkan eksistensi perusahaan. Melalui promosi gambaran baik mengenai bank bisa diperlihatkan kepada nasabah atau calon nasabah baru.

²⁰M. Nur Rianto Al Arif: 171.

B. Minat

1. Pengertian Minat

Minat adalah suatu rasa suka serta rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas tanpa adanya paksaan dari pihak lain. Minat merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh nasabah, keputusan untuk menginginkan produk, merk, dan jasa ini semata-mata untuk memenuhi suatu kebutuhan nasabah.²¹ Minat dapat diartikan sebagai keinginan dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa. Minat berkaitan dengan perasaan suka atau senang dari seseorang terhadap suatu objek.²²

Dalam dunia perbankan yang dimaksud dengan konsumen atau pelanggan adalah nasabah. Menurut undang-undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah pasal 1 ayat 16, “Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah dan/ atau UUS”.²³

2. Indikator Minat

Terdapat tiga indikator yang dapat dijadikan acuan terbentuknya suatu minat:

²¹Yuliana Siti Chotifah, “Peningkatan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Program *Office Channeling*, ” *Journal of Finance and Islamic Banking* Vol. 1 No.1 (Juni 2018): 67.

²²Rahmah Yulianti, “Pengaruh Minat Masyarakat Aceh Terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah Di Kota Banda Aceh, ” *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis* Vol. 2 No.1 (Maret 2015): 19.

²³Undang-Undang Republik Indonesia No.21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah Pasal 1 Ayat (16).

- a. Kognisi (mengetahui), yaitu suatu minat didahului oleh suatu pengetahuan dan informasi mengenai obyek yang akan dituju oleh minat tersebut.
- b. Emosi (perasaan), yaitu adanya unsur emosi disebabkan karena dalam partisipasi atau pengalaman itu disertai dengan perasaan tertentu (biasanya perasaan senang).
- c. Konasi (kehendak), konasi atau kehendak merupakan unsur lanjutan dari kedua unsur sebelumnya, yang diwujudkan dalam bentuk kemauan dan hasrat untuk melakukan suatu kegiatan.²⁴

Indikator yang digunakan untuk mengukur minat seseorang dalam menggunakan produk atau jasa bank syariah ada tiga yang pertama ada kognisi melalui indikator kognisi minat seseorang diukur melalui tingkat pengetahuan yang ia peroleh terkait produk atau jasa. Kemudian melalui indikator emosi minat seseorang terhadap produk atau jasa dilihat melalui rasa yang muncul pada dirinya, rasa yang muncul bisa berupa rasa suka terhadap produk atau jasa yang ditawarkan bisa juga muncul rasa tidak tertarik terhadap produk atau jasa tersebut. Setelah kedua indikator tersebut ada indikator konasi dimana indikator ini mengukur minat seseorang melalui responnya atau tindakannya, indikator ini sudah mengarah pada perilaku nasabah untuk memutuskan akan menggunakan produk yang ditawarkan atau tidak.

²⁴Soulthan Saladin Batubara, Delyana Rahmawany pulungan, Musfa Yenti, "Analisis Determinan Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah," *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis* Vol. 20 No. 1 (2020): 28.

C. Produk Bank Syariah

Secara garis besar produk yang ditawarkan oleh bank syariah adalah sebagai berikut:

1. Produk Penghimpun Dana (*Funding*)

a. Tabungan

Tabungan adalah bentuk simpanan nasabah yang bersifat likuid, hal ini memberikan arti produk ini dapat diambil sewaktu-waktu apabila nasabah membutuhkan, namun bagi hasil yang ditawarkan kepada penabung kecil. Jenis penghimpun dana tabungan ini merupakan produk penghimpunan yang lebih minimal biaya bagi pihak bank karena bagi hasil yang ditawarkannya pun cukup kecil namun biasanya jumlah nasabah yang menggunakan tabungan lebih banyak daripada produk penghimpunan yang lain.

b. Deposito

Deposito adalah bentuk simpanan nasabah yang mempunyai jumlah minimal tertentu, jangka waktu tertentu, dan bagi hasilnya lebih tinggi daripada tabungan. Nasabah membuka deposito dengan jumlah minimal tertentu dengan waktu yang telah disepakati, sehingga nasabah tidak dapat mencairkan dananya sebelum jatuh tempo yang telah disepakati, akan tetapi bagi hasil yang ditawarkan jauh lebih tinggi dibandingkan tabungan biasa maupun tabungan berencana. Produk penghimpun dana ini biasanya dipilih oleh nasabah yang

memiliki kelebihan dana sehingga selain bertujuan untuk menyimpan dananya, bertujuan pula untuk salah satu sarana berinvestasi.

c. Giro

Giro adalah bentuk simpanan nasabah yang tidak diberikan bagi hasil, dan pengambilan dana menggunakan cek, biasanya digunakan oleh perusahaan atau yayasan dan atau bentuk badan hukum lainnya dalam proses keuangan mereka. Dalam giro meskipun pihak bank tidak memberikan bagi hasil, namun pihak bank berhak memberikan bonus kepada nasabah yang besarnya tidak ditentukan di awal tergantung kepada kebaikan pihak bank.²⁵

Penghimpun dana di bank syariah dapat berbentuk giro, tabungan, deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah dengan menggunakan prinsip *wadi'ah* dan *mudharabah*.

1) Prinsip Wadi'ah

Prinsip *wadi'ah* yang diterapkan adalah *wadi'ah yad dhamanah* prinsip ini diterapkan pada produk rekening giro. *Wadi'ah dhamanah* berbeda dengan *wadi'ah amanah*. Pada *wadi'ah amanah*, harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi. Sementara itu, dalam *wadi'ah dhamanah*, pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta tersebut.

²⁵M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*: 34.

2) Prinsip *Mudharabah*

Dalam mengaplikasikan prinsip *mudharabah* di bank syariah, penyimpan atau depositan bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola). Dana tersebut digunakan bank untuk melakukan *mudharabah* kedua yang mana hasil dari usaha ini akan dibagi sesuai dengan *nisbah* yang disepakati. Dalam hal bank menggunakan untuk melakukan *mudharabah* kedua maka bank bertanggung jawab penuh atas kerugian yang terjadi.²⁶

2. Produk Penyaluran Dana (*financing*)

a. Mudharabah

Bank dapat menyediakan pembiayaan modal investasi atau modal kerja hingga 100%, sedangkan nasabah menyediakan usaha dan manajemennya. Bagi hasil keuntungan melalui perjanjian yang sesuai dengan proporsinya.

b. Salam

Pembiayaan kepada nasabah untuk membuat barang tertentu atas pesanan pihak-pihak lain atau pembeli. Bank memberikan dana pembiayaan diawal untuk membuat barang tersebut setelah adanya kesepakatan tentang harga jual kepada pembeli. Barang yang dibeli berada dalam tanggungan nasabah dengan ciri-ciri yang telah ditentukan.

²⁶Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014):107.

c. Istishna

Pembiayaan kepada nasabah yang terlebih dahulu memesan barang kepada bank atau produsen lain dengan kriteria tertentu. Kemudian nasabah dan bank membuat perjanjian yang mengikat tentang harga jual dan cara pembayarannya.

d. Ijarah wa iqtina

Merupakan penggabungan sewa dan beli, dimana si penyewa mempunyai hak untuk memiliki barang pada akhir masa sewa (*financial lease*).

e. Murabahah

Merupakan konsep penyaluran dana dalam bentuk jual beli. Bank akan membelikan barang yang dibutuhkan pengguna jasa kemudian menjualnya kembali ke pengguna jasa dengan harga yang dinaikkan sesuai margin keuntungan yang ditetapkan oleh bank, dan pengguna jasa dapat mengangsur barang tersebut. Besarnya angsuran sesuai akad diawal dan besarnya angsuran harga pokok ditambah margin yang disepakati.

f. Al-Qardhul Hasan

Pinjaman lunak bagi pengusaha yang benar-benar kekurangan modal. Nasabah tidak perlu membagi keuntungan kepada bank, tetapi hanya membayar biaya administrasi.

g. Musyarakah

Pembiayaan sebagian dari modal usaha keseluruhan, dimana pihak bank akan dilibatkan dalam proses manajemen. Pembagian keuntungan berdasarkan perjanjian, keuntungan yang diraih akan dibagi dalam rasio yang disepakati sementara kerugian akan dibagi berdasarkan rasio ekuitas yang dimiliki masing-masing pihak. Perbedaan mendasar dengan mudharabah ialah dalam konsep ini ada campur tangan pengelola manajemennya sedangkan mudharabah tidak ada campur tangan.²⁷

²⁷Elly Masykuroh, "Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Prinsip Syariah Terhadap Minat Masyarakat Dalam Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Lingkungan Warga Dusun Blokagung RT 02/04 Desa Karangdoro Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi)," n.d.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dilihat dari penelitiannya, penelitian ini termasuk kedalam penelitian lapangan. Yang dimaksud dengan penelitian lapangan adalah sebuah penelitian yang dijalankan di lapangan atau di tempat penelitian yang dipilih, suatu lokasi yang telah dipilih sebagai tempat guna menyelidiki gejala objektif yang terjadi di lokasi tersebut yang dijalankan untuk pembuatan laporan ilmiah.¹Karena berjenis penelitian lapangan, penelitian ini akan dilakukan di 15A Kampus Iringmulyo kota Metro. Peneliti memilih 15A kampus Iringmulyo karena daerah ini merupakan wilayah pendidikan yang juga ramai oleh masyarakat yang membuka usaha dagang. Hal ini memungkinkan masyarakat memiliki pengetahuan serta mendapatkan promosi mengenai produk bank syariah.

2. Sifat Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian ini, maka penelitian ini bersifat deskriptif. Deskriptif merupakan suatu metode penelitian yang dimaksudkan untuk menggambarkan, melukiskan, atau memaparkan keadaan suatu objek (realitas atau fenomena) secara apa adanya, sesuai

¹Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006): 96.

dengan situasi dan kondisi pada saat penelitian itu dilakukan.²Karena bersifat deskriptif penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan tentang pengaruh pengetahuan dan promosi terhadap minat menggunakan produk bank syariah di kalangan pedagang di Iringmulyo Kota Metro.

B. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Data primer adalah segala informasi, fakta, dan realitas yang terkait atau relevan dengan penelitian, dimana kaitan atau relevansinya sangat jelas bahkan secara langsung.³Sumber data primer pada penelitian ini yaitu pedagang di 15A Kampus Iringmulyo Kota Metro. 15A Kampus Iringmulyo Kota Metro selain menjadi wilayah pendidikan daerah ini menjadi salah satu tempat strategis untuk membuka usaha dagang. Jenis dagangan yang ada di Iringmulyo juga beraneka ragam mulai dari pedagang makanan, pakaian, sepatu, hingga peralatan rumah tangga.

Pada penelitian ini akan digunakan teknik *simple random sampling*. Teknik *simple random sampling* atau sampling acak sederhana merupakan teknik pengambilan sampel dimana setiap anggota dari populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dimasukkan sebagai *sample*.⁴ Indikator yang peneliti gunakan untuk menentukan sampel dalam metode ini yaitu usaha dagang yang sudah dikenal oleh masyarakat seperti

²Ibrahim, *Metodelogi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian Beserta Contoh Proposal Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2015): 59.

³Ibrahim, *Metodelogi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian Beserta Contoh Proposal Kualitatif*: 68.

⁴Amri Amir, Junaidi, dan Yulmardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Penerapannya* (ttt: IPB Press, 2009): 190.

Kayu Watu dan Reni *Shop*, selain itu peneliti juga menggunakan indikator jenis usaha dagang yang mana pada penelitian ini jenis usaha dagang yang peneliti pilih bergerak dalam bidang pakaian, kuliner, *acesoris*, dan sembako.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang didapatkan tidak secara langsung namun melalui perantara seperti seseorang atau juga bisa didapatkan melalui dokumen.⁵ Pada penelitian ini data sekunder meliputi Data Monografi Kelurahan Iringmulyo, buku, jurnal, atau majalah yang masih memiliki kaitan dengan pengaruh pengetahuan dan promosi terhadap minat menggunakan produk bank syariah.

Adapun dokumen-dokumen yang berkaitan dengan Pengaruh pengetahuan dan promosi terhadap minat menggunakan produk bank syariah adalah sebagai berikut:

- a. M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012).
- b. M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003).
- c. Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2012).
- d. Wiroso, *Produk Perbankan Syariah* (Jakarta: LPFE Usakti, 2011).
- e. Abdul Haris Romdhoni, Dita Ratnasari, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, Dan Religiusitas Terhadap Minat

⁵Ibrahim, *Metodelogi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian Beserta Contoh Proposal Kualitatif*: 68.

Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah, ” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol.4 No.02 (2018).

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Metode Wawancara

Metode wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang di wawancarai.⁶

Wawancara yang digunakan pada penelitian ini merupakan wawancara semi-terstruktur yang mana peneliti hanya menyiapkan beberapa pertanyaan kunci untuk memandu jalannya proses tanya jawab wawancara. Pertanyaan wawancara yang disiapkan juga memiliki kemungkinan untuk dikembangkan dalam proses wawancara dilakukan.⁷ Dengan begitu pada penelitian ini pertanyaan akan diajukan kepada pedagang di Iringmulyo Kota Metro terkait dengan pengaruh pengetahuan dan promosi terhadap minat menggunakan produk bank syariah.

2. Metode Dokumentasi

Dalam metode ini teknik pengumpulan data dengan melihat catatan data pribadi yang menjadi responden, seperti yang dijalankan oleh seorang psikolog dalam meneliti sebuah kemajuan seorang klien melalui catatan

⁶Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*: 105.

⁷Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian Beserta Contoh Proposal Kualitatif*: 89.

pribadinya.⁸Pada penelitian ini metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan dokumen-dokumen hasil wawancara yang berkaitan dengan pengaruh pengetahuan dan promosi terhadap minat pedagang di Iringmulyo untuk menggunakan produk bank syariah.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian merupakan kegiatan yang terkait dengan upaya memahami, menjelaskan, menafsirkan, dan mencari hubungan diantara data-data yang diperoleh. Dalam penelitian ini data akan dianalisis dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Reduksi Data (*Data Reducation*)

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan data pada hal-hal yang penting, mencari tema dan pola pada data penelitian. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencari data tambahan bila diperlukan. Reduksi data dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan elektronik atau dengan memberikan kode-kode pada aspek tertentu.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah melakukan reduksi data langkah selanjutnya dalam analisis data yaitu penyajian data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data biasa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dalam penelitian kualitatif penyajian data sering

⁸Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, hl, 112.

menggunakan teks yang bersifat naratif. Display data dapat mempermudah memahami dan melakukan perencanaan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami. Selain dalam bentuk teks naratif display data juga disarankan menggunakan grafik, matrik, jejaring kerja, dan *chart*.

3. *Verivication/Conclusion Drawing*

Langkah selanjutnya dalam analisis data yaitu penarikan kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran mengenai suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori. Data yang sebelumnya telah disajikan secara tetap maka dapat di tarik kesimpulan yang kredibel.⁹

Penelitian ini akan memproses data sesuai dengan langkah-langkah di atas. Dimulai dari reduksi data, dimana peneliti akan menyusun data lapangan, membuat rangkuman atau ringkasan, kemudian memasukkan data tersebut sesuai dengan kaitannya terhadap penelitian yang dilakukan. Langkah selanjutnya dilakukan penyajian data sesuai dengan kategori-kategori yang telah ditentukan. Setelah proses-proses sebelumnya telah mencapai tujuannya maka selanjutnya peneliti melakukan penarikan kesimpulan atau verifikasi terhadap data-data yang diperoleh. Kesimpulan akan ditarik secara kritis dengan menggunakan cara berfikir induktif yang berangkat dari hal-hal yang

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016):247.

bersifat khusus pada penelitian untuk memperoleh kesimpulan umum yang objektif.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah dan Perkembangan Kelurahan Iringmulyo

Kelurahan Iringmulyo terbentuk dari pecahan transmigrasi Jawa yang dipimpin oleh Almarhum D. Gondo wardoyo yang membuka lahan di Lampung Tengah menjadi tiga daerah pemukiman baru, yaitu: 15 a Iringmulyo, 15 b Imopuro, 15 Polos Metro. Kemudian dengan kesepakatan yang diambil pada tahun 1938, maka diambil keputusan untuk menjadikan tiga bedeng itu menjadi satu kampung yang diberi nama kampung Metro.

Dengan ditetapkannya Undang-undang Nomor 5 Tahun 1979 tentang Pemerintahan Desa maka pada tanggal 18 Agustus 1982 Kampung Metro ditingkatkan menjadi Kelurahan Metro. Berdasarkan peraturan Daerah Kota Metro Nomor 25 Tahun 2000, maka Kelurahan Metro dipecah menjadi tiga bagian yaitu kelurahan Iringmulyo, Imopuro, dan Metro. Dengan ditetapkannya peraturan Daerah Kota Metro Nomor 25 Tahun 2000 tersebut maka Iringmulyo resmi menjadi kelurahan yang secara geografis masuk ke dalam kecamatan Metro Timur. Kelurahan Iringmulyo memiliki jumlah penduduk sebagai berikut:

Table 4.1
Jumlah Penduduk

Jenis Kelamin	Jumlah penduduk
Laki-laki	7.012 orang
Perempuan	6.576 orang
Jumlah Keseluruhan	13.588 orang
Kepala Keluarga	4.100 KK

Sumber: Data Monografi Kelurahan Iringmulyo

Kelurahan Iringmulyo berbatasan dengan:

- a. Sebelah Utara :Kelurahan Yosorejo dan Yosodadi
- b. Sebelah Selatan :Kelurahan Tejoagung
- c. Sebelah Barat :Kelurahan Metro
- d. Sebelah Timur :Banjar Rejo & Kelurahan Yosodadi

2. Profil Pedagang Iringmulyo

Pedagang merupakan mata pencarian mayoritas masyarakat Iringmulyo dilihat dari jumlah pedagang yang terdapat di Iringmulyo yakni sebanyak 1.454 pedagang. Di Iringmulyo terdapat 505 buah toko, 164 buah warung, 100 pedagang kaki lima, dan 2 pasar swalayan.¹ Pedagang di Iringmulyo menjual banyak kebutuhan masyarakat mulai dari makanan, sembako, pakaian, perlengkapan sekolah, hingga peralatan rumah tangga, dan masih banyak lagi. Penelitian ini dilakukan pada pedagang yang berada di wilayah 15A Kampus Iringmulyo dengan jumlah sepuluh pedagang.

¹Data Monografi Kelurahan Iringmulyo Tahun 2021, Diakses 22 Februari 2022.

Bapak Darna Setiadi pemilik dari Kayu Watu memulai usahanya pada tahun 2016. Kayu watu merupakan *resto* yang menyediakan beraneka ragam menu makanan. Kayu watu terletak di Jalan Ki Hajar Dewantara Gang Teladan, Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro. Bapak Yudi pemilik *Reny Shop* memulai usahanya di tahun 2016. *Reny shop* merupakan toko pakaian yang menjual mulai dari pakaian anak, pakaian pria, dan pakaian wanita. Saat ini *Reny Shop* bertempat di ruko dua lantai yang berada di Jalan Ki Hajar Dewantara No.15a, Iringmulyo, Kec. Metro Timur, Kota Metro. Ibu Nina membuka usaha dagang roti jhon yang menyediakan roti isi daging. Ibu nina memulai usahanya pada tahun 2018 yang terletak di titik singgah Jalan Ki Hajar Dewantara, Iringmulyo, Kec. Metro Timur, Kota Metro. Bapak Supriyanto membuka kedai cak solo yang menyajikan soto, mie ayam, bakso, nasi ayam, dan masih banyak lagi. Kedai cak solo milik bapak Supriyanto dibuka pada tahun 2015 di Jalan Ki Hajar Dewantara, Iringmulyo, Kec. Metro Timur, Kota Metro. Bapak Edi Memulai usaha dagang pada tahun 2016, bapak edi berdagang *capucino* cincau yang terletak di Jalan Ki Hajar Dewantara, Iringmulyo, Kec. Metro Timur, Kota Metro.

Bapak Dedi Adam pemilik metro leather memulai usahanya pada tahun 2018, metro leather menyediakan berbagai pakaian berbahan dasar kulit mulai dari jaket, dompert, ikat pinggang, dan masih banyak lagi. Metro leather berada di Jalan Ki Hajar Dewantara, Iringmulyo, Kec. Metro Timur, Kota Metro. Bapak Chandra pemilik *Yanti Accesoris* memulai

usahanya di Iringmulyo pada tahun 2019, Yanti *Acsesoris* menjual berbagai *Acsesoris* wanita bahkan pria seperti tas, jam tangan, kaca mata, dan masih banyak lagi. Yanti *Acsesoris* berada di Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15A, Iringmulyo, Kec. Metro Timur, Kota Metro. Bapak wawan pengelola Jusimart memulai usaha pada tahun 2010, Jusimart merupakan minimarket yang menjual berbagai sembago seperti gula, beras, galon, dan lain-lain. Jusimart terletak di Iringmulyo, Kec. Metro Timur, Kota Metro. Bapak Dedi pemilik *fotocopy* Assyirkah memulai usahanya pada tahun 2012, selain fotocopy bapak Dedi juga menjual peralatan tulis seperti pulpen, pensil, dan masih banyak lagi, *fotocopy* assyirkah berada di Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15A, Iringmulyo, Kec. Metro Timur, Kota Metro. Bapak Muji Mulyanto pemilik Mulya Jaya memulai usahanya pada tahun 2018, Mulya Jaya menjual *acsesoris handphone* dan melayani jasa *service handphone*, Mulya Jaya berada di Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15A, Iringmulyo, Kec. Metro Timur, Kota Metro.

B. Pengetahuan Dan Promosi Terhadap Minat Pedagang Menggunakan Produk Bank Syariah

Minat terhadap suatu produk bank syariah dapat timbul apabila masyarakat mengetahui adanya keberadaan produk tersebut. Untuk itu maka pengetahuan mengenai produk bank syariah harus di sampaikan kepada masyarakat dengan baik dan jelas. Dalam upaya memperkenalkan produk bank syariah kepada masyarakat bank syariah dapat memberikan pengetahuan dan melakukan promosi. Pengetahuan merupakan langkah awal seseorang

untuk mengenal produk bank syariah. Secara umum pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan suatu hal. Pengetahuan mengenai bank syariah dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah. Untuk itu pengetahuan mengenai produk bank syariah harus di sampaikan dengan sangat baik kepada nasabah. Apabila pengetahuan mengenai bank syariah yang didapatkan cukup baik maka minat yang muncul untuk menggunakan produk bank syariah juga akan semakin kuat.

Selain pengetahuan promosi juga dapat memberikan pengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk bank syariah. Promosi biasanya berisikan informasi mengenai produk yang ditawarkan, didalamnya promosi akan menjelaskan mengenai keuntungan, fasilitas, kemudahan, fitur terbaru dari suatu produk, dan lain lain. Melalui promosi nasabah dapat mempertimbangkan spesifikasi produk yang ditawarkan sehingga dapat menimbulkan minat pada nasabah untuk menggunakan produk tersebut atau tidak. Promosi dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai media seperti media cetak maupun media elektronik dan lain sebagainya.

Hasil wawancara kepada bapak Darna Setiadi selaku pemilik *Caffe and Rasto* Kayu Watu sebagai berikut: “iya saya tau bank syariah, awal tau produk bank syariah dari reklame yang ada dipinggir jalan, yang saya tau bank syariah itu gak pake bunga, sesuai sama hukum islam, kurang lebihnya yang saya tau kaya gitu, kalau nerima promosi langsung belum pernah saya cuma lihat reklme di jalanan aja, waktu itu isi reklamenya promosi tabungan haji dari bank muamalat, jadi waktu itu saya lewat terus ada reklame itu terus saya penasaran sayabrowsing pengen tahu apa si tabungan haji itu terus saya baca artikel yang muncul jadi tau keuntungannya gitu, habis browsing itu akhirnya saya tertarik untuk pakai tabungan haji bank muamalat. Saya pakai produk tabungan haji ini karena memang saya butuh untuk daftar haji. Saya juga pakai produk tabungan anak dari bank muamalat karena sebelumnya

udah pernah pakai produk bank muamalat terus biar gak repot juga kalau satu bank kan bisa barengan kalau mau setor tunai. Balik lagi pakai produk bank muamalat karena saya sudah pernah pakai produk bank muamalat sebelumnya terus biar gak repot kalau mau setor tunai bisa sekalian, di bank muamalat juga untuk transaksi tidak terlalu lama jadi gak buang-buang waktu buat nunggu antrian.’²

Dari hasil wawancara dengan bapak Darna Setiadi dapat digambarkan bahwa beliau mengetahui bank syariah melalui papan reklame yang terdapat ditepi jalan, menurutnya bank syariah adalah bank yang sesuai dengan hukum islam, reklame tersebut berisi promosi tabungan haji, kemudian beliau mencari tahu lebih lanjut mengenai produk tersebut dengan membaca artikel diinternet. Bapak Darna memutuskan untuk menggunakan produk tabungan haji dari bank muamalat karena sesuai dengan kebutuhannya. Setelah menggunakan produk tabungan haji beliau kembali menggunakan produk dari bank muamalat yaitu produk tabungan anak, bapak Darna memutuskan untuk kembali menggunakan produk bank muamalat agar lebih efektif ketika ingin melakukan setor tunai, selain itu berdasarkan pengalaman bapak Darna beliau merasa puas dengan pelayanan dari bank muamalat yang tidak terlalu lama ketika hendak melakukan transaksi.

Hasil wawancara dengan bapak Yudi selaku pemilik dari *Reni Shop* sebagai berikut: “iya tahu bank syariah, awal tau bank syariah liat di sosial media, bank syariah itu bank islam yang gak pakeriba, saya pernah liat promosi bank syariah di sosial media, terus ada orang bank syariah juga yang datang nawarin produk bank syariah, saya sudah pakai produk bank syariah dari bank syariah indonesia, pakai produk tabungan *easy* mudharabah, tertarik pakai produknya abis dikasih arahan sama orang bank yang datang kan dikasih tau kelebihanannya, ya minat karena sesuai dengan kebutuhan aja, memang saya lagi mau buka tabungan terus nerima tawaran dari bank syariah buka rekeningnya juga bisa online pakai aplikasi terus sudah ada m-

² Hasil Wawancara Dengan Bapak Darna Setiadi, Pemilik Kayu Watu, 06 Februri 2022.

bankingnya jadi kalau mau transfer untuk pesan barang sudah bisa lewat aplikasi aja.”³

Melalui wawancara dengan Bapak Yudi dapat digambarkan beliau merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia. Awal mula beliau mengetahui bank syariah melalui sosial media. Beliau mengetahui bank syariah sebagai bank yang tidak menggunakan sistem riba didalam transaksinya, bapak yudi juga menerima tawaran langsung dari pegawai bank syariah yang memberikan pengetahuan mengenai produk bank syariah. Bapak Yudi menggunakan produk tabungan *easy* mudharabah, beliau tertarik menggunakan produk dari bank syariah indonesia karena sesuai dengan kebutuhannya, untuk membuka rekening tabungan dapat dilakukan secara *online*, selain itu didukung dengan adanya fitur terbaru dari bank syariah yakni *mobilebanking* yang memudahkan untuk bertransaksi.

Hasil wawancara dengan Ibu Nina pemilik *outlite* Roti Jhon sebagai berikut: “Awal mula saya tau bank syariah dari plang-plang yang ada di jalanan. Yang saya tau bank syariah itu ya gak ada bunganya. Pernah nerima promosi produk bank syariah kebetulan dari teman saya yang kerja di bank syariah indonesia. Dikasih penjelasan soal produknya itu, terus saya diajarin buka rekeningnya, dikasih tau pakai aplikasinya juga. Saya pakai produk tabunganku dari bank syariah indonesia. Saya mau buka rekeningnya karena gampang gak harus ke banknya soalnya saya kan jaga sendiri disini gak ada yang bantu kalau mau antri-antri tu males, terus saya dibantu juga sama teman saya itu untuk buka rekeningnya, saya juga sebelumnya gak pernah pakai bank syariah jadi pengen coba juga”.⁴

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Nina, dapat digambarkan bahwa ibu Nina menggunakan produk tabunganku dari bank syariah setelah menerima tawaran dari pegawai bank syariah yang kebetulan merupakan

³ Hasil Wawancara Dengan Bapak Yudi, Pemilik Reni Shop, 01 Maret 2022.

⁴ Hasil Wawancara Dengan Ibu Nina, Pemilik Roti Jhon, 01 Maret 2022

teman ibu Nina, beliau mengetahui bank syariah merupakan bank islam yang tidak memakai bunga, ibu Nina diberikan penjelasan mengenai produk bank syariah dan diarahkan untuk membuka rekening. Ibu Nina tertarik untuk menggunakan produk bank syariah karena dapat membuka rekening dengan cara *online*, selain itu ibu Nina memiliki rasa penasaran karena sebelumnya belum pernah menggunakan produk dari bank syariah.

Wawancara dengan bapak Supriyanto pemilik Kedai Makanan Cak Solo sebagai berikut: “iya tau bank syariah, bank syariah berarti bank islam engga ada ribanya, awal tau bank syariah karena liat banknya yang ada di 21 itu, ada pegawai bank Metro Madani udah langganan makan disini terus nawarin produk tabungan bank syariah, nama tabungannya lupa pake akadnya wadiah, awalnya nabung kesininya ambil pinjaman juga, mau pake tabungannya karena ya kebutuhan aja, saya memang tertarik dengan bank syariah tapi egak paham, kebetulan ditawarkan saya juga belum pernah sama sekali nabung dibank jadi yaudah pake aja.”⁵

Berdasarkan hasil wawancara dapat digambarkan Bapak Supriyanto mengetahui bank syariah melalui pegawai bank Metro Madani yang sudah menjadi langganan dikedai beliau, menurut beliau bank syariah merupakan bank yang tidak memakai riba didalam transaksinya, beliau menggunakan tabungan dengan akad wadiah dari bank metro madani, bapak Supriyanto memiliki ketertarikan terhadap bank syariah namun sebelumnya beliau tidak memahami bank syariah sehingga ketika menerima tawaran dari bank syariah bapak Supriyanto merasa tertarik menggunakan produk bank syariah untuk memunuhi kebutuhannya.

Hasil wawancara dengan Bapak Dedi pemilik *fotocopy* Assyirkah sebagai berikut: “bank syariah tau bank islam, ya berarti yang sesuai sama hukum-hukum islam, kalo bank nya tau kan sering lewat gitu, kalo tau

⁵ Hasil Wawancara Dengan Bapak Supriyanto, Pemilik Kedai cak solo 23 November 2021.k

produknya ada yang nawarin, dari Metro Madani, saya udah pakai bank syariah ya dari Metro Madani, pakai simpanan terus pembiayaannya juga. Tabungan wadiah, tertariknya ya pas ditawarkan itu langsung mau buka rekening, karena kan biaya awalnya kecil gak sampai lima puluh ribu, pembiayaan ya karena kebutuhan.”⁶

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Dedi dapat digambarkan, bahwa beliau mengetahui bank syariah melalui pegawai bank yang melakukan promosi secara langsung, bapak Dedi mengetahui bank syariah sebagai bank yang menggunakan hukum-hukum islam, bapak Dedi menggunakan produk bank Metro Madani, beliau tertarik menggunakan produk bank Metro Madani setelah menerima tawaran dari pegawai bank, bapak Dedi memutuskan menggunakan produk bank metro madani karena biaya untuk setoran awal tidak besar dan untuk memenuhi kebutuhan.

Wawancara dengan Bapak Edi pedagang kaki lima *Capucino* Cincau di Iringmulyo sebagai berikut: “bank syariah tau, bank islam yang pakai bagi hasil, dapet promosi gak pernah, tau produk bank syariah karena saya punya keperluan mau ngajuin pinjamansaya cari-cari sendiri terus tetangga saya ada yang udah pernah pinjam di metro madani saya ngikut coba aja ke bank nya, disana disuruh isi formulir, ditanya-tanya, terus ngelengkapin berkas kaya KTP segala macam, pinjaman untuk tambahan modal, pakaiakadnya murabahah kalau gak salah gak terlalu inget soalnya udah lama itu saya ngajuin, pake bank syariah kan karena mau pinjaman itu tadi terus nyari yang cepet prosesnya, sama syaratnya-syaratnya gak bikin bingung.”⁷

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Edi dapat digambarkan bahwa beliau mengetahui bank syariah sebagai bank yang tidak menggunakan bunga, bapak Edi mencari tahu mengenai produk bank syariah guna memenuhi kebutuhan pembiayaan, beliau menggunakan produk pembiayaan metro madani, bapak Edi berminat menggunakan produk pembiayaan metro

⁶ Hasil Wawancara Dengan Bapak Dedi, Pemilik Fotocopy Assyirkah, 11 April 2022.

⁷ Hasil Wawancara Dengan Bapak Edi, Pedagang Kaki Lima *Capucino* Cincau, 10 Februari 2022.

madani untuk memenuhi kebutuhan beliau, serta proses diterimanya pembiayaan yang tidak terlalu lama, dan persyaratan yang harus dipenuhi mudah untuk dipahami.

Wawancara dengan Bapak Chandra pemilik *Yanti Collection* sebagai berikut: “saya tau bank syariah, awal tau bank syariah dulu waktu masih dagang di pasar sering liat salesnya, setau saya bank syariah egak pake bunga, waktu masih dagang dipasar dulu sering ditawarkan nabung ditawarkan pinjaman, waktu masih dagang dipasar itu banyak yang dateng nawarin, saya belum pake produk bank syariah karena biaya admin buat ambil uang di ATM bersamaan lumayan sedangkan ATM nya bank syariah inikan jarang ada, makanya belum minat di bank syariah di bank konvensional juga saya cuma pake KUR makanya kalau mau pake bank syariah kayanya belum.”⁸

Berdasarkan hasil wawancara dapat digambarkan bahwa Bapak Chandra mengetahui bank syariah sejak beliau masih berdagang di pasar kota Metro, beliau pernah menerima tawaran untuk menggunakan produk bank syariah melalui pegawai bank syariah, namun bapak Chandra belum memiliki ketertarikan untuk menggunakan produk bank syariah dikarenakan kurangnya keberadaan fasilitas bank syariah dan belum memiliki kebutuhan untuk menggunakan produk dari bank syariah.

Hasil wawancara dengan bapak Dedi Adam pemilik Metro Leather sebagai berikut: “saya iya tau bank syariah, tau bank syariah awalnya liat ada di poster kan ada yang di tempel di pinggir jalan, bank syariah itu bank islam semua transaksinya pakai dasar hukum islam, ya itu aja si tau bank syariah cuma dari poster-poster kalau lewat gitu tau banknya, kalau terima promosi langsung belum pernah, sekarang si belum tertarik buat pakai bank syariah, kaya ATM nya bank syariah gitukan masih jarang terus mau buka di bank syariah juga sekarang kaya belum perlu.”⁹

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Dedi dapat digambarkan beliau mengetahui bank syariah melalui poster yang berisi iklan produk bank

⁸Hasil Wawancara Dengan Bapak Chandra, Pemilik *Yanti Collection*, 09 April 2022.

⁹Hasil Wawancara Dengan Bapak Dedi Adam, Owner Metro Leather, Wawancara 23 November 2021

syariah, menurut bapak Dedi bank syariah dalam transaksinya menggunakan dasar hukum islam. Saat ini beliau belum tertarik untuk menggunakan produk bank syariah hal ini disebabkan karena ketersediaan fasilitas bank syariah seperti mesin ATM yang keberadannya masih sangat sedikit.

Hasil wawancara dengan bapak Wawan pengelola Jusimart sebagai berikut: “bank syariah tau, awal tau bank syariah dari perkuliahan, bank syariah gak pake bunga tapi pake margin pake bagi hasil, pernah liat promosi bank syariah di instagram sosial media, kalau secara langsung belum pernah terima promosi dari bank syariah, saya gak tertarik pake bank syariah karena emang gak tertarik sama bank mau bank syariah atau bank konvensional saya belum tertarik.”¹⁰

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Wawan pengelola Jusimart dapat digambarkan bahwa beliau mengetahui bank syariah melalui perkuliahan, bapak Wawan mengetahui bank syariah sebagai bank yang tidak menggunakan bunga dalam transaksinya melainkan menggunakan margin atau bagi hasil, beliau mengetahui promosi produk bank syariah melalui sosial media, saat ini bapak Wawan belum menggunakan produk bank syariah karena belum memiliki minat untuk menggunakan jasa bank baik bank syariah ataupun bank konvensional.

Hasil wawancara dengan Bapak Muji Mulyanto pemilik Mulya Jaya sebagai berikut: “bank syariah tau, tau bank syariah ada sepupu kerja di bank syariah, gak terlalu ngerti si taunya bank syariah ya bank islam, pernah liat spanduk bank syariah juga, saya belum mau pakai bank syariah kayanya buat transaksi masih susah bank syariah juga masih jarang, belum perlu aja untuk pakai bank syariah.”¹¹

Dapat digambarkan melalui hasil wawancara dengan bapak Muji Mulyanto bahwa beliau mengetahui bank syariah sebagai bank islam,

¹⁰ Hasil Wawancara Dengan Bapak Wawan, Pengelola Jusimart, 09 April 2022.

¹¹ Hasil Wawancara Dengan Bapak Muji Mulyanto, Pemilik Mulya Jaya, 11 April 2022.

awalmula bapak Muji mengetahui bank syariah melalui kerabat beliau yang bekerja di bank syariah selain itu bapak Muji pernah melihat spanduk bank syariah, untuk saat ini bapak Muji belum menggunakan produk bank syariah dikarenakan keterbatasan keberadaan fasilitas bank syariah.

C. Analisis Pengaruh Pengetahuan dan promosi terhadap minat pedagang menggunakan produk bank syariah

Berdasarkan data penelusuran yang peneliti lakukan kepada pedagang di Iringmulyo peneliti mengelompokkan tiga indikator yang berpengaruh dalam minat pedagang iringmulyo untuk menggunakan produk bank syariah. Adapun indikator tersebut sebagai berikut:

1. Kognisi (Mengenal)

Sesuai dengan teori yang telah peneliti paparkan di bab 2, kognisi atau mengenal menjadi salah satu indikator terbentuknya minat pedagang untuk menggunakan produk dari bank syariah.

Sejalan dengan teori indikator kognisi terhadap terbentuknya minat yang telah peneliti sampaikan di bab 2, yakni suatu minat didahului oleh suatu pengetahuan dan informasi mengenai obyek yang akan dituju oleh minat tersebut.¹² Dalam arti apabila pengetahuan atau informasi yang didapatkan mengenai suatu obyek disampaikan dengan baik dan diterima dengan baik pula oleh masyarakat maka akan mendukung terbentuknya minat untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Begitupula sebaliknya apabila informasi yang didapatkan mengenai suatu obyek sulit untuk

¹²Soulthan Saladin Batubara, Delyana Rahmawany pulungan, Musfa Yenti, "Analisis Determinan Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah," *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis* Vol. 20 No. 1 (2020): 28.

dipahami atau informasi yang diterima merupakan kekurangan mengenai suatu obyek maka minat yang muncul akan rendah, sehingga tidak menimbulkan minat untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan indikator kognisi menjadi indikator yang berpengaruh dalam minat pedagang untuk menggunakan atau tidak menggunakan produk bank syariah. Pada beberapa pedagang yang menggunakan produk bank syariah informasi diperoleh melalui promosi penjualan pribadi (*personal selling*), ada juga yang memperoleh pengetahuan melalui media promosi yang dipasang dijalanan atau yang terdapat diinternet, sebagian pedagang memutuskan kembali menggunakan produk bank syariah berdasarkan dengan pengalaman yang didapat. Pada penjualan pribadi, karyawan bank memberikan penjelasan meyeluruh mengenai produk yang ditawarkan sehingga berpengaruh dalam terbentuknya minat untuk menggunakan produk bank syariah, pada media promosi yang dipasang dijalanan atau internet berisi penjelasan dasar tentang produk yang menimbulkan rasa penasaran sehingga memicu pedagang untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai produk tersebut.

Sementara pada pedagang yang belum berminat terhadap bank syariah informasi yang didapatkan juga beragam yakni melalui penjualan pribadi, perkuliahan, maupun media promosi. Namun, upaya yang dilakukan ini belum mempengaruhi minat pedagang untuk menggunakan

produk bank syariah, hal ini disebabkan pengetahuan yang didapatkan tidak selalu mengenai kelebihan produk, melainkan beberapa pedagang mengetahui mengenai kurangnya fasilitas bank syariah yang belum mendukung kebutuhan pedagang dan keberadaan bank syariah yang masih jarang.

Dalam penelitian ini indikator kognisi terbentuk karena pedagang mendapatkan informasi baik melalui pengetahuan maupun melalui media promosi. Pada penelitian ini Promosi yang dilakukan oleh bank syariah berpengaruh terhadap minat pedagang untuk menggunakan produk bank syariah. Terlebih setelah pihak bank melakukan penjualan pribadi (*personal selling*) yang dilakukan melalui pribadi pegawai pada saat memberikan pelayanan maupun pada saat mempengaruhi calon nasabah untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Sedangkan pengetahuan pedagang mengenai bank syariah masih sangat rendah, pedagang hanya mengetahui bank syariah sebagai bank islam yang tidak terdapat riba dalam transaksinya.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Herwan Eko Saputro tahun 2018 tentang pengaruh promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah yang membuktikan promosi yang dilakukan secara langsung tanpa adanya perantara mampu meningkatkan jumlah nasabah dari tahun 2016 hingga 2017 berjumlah 1123 nasabah atau naik 26,6% meningkat secara signifikan.

2. Emosi (Perasaan)

Mengacu pada teori yang peneliti paparkan di bab 2, emosi adalah indikator yang mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan produk bank syariah yang berpengaruh melalui perasaan yang ditimbulkan. Jika dalam memberikan informasi mengenai bank syariah dapat dipahami oleh masyarakat maka perasaan atau emosi yang timbul akan baik. Begitupula apabila seseorang memiliki pengalaman yang baik terhadap sesuatu objek maka akan memicu perasaan ingin mencoba kembali atau memperpanjang sesuatu ditempat yang sama. Perasaan yang timbul mempengaruhi keputusan pedagang untuk menggunakan produk bank syariah atau tidak.

Berdasarkan data yang telah peneliti kumpulkan perasaan untuk menggunakan atau tidak menggunakan produk bank syariahmuncul ketika pedagang mendapatkan informasi mengenai bank syariah baik yang dilakukan secara langsung atau yang melalui media promosi. Selain informasi, pengalaman juga mempengaruhi perasaan pada pedagang untuk kembali menggunakan produk dari bank syariah yang sama.

Dilihat dari hasil wawancara pedagang memutuskan menggunakan produk bank syariah setelah mengetahui spesifikasi produk dan menyesuaikan dengan kebutuhan. Perasaan suka pedagang timbul ketika kebutuhannya terpenuhi dan hasil yang didapatkan memuaskan maka menimbulkan keinginan untuk kembali menggunakan produk dari bank syariah yang sama. Setelah pedagang mendapatkan pengetahuan atau

menerima media promosi baik promosi yang dilakukan secara langsung atau menggunakan media promosi, pedagang mencari tahu lebih lanjut mengenai produk bank syariah melalui media lain seperti internet, hal ini merupakan bentuk respon baik yang di keluarkan oleh pedagang terhadap produk yang di tawarkan.

Sementara pada pedagang yang belum menggunakan produk bank syariah perasaan yang timbul didukung oleh informasi yang diterima dan disesuaikan dengan kebutuhan. Pada penelitian ini pedagang tidak memiliki perasaan senang terhadap produk bank syariah karena keterbatasan fasilitas yang belum memadai kebutuhan pedagang.

Hal ini sejalan dengan teori indikator emosi yang peneliti sampaikan di bab 2, yaitu adanya unsur emosi atau perasaan yang disebabkan karena dalam partisipasi atau pengalaman disertai dengan perasaan tertentu.¹³ Dalam penelitian ini setelah bank syariah melakukan upaya untuk memberikan informasi kepada pedagang maka akan menimbulkan perasaan dalam diri pedagang, perasaan yang timbul akan mempengaruhi keputusan pedagang untuk menggunakan atau tidak menggunakan produk dari bank syariah. Pengalaman juga berpengaruh terhadap terbentuknya perasaan, dalam hal ini pedagang kembali memutuskan untuk menggunakan produk dari bank syariah yang sama disebabkan karena terpenuhinya suatu kebutuhan sehingga menimbulkan

¹³Soulthan Saladin Batubara, Delyana Rahmawany pulungan, Musfa Yenti, "Analisis Determinan Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah," *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis* Vol. 20 No. 1 (2020): 28.

perasaan senang dan ingin kembali menggunakan produk dari bank yang sama.

3. Konasi (Kehendak)

Melalui teori yang terdapat pada bab 2, terdapat indikator konasi atau kehendak yang berpengaruh terhadap minat pedagang untuk menggunakan produk bank syariah. Indikator ini merupakan indikator lanjutan dari kedua indikator sebelumnya. Pada indikator ini minat pedagang dapat diukur melalui respon yang di berikan setelah mengetahui produk bank syariah. Dalam penelitian ini, peneliti melihat bahwa kehendak pedagang terhadap produk bank syariah dipengaruhi oleh informasi yang didapat, apabila informasi disampaikan dan diterima dengan baik oleh pedagang maka akan menimbulkan kehendak untuk menggunakan produk bank syariah, begitu pula sebaliknya kehendak pedagang untuk menggunakan produk bank syariah tidak muncul apabila informasi yang didapat tidak tepat.

Hal ini dibuktikan melalui hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada pedagang, dimana kehendak yang muncul pada diri pedagang berbeda-beda sesuai dengan informasi yang diterima. Beberapa pedagang yang menerima tawaran produk secara langsung akan diberi penjelasan secara merinci sehingga menimbulkan kehendak pada diri pedagang untuk menggunakan produk bank syariah. Selain itu adapula pedagang yang mengetahui produk bank syariah melalui media promosi seperti papan reklame, poster, pamflet di sosial media, dan lain sebagainya. Namun,

meskipun hanya melalui media promosi kehendak pedagang yang timbul cukup baik hal ini dibuktikan setelah melihat media promosi produk bank syariah pedagang kembali mencari informasi mengenai produk tersebut melalui internet. Beberapa pedagang memutuskan untuk kembali menggunakan produk bank syariah setelah memiliki pengalaman baik terhadap bank syariah sehingga menimbulkan kehendak untuk kembali menggunakan produk dari bank syariah yang sama.

Namun meski demikian masih ada pedagang yang belum memiliki kehendak untuk menggunakan produk bank syariah, meskipun sudah menerima informasi mengenai bank syariah baik secara langsung maupun melalui media promosi. Hal ini disebabkan karena pedagang mengetahui kurangnya fasilitas bank syariah yang belum mendukung kebutuhan. Sehingga tidak menimbulkan kehendak pedagang untuk menggunakan produk bank syariah.

Sesuai dengan teori indikator konasi (kehendak) yang peneliti paparkan dibab 2, yakni konasi atau kehendak merupakan unsur lanjutan dari kedua unsur sebelumnya, yang diwujudkan dalam bentuk kemauan dan hasrat untuk melakukan suatu kegiatan.¹⁴ Dalam penelitian ini kehendak pedagang muncul setelah pedagang mengenal apa itu produk bank syariah kemudian pedagang menyesuaikan produk tersebut dengan kebutuhannya dan menimbulkan suatu emosi berupa perasaan suka atau

¹⁴Soulthan Saladin Batubara, Delyana Rahmawany pulungan, Musfa Yenti, "Analisis Determinan Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah," *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis* Vol. 20 No. 1 (2020): 28.

tidak suka yang kemudian akan mendorong kehendak pedagang untuk menggunakan atau tidak menggunakan produk bank syariah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh pengetahuan dan promosi terhadap minat pedagang Iringmulyo dalam menggunakan produk bank syariah, dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga indikator yang membentuk minat pedagang Iringmulyo untuk menggunakan produk bank syariah yaitu indikator kognisi (mengetahui), indikator emosi (perasaan), indikator konasi (kehendak). Indikator kognisi (mengetahui) mempengaruhi minat pedagang berdasarkan informasi atau pengetahuan tentang bank syariah, setelah memiliki pengetahuan mengenai bank syariah indikator emosi terbentuk dimana muncul rasa suka atau tidak suka sehingga mempengaruhi keinginan untuk menggunakan produk bank syariah atau tidak, kemudian muncul kehendak dalam diri pedagang untuk menggunakan atau tidak menggunakan produk bank syariah atau kembali menggunakan produk dari bank syariah yang sama. Indikator kognisi dalam penelitian ini menjadi indikator penentu yang sangat berpengaruh dalam terbentuknya minat pedagang Iringmulyo untuk menggunakan produk bank syariah.

B. Saran

1. Bagi pedagang Iringmulyo yang belum menggunakan produk bank syariah, diharapkan suatu saat untuk menggunakan produk atau jasa bank syariah, karena jumlah pedagang yang cukup banyak berpotensi besar untuk mendukung perkembangan perbankan syariah.
2. Bagi bank syariah diharapkan untuk meningkatkan promosi kepada masyarakat agar semakin banyak masyarakat yang memiliki minat untuk menggunakan produk bank syariah. Selain itu diharapkan agar bank syariah dapat dengan segera memperluas fasilitas yang dibutuhkan oleh nasabah sehingga nasabah merasa puas dan akan terus menggunakan produk atau jasa bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Amri, Junaidi, dan Yulmardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Penerapannya* (ttt: IPB Press, 2009).
- Arif, M. Nur Rianto Al, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabetta, 2012).
- Ariyadi, Maria Ulfa, "Sosial Media Sarana Promosi Pada Pedagang Pakaian Di Pasar Sudimampir Banjarmasin, " *Jurnal Transpormatif IAIN Palangka Raya* Vol. 3, No. 1 (April 2019).
- Astuti, Tri, Rr. Indah Mustikawati, "Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah, " *Jurnal Nominal* Vol. 2 No.1 (2013).
- Batubara, Soulthan Saladin, Delyana Rahmawany pulungan, Musfa Yenti, "Analisis Determinan Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah, " *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis* Vol. 20 No. 1 (2020).
- Chotifah, Yuliana Siti, "Peningkatan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Program *Office Channeling*, " *Journal of Finance and Islamic Banking* Vol. 1 No.1 (Juni 2018).
- Data Monografi Kelurahan Iringmulyo 2021.
- Eltika, Tetra Yanti, Mariana St.B Tanjung, "Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bank Nagari Cabang Sawahlunto," *Akademi Keuangan Dan Perbankan Padang*, n.d.
- Fathoni, Abdurrahmat, *Metodologi Penelitan & Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006).
- Firman, Rachmad Nor, "Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah Mandiri Pasuruan, " *STAI Salahuddin Pasuruan*, n.d.
- Ibrahim, *Metodelogi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian Beserta Contoh Proposal Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2015).
- Kaluku, Firliyanti, Silvy L. Mandey, Djurwaty Soepeno, "Analisis Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Unggulan

Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Manado, ” *Jurnal EMBA* Vol. 6 No. 2 (April 2018).

Karim, Adiwarmanto A, *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014).

Masykuroh, Elly, “Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Prinsip Syariah Terhadap Minat Masyarakat Dalam Memilih Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Lingkungan Warga Dusun Blokagung RT 02/04 Desa Karangdoro Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi).

Mawardi, “Pengaruh Promosi Tabungan Bank Sumsel Babel Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Palembang, ” *Al-Tijary Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* Vol.4 No.1 (2018).

Mursid, M, *Manajemen Pemasaran*(Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003).

Nastiti, Niken, Arif Hartono, Ika Farida Ulfah, “Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Perbankan, Pengetahuan Produk Perbankan, Pengetahuan Pelayanan Perbankan, Dan Pengetahuan Bagi Hasil Terhadap Prefensi Menggunakan Jasa Perbankan Syariah, ” *Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen Dan Bisnis* Vol. 1 No. 1 (June 2018).

Ortega, Daniel, Anas Alhifni, “Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah, ” *EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 5 No. 1 (2017).

Romdhoni, Abdul Haris, Dita Ratnasari, “Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, Dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan Produk Simpanan Pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah, ” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol.4 No.02 (2018).

Rusliani, “Analisis Model Promosi Bank Muamalat Indonesia Terhadap Market Share Kota Bandar Lampung, ” *Jurnal Ekonomi Islam* 8 No. 1 (Mei 2017).

Saepudin, Encep, Safitri Mukarromah, “Strategi Pemasaran Perbankan Syariah Di Banyumas, ” *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam* Vol.19 No.2 (September 2018).

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016).

Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, 2nd ed. (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2012).

Undang-Undang Republik Indonesia No.21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah Pasal 1 Ayat (16).

Wiroso, *Produk Perbankan Syariah* (Jakarta: LPFE Usakti, 2011).

Yulianti, Rahmah, "Pengaruh Minat Masyarakat Aceh Terhadap Keputusan Memilih Produk Perbankan Syariah Di Kota Banda Aceh, " *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis* Vol. 2 No.1 (Maret 2015).

LAMPIRAN –LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : 0377/In.28.1/J/TL.00/02/2022
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Zumarah (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama	: AULIA NABILA
NPM	: 1704100199
Semester	: 10 (Sepuluh)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	: S1 Perbankan Syariah
Judul	: KONTRIBUSI PENGETAHUAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA PEDAGANG DI IRINGMULYO KOTA METRO)

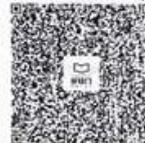
Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 04 Februari 2022
Ketua Jurusan,



Muhammad Ryan Fahlevi M.M
NIP 19920829 201903 1 007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 0399/In.28/D.1/TL.00/02/2022
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
KEPALA KANTOR KESBANGPOL
KOTA METRO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 0398/In.28/D.1/TL.01/02/2022,
tanggal 08 Februari 2022 atas nama saudara:

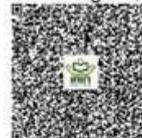
Nama : **AULIA NABILA**
NPM : 1704100199
Semester : 10 (Sepuluh)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di IRINGMULYO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "KONTRIBUSI PENGETAHUAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA PEDAGANG DI IRINGMULYO KOTA METRO)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 08 Februari 2022
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001

OUTLINE

KONTRIBUSI PENGETAHUAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MENGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA PEDAGANG DI IRINGMULYO KOTA METRO)

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN NOTA DINAS

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Pengetahuan dan Promosi

1. Pengertian pengetahuan
 2. Pengertian Promosi
 3. Bauran Promosi
 4. Tujuan Promosi
- B. Minat
1. Pengetian Minat
 2. Indikator Minat
- C. Produk Bank Syariah
1. Penghimpun Dana (*funding*)
 2. Penyaluran Dana (*financing*)
 3. Produk Jasa (*service*)

BAB III METODELOGI PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
1. Jenis Penelitian
 2. Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
1. Sumber Data Primer
 2. Sumber Data Skunder
- C. Teknik Pengumpulan Data
1. Metode Wawancara
 2. Metode Dokumentasi
- D. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian
- B. Pengetahuan dan promosi terhadap minat pedagang menggunakan produk bank syariah
- C. Analisis Pengetahuan dan promosi terhadap minat pedagang menggunakan produk bank syariah

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
RIWAYAT HIDUP**

Menyetujui,
Dosen Pembimbing



Zumaroh, M.E.Sy
NIP.197904222006042002

Metro, Desember 2021

Peneliti



Aulia Nabila
NPM. 1704100199

**KONTRIBUSI PENGETAHUAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA
PEDAGANG DI IRINGMULYO KOTA METRO)**

**ALAT PENGUMPULAN DATA
(APD)**

A. Pedoman Wawancara dengan Pedagang Di Iringmulyo Kota Metro

1. Apakah anda mengetahui bank syariah?
2. Dari mana anda mengetahui mengenai bank syariah?
3. Apa yang anda ketahui mengenai bank syariah?
4. Apakah anda pernah mendapatkan promosi produk bank syariah?
5. Melalui media apa anda mendapatkan promosi bank syariah?
6. Apakah anda berminat menggunakan produk bank syariah?
7. Berikan alasan mengapa anda berminat atau tidak berminat menggunakan produk bank syariah?

B. Pedoman Dokumentasi

1. Dokumentasi data yang berkaitan dengan gambaran umum Iringmulyo Kota Metro.
2. Dokumentasi hasil wawancara dengan pedagang di Iringulyo Kota Metro.

Menyetujui,
Dosen Pembimbing



Zumaroh, M.E.Sy
NIP.197904222006042002

Metro, Desember 2021
Peneliti



Aulia Nabila
NPM. 1704100199



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Aulia Nabila
NPM : 104100199
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Kontribusi Pengetahuan Dan Promosi Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus Pada Pedagang Di Iringmulyo Kota Metro)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 16%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 7 Jun 2022
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



Muhammad Ryan Fahlevi
NIP.199208292019031007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iaim@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-555/In.28/S/U.1/OT.01/05/2022**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Aulia Nabila
NPM : 1704100199
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

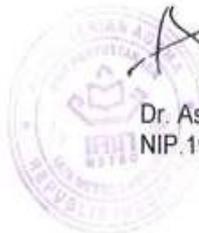
Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2021 / 2022 dengan nomor anggota 1704100199

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 27 Mei 2022
Kepala Perpustakaan


Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H.
NIP.19750505 200112 1 002





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

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : febi@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

BLANGKO KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : AULIA NABILA Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS
NPM : 1704100199 Semester/TA : VIII/2021

No	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
1	Kamis 10 Juni 2021	Bimbingan Proposal Bab I dan II - Perbaiki LBM, urutkan mulai dari teori inti variabel judul sampai fakta / cerita dilampiran - Rubah Pertanyaan Penelitian sesuai dengan jenis penelitian - Manfaat penelitian secara praktis harus sesuai dengan judul - Berikan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini - Jelaskan mengenai media promosi di dalam bauran promosi - Jangan menggunakan simbol pada penulisan	

Dosen Pembimbing

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 197904222006042002

Mahasiswa Ybs.

Aulia Nabila
NPM. 1704100199



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

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : febi@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

BLANGKO KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : AULIA NABILA Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS
NPM : 1704100199 Semester/TA : VIII/2021

No	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
2	Kamis 24 Juni 2021	<ul style="list-style-type: none">- fokus cari data yang bercerita tentang alasan tidak minat menabung di Bank Syariah karena promosi banknya.- masukkan perbedaan penelitian secara substansi.- carilah UU Bank Syariah tahun 2008 untuk menjelaskan pengertian nasabah.- Berikan alasan mengapa memilih FEBI IAIN Metro sebagai tempat penelitian.- Tambahkan Kasubag Akademik FEBI, Jumlah mahasiswa perprodi dan dosen Praktek Bank Syariah jika ada. Tambahkan di sumber data primer- penjelasan operasional di penelitian	

Dosen Pembimbing

Zumaroh, M.E.Sy

NIP. 197904222006042002

Mahasiswa Ybs.

Aulia Nabila

NPM. 1704100199



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

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : febi@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

BLANGKO KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : AULIA NABILA Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS
NPM : 1704100199 Semester/TA : VIII/2021

No	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	1-10-2021	<ul style="list-style-type: none">- penomoran halaman, sesuai pedoman- perhatikan penulisan di - sebagai awal atau kata depan- Jangan membuat redaksi kalimat dan paragraf yg cenderung jadi simpulan- Jangan menggunakan kata sapaan - ex: aku, dia- Jelaskan nilai ketemuan penelitian anda.- Teknik sampling - diambil berapa persen?- Sumber data sekunder, apa dokumen promosinya	

Dosen Pembimbing

Zumaroh, M.E.Sy

NIP. 197904222006042002

Mahasiswa Ybs.

Aulia Nabila

NPM. 1704100199



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

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : febi@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

BLANGKO KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : AULIA NABILA Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS
NPM : 1704100199 Semester/TA : VIII/2021

No	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	3/2021 "	Acc proposal, bisa diseminarkan lengkapi berkas yg lain	

Dosen Pembimbing

Zumaroh, M.E.Sy

NIP. 197904222006042002

Mahasiswa Ybs.

Aulia Nabila

NPM. 1704100199



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouiniv.ac.id; E-mail: syariah.iaim@metrouiniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Aulia Nabila**
NPM : 1704100199

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : IX / 2021-2022

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	28 / 21 / 12	<ul style="list-style-type: none">- Teorinya disederhanakan jangan terlalu gemuk- Sesuaikan kebutuhan Pisah analisis dan fokus penelitian- sumber data sekunder tulis buku inti saja- APD Tambahkan pedoman dokumentasi	

Dosen Pembimbing

Zumaroh, S.E.L., M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs.

Aulia Nabila
NPM. 1704100199



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; email: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Aulia Nabila**
NPM : 1704100199

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / SI PBS
Semester / TA : IX / 2021-2022

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	14-1-2022	Acc APD, lanjutkan pengumpulan data penelitian	<i>f</i>

Dosen Pembimbing

Zumaroh, S.E.I., M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs.

Aulia Nabila
NPM. 1704100199



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

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : febi@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

BLANGKO KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : AULIA NABILA Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS
NPM : 1704100199 Semester/TA : VIII/2021

No	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	25-5-2022	Acc Skripsi, dapat di- munaosyahkan, lengkapi berkas skripsi (Cover - Lampiran	

Dosen Pembimbing

Zumaroh, M.E.Sy

NIP. 197904222006042002

Mahasiswa Ybs.

Aulia Nabila

NPM. 1704100199



MONOGRAFI KELURAHAN

**KELURAHAN IRINGMULYO
KECAMATAN METRO TIMUR
KOTA METRO
PROVINSI LAMPUNG
TAHUN 2021**

**PEMERINTAH KOTA METRO
KECAMATAN METRO TIMUR – KOTA METRO
PROVINSI LAMPUNG**

DATA MONOGRAFI KELURAHAN

1. Kelurahan : IRINGMULYO
 2. Nomor Kode : C.4.1
 3. Kecamatan : Metro Timur
 4. Pemerintah : Kota Metro
 5. Propinsi : Lampung
 6. Keadaan Data : Bulan Desember Tahun 2020
-

I. BIDANG PEMERINTAHAN.

A. UMUM

a. Luas dan Batas Wilayah

- 1) Luas Kelurahan : 221 Ha
- 2) Batas Wilayah :
 - a) Sebelah Utara : Kelurahan Yosorejo dan Kelurahan Yosodadi
 - b) Sebelah Selatan : Kelurahan Tejoagung
 - c) Sebelah Barat : Kelurahan Metro
 - d) Sebelah Timur : Banjar Rejo dan Kelurahan Yosodadi

b. Kondisi Geografis

- 1) Ketinggian Tanah dari Permukaan Laut : 25 – 60 M
- 2) Banyaknya Curah Hujan : 2.000 mm/tahun
- 3) Topografi (Dataran Rendah, Tinggi dll) : -
- 4) Suhu Udara Rata-rata : 26° - 28°

c. Orbitasi (Jarak dari Pusat Pemerintahan Kelurahan)

- 1) Jarak dari Pusat Pemerintahan Kecamatan: 1 Km
- 2) Jarak dari Pusat Pemerintahan Kota : 2 Km
- 3) Jarak Dari Ibu Kota Propinsi : 48 Km

B. PERTANAHAN

1. STATUS

- a. Sertifikat Hak Milik : 201 Buah, 37,35 Ha
- b. Hak Guna Usaha : - Buah, - Ha
- c. Hak Guna Bangunan : - Buah, - Ha
- d. Sertifikat Hak Pakai : 2 Buah, 2 Ha
- e. Tanah yang Dikelola :
 - Pemerintah Kelurahan : - Buah, - Ha
 - 1) Tanah Bengkok : - Ha
 - 2) Tanah Makam : 3 Ha
 - 3) Tanah Lainnya : - Ha

2. PERUNTUKAN

a. Jalan	:	32	Km
b. Sawah dan lading	:	19,6	Ha
c. Bangunan Umum	:	17,4	Ha
d. Kolam	:	15,67	Ha
e. Pemukiman Umum	:	102,50	Ha
f. Jalur Hijau	:	0,1	Ha
g. Pekuburan	:	4,4	Ha
h. Lain-lain	:	-	Ha

3. PENGGUNAAN

a. Industry	:	-	Ha
b. Pertokoan	:	5,05	Ha
c. Perkantoran	:	4,4	Ha
d. Pasar Pagi	:	-	Ha
e. Tanah Wakaf	:	3	Ha
f. Tanah Sawah			
1) Irigasi Teknis	:	18,6	Ha
2) Irigasi Setengah Teknis	:	-	Ha
3) Tadah Hujan	:	-	Ha
g. Tanah Kering			
1) Pekarangan	:	80,20	Ha
2) Tegalan	:	8	Ha
3) Tempat Rekreasi	:	0,1	Ha
h. Tanah yang Belum Di Kelola	:	-	Ha
1) Rawa	:	-	Ha
2) Lain - lain	:	-	Ha

C. KEPENDUDUKAN

1. Jumlah Penduduk Menurut	:		
a. Jenis Kelamin	:		
1) Laki - laki	:	7.012	orang
2) Perempuan	:	6.576	orang
3) Jumlah Seluruhnya	:	13.588	orang
b. Kepala Keluarga	:	4.100	KK
c. Kewarganegaraan	:		
1) WNI	:		
a) Laki - laki	:	7.012	orang

- b) Perempuan : 6.576 orang
 c) Jumlah Seluruhnya : 13.588 orang
- 2) WNA
- a) Lami – laki : - orang
 b) Perempuan : - orang
 c) Jumlah Seluruhnya : - orang

2. Jumlah Penduduk Menurut Agama

No.	Agama	L	P	Jumlah (Orang)
a.	Islam	6.886	6.007	12.802
b.	Kristen	208	232	440
c.	Katholik	93	88	181
d.	Hindu	43	28	71
e.	Budha	181	221	402
Jumlah				13.588

3. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur

No.	Kelompok Umur (Tahun)	L	P	Jumlah (Orang)
1.	00 - 04	442	472	914
2.	05 - 06	219	191	410
3.	07 - 12	730	711	1.481
4.	13 - 15	342	284	626
5.	16 - 18	335	285	620
6.	19 - 26	891	981	1.872
7.	27 - 40	1.803	1.983	3.786
8.	41 - 55	1.380	1.324	2.704
9.	56 - 60	292	298	590
10.	60 tahun ke atas	285	300	585
Jumlah		6.759	6.829	13.588

Data Monografi Kelurahan -3--

4. Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan

No.	Pendidikan	L	P	Jumlah (Orang)
a.	Lulusan Pendidikan Umum			
	1) Sekolah Dasar	763	849	1.612
	2) SMP/SLTP	924	903	1.827
	3) SMA/SLTA	2.160	2.007	4.167
	4) Akademi (DI - DIII)	210	380	590
	5) Sarjana (S1 - S3)	668	693	1.361
b.	Lulusan Pendidikan Khusus			
	1) Pondok Pesantren			240
	2) Madrasah			163
	3) Pendidikan Keagamaan			1.036
	4) Sekolah Luar Biasa			
	5) Kursus / Keterampilan			
	6) Lain - lain			
	Jumlah			

5. Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencabarian

No.	Mata Pencabarian	L	P	Jumlah (Orang)
a.	Pegawai/Karyawan			
	1) Pegawai Negeri Sipil	365	361	726
	2) TNI/Polri	69	5	74
	3) Karyawan (Swasta/BUMN/BUMD)	565	283	848
b.	Wiraswasta/Pedagang	1.073	381	1.454
c.	Tani	111	18	129
d.	Pertukangan	44	-	44
e.	Buruh	1.167	153	1.620
f.	Pensiunan	125	45	170
g.	Industri Kecil/Rumah Tangga	7	4	11
h.	Sektor Informal	230	160	390
i.	Jasa	24	21	45
	Jumlah			

Data Monografi Kelurahan -4-

6. Jumlah Penduduk Menurut Suku Bangsa

No.	Suku Bangsa	L	P	Jumlah (Orang)
a.	Lampung	1.785	1.965	3.750
b.	Jawa	3.981	3.690	7.671
c.	Sunda	233	240	473
d.	Palembang	140	204	344
e.	Padang	348	361	709
f.	Bali	122	127	249
g.	Tapanuli	251	257	508
h.	Lain - lain			
	Jumlah			

7. Jumlah Penduduk Mobilitas/Mutasi Penduduk

No.	Mutasi Penduduk Karena	L	P	Jumlah (Orang)
1.	Lahir			
2.	Mati			
3.	Datang			
4.	Pergi/Pindah			
	Jumlah			

D. JUMLAH PERANGKAT KELURAHAN

No.	Perangkat	L	P	Jumlah (Orang)
1.	Lurah	1		1
2.	Sekretaris Lurah		1	1
3.	Kasi	1	2	3
4.	Kasubs	-	-	-
	Jumlah			

E. PEMBINAAN KEWILAYAHAN

No.	Lembaga	L	P	Jumlah (Orang)
1.	Pengurus RW			
	a. Ketua	18	1	18
	b. Sekretaris	16	2	18
	c. Bendahara	13	5	18
2.	Pengurus RT			
	a. Ketua	34	8	42
	b. Sekretaris	34	8	42
	c. Bendahara	29	13	42
	Jumlah			

F. PAJAK / RETRIBUSI

1. Pajak Bumi dan Bangunan (PBB)
 - a. Jumlah Wajib Pajak (WP) : 3.011 Orang
 - b. Jumlah SPPT : 3.011 Buah
 - c. Jumlah Ketetapan : Rp. 497.633.133
 - d. Jumlah Realisasi : Rp. 363.516.426
2. Pajak Penerangan Jalan
 - a. Jumlah Wajib Pajak : 3.011 Orang
 - b. Jumlah SPPT : 3.011 Buah
 - c. Jumlah Ketetapan : Rp. 497.633.133
 - d. Jumlah Realisasi : Rp. 363.516.426

G. SURAT KEPUTUSAN KELURAHAN

1. Jumlah Keputusan Kelurahan : 35 Buah
2. Jumlah Keputusan Lurah yang Bersifat Mengatur : - Buah
3. Jumlah Keputusan Lurah yang Bersifat Tindak Lanjut Ops : - Buah

H. KEUANGAN PEMERINTAH KELURAHAN

No.	Jenis	Rutin	Pembangunan	Jumlah
1.	Bantuan Pemerintah Kota Metro	76.747.500	350.000.000	350.000.000
2.	Swadaya Masyarakat		-	-
3.	Usaha Ekonomi Kelurahan		-	-
4.	Lain-lain (GSW)		-	970.526.700
Jumlah				

I. KETENTRAMAN DAN KETERTIBAN UMUM

1. Pembinaan Linmas

No	Pembinaan Linmas	L	P	Jumlah (Orang)
a.	Jumlah Anggota	10	-	10
b.	Jumlah Linmas Terlatih	10	-	10
c.	Jumlah Linmas Ber-KTA (Memiliki Kartu Tanda Anggota)	10	-	10
Jumlah				

2. Ketentraman dan Ketertiban :
- a. Jumlah Kejadian Kriminal : 50 Kali
 - b. Jumlah Kejadian Bencana alam : 1 Kali
 - c. Jumlah Operasi Penertiban : - Kali
 - d. Jumlah Penyuluhan Masyarakat : 3 Kali
 - e. Jumlah Kenakalan Remaja : - Kali
 - f. Jumlah Pos Kamling : 18 Buah
 - g. Alat Pemadam Kebakaran : 1 Buah
 - h. Jumlah Tim Ronda Malam : 18 Kelompok
 - i. Jumlah SATPAM : 40 Orang

BIDANG PEMBANGUNAN

A. AGAMA

Jumlah Sarana Peribadatan

- 1. Masjid : 15 Buah
- 2. Mushola : 10 Buah
- 3. Gereja : 1 Buah
- 4. Vihara : 2 Buah
- 5. Pura : - Buah
- 6. Kapel : - Buah

B. KESEHATAN

- 1. Rumah Sakit Umum Daerah Pemerintah: - Buah
- 2. Rumah Sakit Swasta : - Buah
- 3. Rumah Sakit Bersalin : 3 Buah
- 4. Poliklinik : 1 Buah
- 5. Laboratorium : 1 Buah
- 6. Apotek/Depot Obat : 6 Buah

C. PENDIDIKAN

1. Pendidikan Umum

No	Jumlah Pendidikan	Negeri			Swasta		
		Gedung	Guru	Murid	Gedung	Guru	Murid
		Buah	Orang	Orang	Buah	Orang	Orang
1	Kelompok Bermain				5	27	53
2	Taman Kanak - Kanak				2	20	170
3	Sekolah Dasar	3	62	540			
4	SMP/SLTP	2	75	755			
5	SMA/SLTA	1	40	306			
6	S M K	2	80	480			
7	Akademi						
8	Perguruan Tinggi	2	200	1.000			
	Jumlah						

2. Pendidikan Khusus

No.	Jenis Pendidikan	Gedung (Buah)	Guru/Pelatih (Orang)	Murid (Orang)
a.	Pondok Pesantren	4		
b.	Madrasah	-		
c.	Sekolah Luar Biasa	-		
	1) SLB "A"			
	2) SLB "B"			
	3) SLB "C"			
d.	Sarana Pendidikan Non Formal			
	1) BLK (Balai Latihan Kerja)			
	2) Kursus :			
	a) Bengkel Mobil/Motor			
	b) Bengkel Radio			
	c) Menjahit			
	d) Salon Kecantikan			
	e) Setir Mobil			
	f) Lain - lain (Mengetik, Tata Boga, Bahasa)			
	3) LPK (Lembaga Pelatihan Kerja)			
	Jumlah			

D. SARANA OLAAHRAGA/KESENIAN/KEBUDAYAAN DAN SOSIAL

1. Olahraga

- a. Lapangan Sepak Bola : 1 Buah
- b. Lapangan Basket : 6 Buah
- c. Lapangan Voli : 6 Buah
- d. Lapangan Bulutangkis : 6 Buah
- e. Lapangan Tennis Meja : 5 Buah
- f. Lapangan Tennis : - Buah
- g. Lapangan Atletik : - Buah
- h. Kolam Renang Untuk Umum : 1 Buah
- i. Rumah Bilyard : - Buah

2. Lapangan Futsal

3. Kesenian/Kebudayaan

- a. Sarana Krida : - Buah
- b. Gelanggang Remaja : - Buah
- c. Gedung Kesenian : - Buah
- d. Gedung Bioskop : - Buah

4. Sosial

- a. Panti Asuhan : - Buah
- b. Panti Wreda : - Buah
- c. Panti Laras : - Buah
- d. Panti Pijat : - Buah
- e. Rumah Jompo : - Buah

E PRASARANA PERHUBUNGAN

1. Jalan

- a. Lingkungan/Gang : 5 Km
- b. Tanah : - Km
- c. Batu/Underlath : 8 Km
- d. Aspal : 12 Km
- e. Hotmix : 6 Km
- f. Provinsi : 2 Km

2. Jembatan : 190 Unit

3. Terminal (Oplet, Mikrolet, Bus, dll) : - Buah

F. SARANA KOMUNIKASI

- 1. Kantor Pos : (ada / tidak ada)
- 2. Kantor Pos Pembantu : (ada / tidak ada)
- 3. Kantor Telkom : - Buah
- 4. Pemancar Radio : 1 Buah

G. SARANA TRANSPORTASI

- 1. Sepeda : 700 Buah
- 2. Becak : 18 Buah
- 3. Sepeda Motor : 500 Buah
- 4. Oplet/Mikrolet : 10 Buah
- 5. Mobil Dinas : 10 Buah
- 6. Mobil Pribadi : 70 Buah
- 7. Truk : 30 Buah
- 8. Lain - lain : - Buah

H. INDUSTRI

- 1. Besar : - Buah
- 2. Sedang : - Buah
- 3. Kecil : - Buah
- 4. Rumah Tangga : 5 Buah

I. PARIWISATA

1 Tempat Rekreasi/Hiburan	2 Buah
2 Hotel	2 Buah
3 Losmen	- Buah
4 Restora	- Buah
5 Karaoke	- Buah
6 Diskotik	- Buah

J. PENGAIRAN

1. Saluran Irigasi	: 120 Buah
2. Gorong – gorong	: 40 Buah
3. Pompa Air	: 4 Buah
4. Pembagi Air	: 2 Buah

K. PERTANIAN

1. Padi dan Palawija	
a. Padi	17,6 Ha, 10 Ton
b. Jagung	6 Ha, 3 Ton
c. Ketela Pohon	2 Ha, 3,64 Ton
d. Kacang Tanah	1 Ha, 0,7 Ton
e. Ketela	- Ha, - Ton
f. Kedelai	- Ha, - Ton
2. Sayur – sayuran	3 Ha, 3,58 Ton
3. Buah – buahan	
a. Pisang	1 Ha, 2,5 Ton
b. Pepaya	- Ha, - Ton
c. Semangka	- Ha, - Ton
d. Rambutan	- Ha, - Ton
e. Salak	- Ha, - Ton
f. Lain – lain	- Ha, - Ton

L. PERKEBUNAN

1. Empon – empon	- Ha, - Ton
2. Lain – lain	- Ha, - Ton

M. PERIKANAN

	1 Ha, 1 Ton
--	-------------

N. PETERNAKAN

1. Ayam Kampung	: 420 Ekor
2. Ayam Ras	: 3.000 Ekor
3. Ayam Arab	: - Ekor
4. Itik	: 100 Ekor
5. Sapi Biasa	: 12 Ekor
6. Kerbau	: - Ekor
7. Burung Puyuh	: - Ekor
8. Lain - lain	: 67 Ekor

O. PERTAMBANGAN

1. Pasir	: - M ³
2. Lain - lain	: - M ³

P. PERDAGANGAN

1. Perdagangan	
a. Pasar Pagi	: - buah, - Kios
b. Toko	: 505 Buah
c. Warung	: 164 Buah
d. Kaki Lima	: 100 Buah
e. Pasar Swalayan	: 2 Buah
2. Jasa	
a. Bank	: 1 Buah
b. Travel	: - Buah
c. Notaris	: 1 Orang
d. Pengacara	: 1 Orang
e. Psycholog	: - Orang

Q. LINGKUNGAN HIDUP

a. Lokasi Pembuangan Sampah Sementara:	- Buah
b. Lokasi Pembuangan Sampah Akhir	: - Ha
c. Sarana Angukat Sampah	: 3 Unit
d. Personil Kebersihan	: 3 Orang
e. Sanitasi (Saluran Got)	: Meter

R. PERKOPERASIAN

1. Koperasi Simpan Pinjam	: - Buah
2. Koperasi Pegawai Negeri	: - Buah
3. Koperasi Pertanian	: - Buah
4. Usaha Ekonomi Rakyat	: - Buah
5. Koperasi Lainnya	: - Buah

S. PERUMAHAN DAN JENIS KOMPLEK PEMUKIMAN

1. Perumahan
 - a. Rumah Permanen : 2.752 Buah
 - b. Rumah Semi Permanen : 30 Buah
2. Rumah Darurat : - Buah
3. Komplek Pemukiman
 - a. BTN : - Unit, - Ha
 - b. PERUMNAS : - Unit, - Ha
 - c. Swadaya : 30 Unit, 3 Ha

T. KEJUJURAN LOMBA KECAMATAN YANG PERNAH DIDAPAT

1. Tingkat Kota : Juara I Lomba Kelurahan Tahun 2017
2. Tingkat Provinsi : Juara I Lomba Kelurahan Tahun 2017
3. Tingkat Nasional : -

U. KELEMBAGAAN

1. Jumlah Forum Muscam : - Buah
2. Jumlah LPM : 1 Buah
3. Jumlah Kader Pembangunan : 26 Orang
4. PKK
 - I. Jumlah Tim Penggerak : 1 Buah
 - II. Jumlah Kader PKK : 26 Orang

I. BIDANG KEMASYARAKATAN

A. KEAGAMAAN

1. Majelis Ta'lim : 4 Kelompok, 50 Anggota
2. Majelis Gereja : 1 Kelompok, 20 Anggota
3. Majelis Budha : 1 Kelompok, 27 Anggota
4. Majelis Hindu : 1 Kelompok, 13 Anggota
5. Remaja Masjid : 5 Kelompok, 75 Anggota
6. Remaja Gereja : - Kelompok, - Anggota
7. Remaja Budha : - Kelompok, - Anggota
8. Remaja Hindu : - Kelompok, - Anggota
9. Rukun Kematian : 18 Kelompok, 400 Anggota

B. KESEHATAN

1. Rumah Sakit Umum (RSU)
 - a. RSU Pemerintah : - Buah
 - b. RSU Swasta : - Buah
2. Rumah Sakit Bersalin/Balai Kesehatan Ibu dan Anak (BKIA) : 2 Buah

3. Posyandu
 - a. Jumlah Posyandu : 8 Buah
 - b. Jumlah Anggota : 56 Buah
 - c. Jumlah Pasien/Bulan : - Buah
4. Puskesmas
 - a. Jumlah Puskesmas : 1 Buah
 - b. Jumlah Dokter : 3 Orang
 - c. Tenaga Perawat : 9 Buah
 - d. Tenaga Bidan : 9 Buah
5. Puskesmas Pembantu
 - a. Jumlah Puskesmas : - Buah
 - b. Jumlah Dokter : - Buah
 - c. Tenaga Perawat : - Buah
6. Tenaga Bidan : - Buah
7. Praktek Dokter
 - a. Dokter Umum : 3 Orang
 - b. Dokter Gigi : 1 Orang
 - c. Dokter Penyakit Dalam : 1 Orang
 - d. Dokter Ahli Syaraf : - Orang
 - e. Dokter Mata : - Orang
 - f. Dokter THT : - Orang
 - g. Dokter Kulit : - Orang
 - h. Dokter Jiwa/Psykiater : - Orang
 - i. Dokter Hewan : - Orang

C. OLAHRAGA

1. Sepakbola : 1Kesebelasan
2. Basket : - Perkumpulan
3. Bola Voli : 2 Perkumpulan
4. Bulutangkis : 3 Perkumpulan
5. Tenis Meja : 1 Perkumpulan
6. Beladiri : - Perkumpulan
7. Tenis : - Perkumpulan
8. Renang : - Perkumpulan
9. Futsal : 2 Perkumpulan

D. KESENIAN / KEBUDAYAAN

- | | | |
|---------------------------------|-----|-------------|
| 1. Paduan Suara | : - | Kelompok |
| 2. Orkes Melayu | : - | Perkumpulan |
| 3. Kesenian Daerah | : - | Perkumpulan |
| 4. Band | : - | Perkumpulan |
| 5. Keroncong | : - | Perkumpulan |
| 6. Qosidah | : 4 | Perkumpulan |
| 7. Wayang Golek / Kulit / Orang | : - | Perkumpulan |

E. ORGANISASI SOSIAL

- | | | |
|--------------------------------------|-------|----------|
| 1. Pramuka | : - | Kelompok |
| 2. Karang Taruna | : 1 | Kelompok |
| 3. PSM (Pekerja Sosial Masyarakat) | : 1 | Orang |
| 4. Kelompok PKK | : 19 | Kelompok |
| 5. Desa Wisma | : 61 | Kelompok |
| 6. Penyandang Cacat / Tuna | | |
| a. Tuna Netra | : 4 | Anggota |
| b. Tuna Rungu | : 5 | Anggota |
| c. Tuna Grahita | : - | Anggota |
| d. Tuna Daksa | : 15 | Anggota |
| e. Tuna Susila | : - | Anggota |
| f. Tuna Wisma | : - | Anggota |
| 7. Nikah, Talak, Cerai, Rujuk | | |
| a. Nikah | : 100 | Orang |
| b. Talak | : - | Orang |
| c. Cerai | : - | Orang |
| d. Rujuk | : - | Orang |
| 8. Zakat, Infak, Shadakah | : - | Orang |

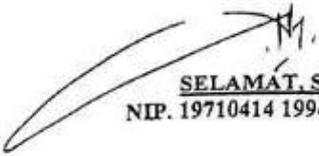
F. TENAGA KERJA

- | | | |
|-------------------------------------|-----|------|
| 1. Penyalur Pembantu Rumah Tangga | : - | Buah |
| 2. Penampung Pekerja ke Luar Negeri | : - | Buah |

KELURAHAN : IRINGMULYO

TANGGAL : 06 September 2022

LURAH


SELAMAT, S.I.P.

NIP. 19710414 199402 1 002



Dokumentasi Wawancara Dengan Bapak Dedi Pemilik Fotocopy Asyirkah.



Dokumentasi Wawancara Dengan Bapak Darna Setiadi Pemilik Kayu Watu.



Dokumentasi Wawancara Dengan Bapak Muji Mulyanto Pemilik Mulya Jaya.



Dokumentasi Wawancara Dengan Bapak Yudi Pemilik Reni Shop.



Dokumentasi Wawancara Dengan Bapak Chandra Pemilik Yanti Collection.



Dokumentasi Wawancara Dengan Bapak Edi Pedagang Kaki Lima Capucino Cincau.



Dokumentasi Wawancara Dengan Ibu Nina Pemilik Roti Jhon.



Dokumentasi Wawancara Dengan Bapak Wawan Pengelola Jusimart.



Dokumentasi Wawancara dengan Bapak Supriyanto pemilik Kedai Cak Solo



Dokumentasi Wawancara dengan Bapak Dedi Adam pemilik Metro Leather.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Aulia Nabila lahir di Sukadana 25 Februari 1999, dibesarkan di Sukadana Lampung Timur, peneliti merupakan anak kedua dari lima bersaudara, merupakan putri dari bapak Bambang Hermansyah dan ibu Rosniati. Peneliti menyelesaikan pendidikan formal di SD N 2 Muara jaya pada tahun 2011, SMP N 1 Sukadana pada tahun 2014, dan SMA N 1 Sukadana pada tahun 2017. Pada tahun 2017 peneliti melanjutkan studi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, sebagai mahasiswi jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, melalui seleksi penerimaan Mandiri.

Dengan motivasi tinggi untuk terus belajar dan berusaha serta dukungan dan dari keluarga dan teman-teman akhirnya peneliti berhasil menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini dapat memberikan pengaruh positif terhadap dunia pendidikan dan perbankan syariah .

Akhir kata peneliti mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pengetahuan Dan Promosi Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus Pada Pedagang Di Iringmulyo Kota Metro)”**