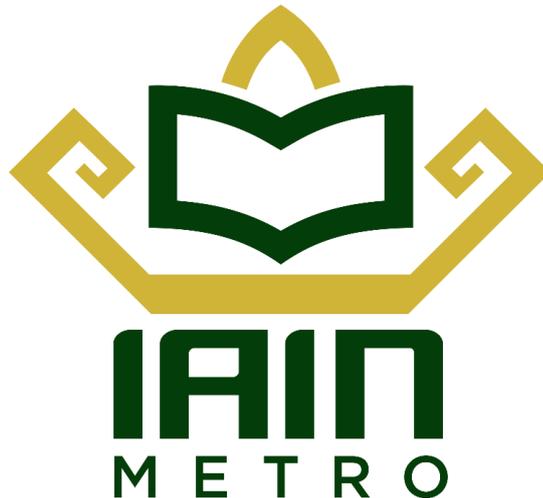


**SKRIPSI**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
MASYARAKAT MENABUNG DI BANK SYARIAH  
(Studi Kasus Di Desa Tanggulangin, Kecamatan Punggur)**

**Oleh:**

**FAQIH DWI YOGA  
NPM. 2103021016**



**Jurusan S1 Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1446 H/ 2025 M**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
MASYARAKAT MENABUNG DI BANK SYARIAH  
(Studi Kasus Di Desa Tanggulangin, Kecamatan Punggur)**

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

Oleh:

**FAQIH DWI YOGA  
NPM. 2103021016**

Dosen Pembimbing: Atika Riasari, MBA.

Jurusan S1 Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1446 H/ 2025 M**

## NOTA DINAS

Nomor : -  
Lampiran : 1 (Satu) Berkas  
Perihal : **Pengajuan Permohonan untuk di Munaqosyah**

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Instiut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro  
Di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum, Wr. Wb*

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka skripsi yang disusun oleh:

Nama : Faqih Dwi Yoga  
NPM : 2103021016  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jususan : S1 Perbankan Syariah  
Judul : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Di Desa Tanggulangin, Kecamatan Punggur)

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyakan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum, Wr. Wb*

Metro, 14 Mei 2025  
Pembimbing,



**Atika Riasari, MBA**  
**NIP. 198807082019032007**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
MASYARAKAT MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus  
Di Desa Tanggulangin, Kecamatan Punggur)  
Nama : Faqih Dwi Yoga  
NPM : 2103021016  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

## MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, 14 Mei 2025  
Pembimbing,



**Atika Riasari, MBA**  
**NIP. 198807082019032007**



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

Jalan Ki.Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id)  
E-mail: [iainmetro@gmail.com](mailto:iainmetro@gmail.com)

**PENGESAHAN SKRIPSI**

No. B-1206 / In-28.3 / D / PP.00.9 / 06 / 2025

Skripsi dengan Judul : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Di Desa Tanggulangin, Kecamatan Punggur). Disusun Oleh: FAQIH DWI YOGA. NPM. 2103021016, Jurusan S1 Perbankan Syariah (PBS) yang diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakutas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Senin/ 2 Juni 2025.

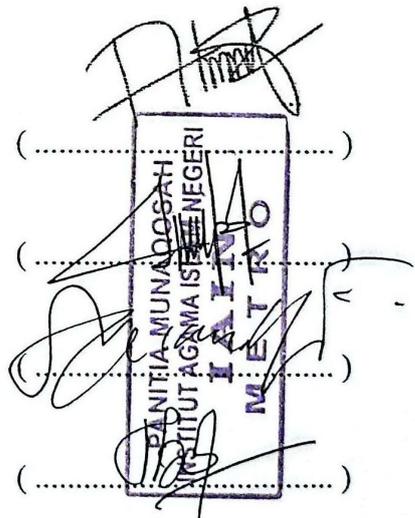
**TIM PENGUJI**

Ketua/ Moderator : Atika Riasari, M.BA

Penguji I : Liberty, S.E., M.A

Penguji II : Muhammad Ryan Fahlevi, M.M

Sekretaris : Dwi Retno Puspita Sari, M.Si



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. Dri Santoso, M.H**  
NIP. 19670316 199503 1 001

## ABSTRAK

### FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Di Desa Tanggulangin, Kecamatan Punggur)

Oleh:  
**FAQIH DWI YOGA**

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk Muslim terbesar di dunia. Namun demikian, minat masyarakat terhadap layanan perbankan syariah masih tergolong rendah dibandingkan dengan perbankan konvensional. Rendahnya minat tersebut tidak terlepas dari berbagai faktor yang memengaruhi keputusan individu dalam memilih layanan perbankan. Minat sendiri dapat dipahami sebagai kecenderungan hati seseorang untuk tertarik dan memperhatikan suatu objek atau aktivitas secara sukarela dan disertai rasa senang, yang terbentuk melalui proses psikologis dan sosial.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), sedangkan sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan dua teknik yaitu wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan cara pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, kesimpulan dan verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang paling dominan memengaruhi minat masyarakat adalah faktor sosial dan psikologis. Faktor sosial meliputi pengaruh keluarga dan lingkungan sekitar, yang membentuk kebiasaan serta referensi dalam memilih layanan perbankan. Sementara itu, faktor psikologis mencakup motivasi untuk menghindari praktik riba serta persepsi positif terhadap kesesuaian prinsip-prinsip syariah yang diterapkan dalam operasional bank syariah. Dengan demikian, diperlukan upaya peningkatan literasi keuangan, pendekatan emosional, serta penguatan relasi sosial untuk mendorong pertumbuhan minat masyarakat terhadap layanan perbankan syariah.

**Kata Kunci:** *Minat Menabung, Faktor Sosial, Faktor Psikologis*

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Faqih Dwi Yoga

NPM : 2103021016

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, 14 Mei 2025

Yang Menyatakan,



**Faqih Dwi Yoga**

NPM. 2103021016

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung.* (Q.S. Ali-Imran: 130)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas diucapkan selain rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan begitu banyak berkah dalam hidup peneliti. Peneliti mempersembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih yang tulus kepada:

1. Kedua orang tua, Bapak Sugiyo dan Ibu Suhariyah (Almh) yang tidak pernah lelah mendo'akan dan mendukung peneliti baik dalam bentuk moral, materil serta mencurahkan kasih sayang dan motivasi yang tidak terbatas.
2. Saudara kandung saya Rizki Frisdiana Praptika, S.Mat yang senantiasa memberikan semangat dan doanya untuk keberhasilan pembuatan skripsi.
3. Dosen pembimbing skripsi Ibu Atika Riasari, MBA. yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti dalam penulisan skripsi ini dengan penuh rasa sabar.
4. Bapak dan ibu dosen yang telah memberikan dan menyampaikan ilmunya kepada saya, akan selalu saya kenang apa yang telah diberikan.
5. Sahabat serta kawan-kawan S1 Perbankan Syariah 21 yang telah memberikan dukungan dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. atas taufik Hidayah dan Inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga selalu tercurah kepada nabi Muhammad SAW. atas perjuangan beliau kita dapat saling mengenal dan menjalin tali silaturahmi.

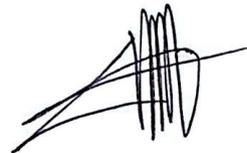
Skripsi ini adalah sebagian salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar S.E. (Sarjana Ekonomi).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ida Umami, M.Pd., Kons selaku Rektor IAIN Metro.
2. Bapak Dr. Dri Santoso, M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.
3. Bapak Anggoro Sugeng, S.E.I, M.Sh., Ec. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah.
4. Bapak Muhammad Ryan Fahlevi, M.M. selaku pembimbing akademik yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Atika Riasari, MBA. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada peneliti.
6. Bapak dan Ibu dosen serta karyawan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro yang telah memberikan ilmu dan sarana prasarana selama penulis menempuh pendidikan.

Kritik dan saran penulis harapkan demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan lapang dada. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca dalam pengembangan ilmu pengetahuan Perbankan Syariah.

Metro, 14 Mei 2025  
Peneliti,



**Faqih Dwi Yoga**  
**NPM. 2103021016**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ORISINILITAS PENELITIAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
D. Penelitian Relevan .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>10</b>
A. Minat .....	10
1. Pengertian Minat .....	10
2. Indikator Minat.....	12
3. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat .....	13
B. Menabung.....	16
1. Pengertian Menabung.....	16
2. Manfaat Menabung .....	17
3. Ayat Menabung .....	18

C. Produk-Produk Bank Syariah.....	19
1. Produk Penghimpunan Dana Bank Syariah .....	19
2. Produk Penyaluran Dana Bank Syariah .....	22
3. Produk Jasa Layanan Bank Syariah .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
A. Jenis Dan Sifat Penelitian.....	26
B. Sumber Data .....	27
C. Teknik Pengumpulan Data .....	29
D. Teknik Keabsahan Data.....	31
E. Teknik Analisis Data .....	32
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
A. Gambaran Umum Desa Tanggulangin Kecamatan Punggur .....	35
1. Sejarah Berdirinya Desa Tanggulangin Kecamatan Punggur .....	35
2. Visi dan Misi Desa Tanggulangin Kecamatan Punggur.....	36
3. Struktur Organisasi Desa Tanggulangin Kecamatan Punggur ....	37
B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Tanggulangin Dalam Menabung Di Bank Syariah .....	38
C. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Tanggulangin Dalam Menabung Di Bank Syariah .....	54
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>63</b>
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran.....	63

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Bank Desa Tanggulangin .....	3
--	---

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1 Stuktur Organisasi Desa Tanggulangin Kecamatan Punggur .....	37
---	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. SK Pembimbing Skripsi
  2. Alat Pengumpulan Data (APD)
  3. Surat Tugas Research
  4. Surat Izin Research
  5. Balasan Surat Izin Research
  6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
  7. Surat Lulus Plagiasi
  8. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
  9. Dokumentasi
- Daftar Riwayat Hidup

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perbankan di Indonesia menganut *dual system banking* yaitu perbankan syariah dan perbankan konvensional, keduanya memiliki ciri yang menjadi karakternya masing-masing. Kehadiran Undang-undang tentang perbankan syariah juga diharapkan bisa menghilangkan pemahaman yang keliru terhadap perbankan syariah yang masih terdapat di tengah masyarakat, misalnya anggapan bahwa perbankan syariah tidak berbeda atau sama saja dengan perbankan konvensional pada umumnya, masyarakat beranggapan bahwa sistem bagi hasil (*profit sharing*) dengan bunga adalah hal yang sama hanya berbeda nama saja.<sup>1</sup>

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi besar untuk pengembangan ekonomi dan keuangan syariah. Namun, meskipun telah mengalami pertumbuhan yang pesat, mangsa pasar perbankan syariah masih relatif kecil dibandingkan dengan perbankan konvensional.<sup>2</sup> Fenomena ini menimbulkan pertanyaan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat

---

<sup>1</sup>Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 'Perbankan Syariah' <https://ojk.go.id/Id/Kanal/Syariah/Pages/Perbankan-Syariah.aspx>. Diunduh Pada Tanggal 05 Oktober 2024.

<sup>2</sup>Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2023* (Jakarta Pusat, 2023). 18-19

masyarakat dalam menggunakan layanan perbankan syariah, khususnya dalam hal menabung.

Minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan.<sup>3</sup> Minat merupakan salah satu faktor yang cukup penting dalam mempengaruhi preferensi nasabah dalam menabung. Terdapat tiga batas minat yang pertama, suatu sikap yang dapat mengikat perhatian seseorang ke arah objek tertentu secara selektif. Kedua, suatu perasaan bahwa aktivitas dan kegemaran terhadap objek tertentu sangat berharga bagi individu. Ketiga sebagai bagian dari motivasi atau kesiapan yang membawa tingkah laku ke suatu arah atau tujuan tertentu.<sup>4</sup>

Menabung juga merupakan kegiatan atau aktivitas yang memerlukan adanya keinginan dalam diri seseorang untuk menyisihkan dan menyimpan uangnya di bank atau Lembaga keuangan lainnya. Perilaku menabung merupakan kombinasi dari persepsi kebutuhan masa depan, keputusan menabung dan tindakan penghematan. Perilaku menabung merupakan pilihan dari setiap individu untuk menggunakan pendapatannya untuk ditabung atau konsumsi pribadi sehingga perilaku tersebut turut mempengaruhi kesejahteraan setiap individu.

Adapun empat faktor yang mempengaruhi minat yaitu, pertama faktor budaya yang memiliki pengaruh paling luas dan dalam terhadap minat, meliputi budaya, sub budaya dan kelas sosial. Kedua faktor sosial yang meliputi

---

<sup>3</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/minat>, diunduh pada tanggal 06 oktober 2024

<sup>4</sup> Robby Akmal, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah," *Jurnal Ilmiah*, 2021.

kelompok acuan, keluarga, peran dan status. Ketiga yaitu faktor pribadi yang meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, kepribadian dan gaya hidup. Dan yang terakhir faktor yang mempengaruhi minat yaitu faktor psikologis yang meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran dan memori.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Pengguna Bank di Desa Tanggulangin**

<b>Jenis Bank</b>	<b>Jumlah</b>
Bank Konvensional	50 Orang
Bank Syariah	10 Orang

*Sumber: Masyarakat Desa Tanggulangin RT 04*

Berdasarkan data diatas, terdapat perbedaan mencolok antara jumlah pengguna bank konvensional dan bank syariah di desa Tanggulangin. Pengguna bank konvensional tercatat mencapai 50 orang, sedangkan pengguna bank syariah hanya 10 orang. Ini menunjukkan bahwa minat masyarakat desa Tanggulangin terhadap perbankan syariah, terutama dalam hal menabung, masih cukup rendah dibandingkan dengan perbankan konvensional.<sup>5</sup>

Beberapa faktor dapat menjelaskan rendahnya minat masyarakat terhadap bank syariah. Salah satunya adalah kurangnya pemahaman tentang konsep dan produk yang ditawarkan oleh bank syariah. Masyarakat umumnya lebih akrab dengan sistem bank konvensional, sehingga mereka merasa lebih nyaman menggunakan layanan tersebut. Selain itu, minimnya informasi dan sosialisasi dari pihak bank syariah juga berkontribusi pada rendahnya minat ini. Banyak orang yang belum sepenuhnya memahami keunggulan dan manfaat yang ditawarkan oleh bank syariah, termasuk sistem bagi hasil yang mereka

---

<sup>5</sup> Wawancara Dengan Masyarakat Desa Tanggulangin 01 Oktober 2024

terapkan. Kondisi ini menjadi tantangan bagi perkembangan bank syariah di daerah tersebut.

Upaya untuk meningkatkan minat masyarakat, bank syariah perlu melakukan berbagai upaya. Salah satunya adalah meningkatkan literasi masyarakat mengenai sistem operasional dan manfaat menggunakan layanan perbankan syariah. Dengan pemahaman yang lebih baik, diharapkan masyarakat akan lebih tertarik untuk beralih ke layanan bank syariah. Selain itu, bank syariah juga harus melakukan inovasi dalam produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan serta preferensi masyarakat setempat. Mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan terjun langsung ke masyarakat dapat membantu meningkatkan kepercayaan dan minat masyarakat terhadap bank syariah.

Hasil wawancara dengan Bapak Andi, seorang sekretaris desa, menunjukkan bahwa beliau menggunakan kedua jenis bank, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Namun, beliau menyatakan bahwa penggunaan bank syariah hanya untuk tabungan haji saja.<sup>6</sup> Wawancara dengan Pak Hendri terungkap bahwa faktor lokasi mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih bank. "Di daerah kami tidak ada bank syariah, sehingga kebanyakan masyarakat lebih memilih untuk menggunakan bank konvensional yang lebih dekat."<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Wawancara Dengan Bapak Andi Sekretaris Desa Tanggulangin 01 Oktober 2024

<sup>7</sup> Wawancara Dengan Bapak Hendri Kasi Umum Desa Tanggulangin 01 Oktober 2024

Wawancara dengan Pak Yudi. "Sebenarnya, banyak warga yang ingin menghindari riba. Tapi mereka belum yakin apakah bank syariah benar-benar bebas riba.<sup>8</sup> Pak Karyo, menyoroti pentingnya hubungan personal. "Saya sudah lama kenal dengan petugas bank konvensional di sini. Mereka sering datang ke desa, bantu kami urus administrasi. Di bank syariah, kami belum kenal siapa-siapa.<sup>9</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan berbagai elemen masyarakat di Desa Tanggulangin, terdapat beberapa faktor utama yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Pertama, sebagian masyarakat menggunakan kedua jenis bank, namun mereka hanya memanfaatkan bank syariah untuk tujuan tertentu, seperti tabungan haji. Kedua, faktor lokasi berperan penting dalam keputusan masyarakat dalam memilih bank, mengingat tidak adanya bank syariah yang berdekatan dengan tempat tinggal mereka. Ketiga, meskipun terdapat keinginan yang kuat untuk menghindari riba sesuai dengan prinsip agama, masih ada keraguan mengenai penerapan praktis prinsip syariah dalam operasional perbankan. Terakhir, hubungan personal yang telah terjalin antara masyarakat dan pihak bank konvensional menjadi faktor penentu dalam preferensi mereka, sementara bank syariah masih dianggap sebagai entitas yang asing bagi sebagian besar warga.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti dan ingin mengetahui apa saja faktor yang mempengaruhi minat masyarakat desa

---

<sup>8</sup> Wawancara Dengan Bapak Yudi Warga Desa Tanggulangin 01 Oktober 2024

<sup>9</sup> Wawancara Dengan Bapak Karyo Warga Desa Tanggulangin 01 Oktober 2024

Tanggulangi untuk menabung di bank syariah yang akan dijadikan penelitian dalam bentuk skripsi berjudul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Di Desa Tanggulangin, Kecamatan Punggur)”**.

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka terdapat pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah “Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat masyarakat di desa Tanggulangin untuk menabung di bank syariah?”

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan peneliti di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat di desa Tanggulangin untuk menabung di bank syariah.

### **2. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

#### **a. Secara Teoritis**

Diharapkan penelitian ini memberikan pengetahuan baik kepada peneliti maupun kepada masyarakat luas terkait tentang faktor-faktor apa yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung di bank

syariah dan menjadi sumbangan pemikiran dalam perkembangan keilmuan kepada peneliti selanjutnya.

b. Secara Praktis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dijadikan acuan informasi dan solusi oleh pihak Bank Syariah dalam upaya menerapkan suatu strategi pemasaran di masa mendatang untuk menarik nasabah di kalangan masyarakat dan juga bagi masyarakat untuk menambah wawasan, pengetahuan serta ilmu pengetahuan.

#### D. Penelitian Relevan

No	Penelitian Relevan	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Kebaruan Peneliti
1.	Almaifa Jamal "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat Muslim Di Bank Syariah Indonesia Di Belopa" Tahun 2023. <sup>10</sup>	Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat tentang Bank Syariah karena kurangnya pengetahuan dan faktor yang mempengaruhinya yaitu faktor pelayanan, faktor lokasi, faktor promosi dan faktor pengetahuan.	Peneliti sama-sama membahas faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah.	Perbedaan peneliti ini terdapat di objek penelitian yang dimana masyarakat muslim Bank Syariah Indonesia (BSI).	Kebaruan peneliti ini ialah membahas minat masyarakat menabung di seluruh bank syariah di wilayah desa, bukan hanya pada satu lembaga seperti BSI. Fokus penelitian juga menekankan pada analisis

<sup>10</sup> Almaifa Jamal, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat Muslim Di Bank Syariah Indonesia Di Belopa," 2023.

No	Penelitian Relevan	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Kebaruan Peneliti
					mendalam dengan indikator minat konsumen.
2.	Imes Kurnia Sari “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Anggota Tabungan Idul Fitri Pada Koperasi Serba Usaha (KSU) Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan” Tahun 2019. <sup>11</sup>	Berdasarkan hasil penelitian ini faktor yang mempengaruhi keputusan minat masyarakat menjadi anggota di KSU BTM Surya adalah faktor internal dan faktor eksternal. Pada faktor internal, minat dipengaruhi oleh kepibadian masyarakat, sikap masyarakat, pengalaman masyarakat, motivasi masyarakat, dan gaya hidup masyarakat. Kemudian faktor eksternal, minat dipengaruhi oleh budaya atau kebiasaan masyarakat dan faktor pemasaran.	Peneliti sama-sama membahas tentang faktor yang mempengaruhi minat pada masyarakat.	Perbedaan penelitian ini terletak pada minat menabung, peneliti sebelumnya membahas minat menabung di koperasi.	Kebaruan penelitian ini terletak pada objek dan konteksnya, yaitu masyarakat desa Tanggulangan yang diteliti dalam konteks minat menabung di bank syariah, bukan koperasi. Penelitian ini juga menggunakan enam indikator minat konsumen yang belum digunakan di penelitian sebelumnya.
3.	Julian Hasmi “Faktor-Faktor Yang	Dari hasil penelitian ditemukan bahwa	Persamaannya membahas	Perbedaan terletak pada informan	Kebaruan penelitian ini terletak

<sup>11</sup> Imes Kurnia Sari, “Skripsi Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Anggota Tabungan Idul Fitri Pada Koperasi Serba Usaha (KSU) Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan Jurusan : S1 Perbankan Syariah” (2019).

No	Penelitian Relevan	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Kebaruan Peneliti
	Mempengaruhi Minat Nasabah NonMuslim Untuk Menabung Pada PT. BPRS Muamalat Harkat Bengkulu” Tahun 2017. <sup>12</sup>	lokasi, pelayanan, reputasi, profit sharing, dan promosi sangat mempengaruhi minat nasabah non muslim untuk menabung pada PT. BPRS Muamalat Harkat Bengkulu.	faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung pada Bank Syariah.	terdahulu yang dimana meneliti masyarakat non muslim untuk menabung di Bank Syariah.	pada objek yang tidak hanya masyarakat non-Muslim, tetapi mencakup seluruh masyarakat desa secara umum, serta fokus pada minat terhadap seluruh jenis bank syariah, tidak hanya Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

<sup>12</sup> Julian Hasmi, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Untuk Menabung Pada PT. BPRS Muamalat Harkat Bengkulu” (2017).

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Minat**

##### **1. Pengertian Minat**

Definisi minat menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah maupun keinginan.<sup>1</sup>

Pengertian minat menurut bahasa (Etimologi), ialah usaha dan kemauan untuk mempelajari (*learning*) dan mencari sesuatu. Secara (Terminologi), minat adalah keinginan, kesukaan dan kemauan terhadap sesuatu hal.

Minat adalah suatu keadaan ketika seseorang menaruh perhatian pada sesuatu, yang disertai dengan keinginan untuk mengetahui, memiliki, mempelajari, dan membuktikan. Minat terbentuk setelah diperoleh informasi tentang objek atau kemauan, disertai dengan keterlibatan perasaan, terarah pada objek atau kegiatan tertentu, dan terbentuk oleh lingkungan.

Minat menurut Kotler dan Keller mengatakan bahwa minat beli adalah sebuah perilaku konsumen tentang cara individu, kelompok dan organisasi meyeleksi, membeli, menggunakan dan mendisposisikan barang, jasa, gagasan atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan

---

<sup>1</sup> “Hasil Pencarian - KBBI VI Daring,” accessed May 31, 2024, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/minat>.

mereka.<sup>2</sup> Dengan memberikan petunjuk untuk memperbaiki dan memperkenalkan produk atau jasa, menetapkan harga, merencanakan saluran, menyusun pesan dan mengembangkan kegiatan pemasaran lain. Para pemasar selalu mencari tren yang sedang naik daun yang mengemukakan peluang pemasaran baru.

Minat, persepsi terhadap suatu obyek bervariasi tergantung pada seberapa banyak energi atau *perceptual vigilance* yang digerakkan untuk mempersepsi. *Perceptual vigilance* merupakan kecenderungan seseorang untuk memperhatikan tipe tertentu dari stimulus atau dapat dikatakan sebagai minat.<sup>3</sup>

Berdasarkan berbagai definisi yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa minat adalah kecenderungan hati untuk memperhatikan suatu hal atau aktivitas dimana aktivitas tersebut secara terus menerus diperhatikan dan dilakukan tanpa adanya paksaan dari orang lain, sebaliknya dengan disertai rasa senang. Minat ini melibatkan aspek kognitif (keinginan untuk mengetahui dan mempelajari), afektif (perasaan suka dan gairah), dan konatif (kemauan untuk memiliki atau terlibat). Minat terbentuk melalui proses yang dipengaruhi oleh informasi, pengalaman, lingkungan, serta perkembangan individu, dan dapat berubah seiring waktu. Minat berperan penting dalam mengarahkan perhatian, motivasi, dan

---

<sup>2</sup> Kevin Lane Keller, Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 12th ed. (Indeks, 2009), 213.

<sup>3</sup> Jefri Putri Nugraha et al., *Teori Perilaku Konsumen* (Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management (Penerbit NEM - Anggota IKAPI), 2021). 87

perilaku seseorang terhadap suatu hal, termasuk dalam konteks pengambilan keputusan seperti pemilihan produk atau layanan tertentu.

## 2. Indikator-Indikator Minat

Indikator-indikator dari minat menurut Kotler dan Keller, yaitu:<sup>4</sup>

- a. *Awareness*. Menciptakan kesadaran merek melibatkan proses yang melibatkan waktu yang cukup lama. Sebagai pemasar, penting untuk menciptakan tingkat kesadaran yang tinggi tentang merek perusahaan di mata konsumen.
- b. *Knowledge*. Meskipun beberapa konsumen memiliki kebutuhan untuk produk, tidak semua dari mereka memiliki pengetahuan yang memadai tentang produk tersebut. Pengetahuan merek menjadi krusial karena berhubungan dengan minat beli konsumen.
- c. *Liking*. Setelah menyadari kebutuhan dan informasi produk, langkah selanjutnya adalah menciptakan kesukaan konsumen terhadap produk. Apabila rasa sukanya tinggi, maka keinginan untuk membeli juga meningkat.
- d. *Preference*. Tidak semua konsumen bersedia membagikan informasi produk kepada orang lain. Para pemasar perlu memahami perbandingan kualitas, nilai, dan performa produk dengan produk sejenis.

---

<sup>4</sup> Kevin Lane Keller Philip Kotler, *Marketing Management, Pearson Education*, 15th ed., vol. 37 (United States edition: Pearson Education, 2016), 586.

- e. *Conviction*. Konsumen mungkin sudah menyukai produk, tetapi belum yakin apakah akan melakukan pembelian. Tugas komunikator adalah meyakinkan calon konsumen untuk melangkah lebih jauh.
- f. *Purchase Intention*. Menciptakan penawaran menarik yang secara langsung terhubung dengan konsumen untuk mendorong mereka membeli produk, seperti penurunan harga, promosi pembelian, dan pemberian diskon.

### 3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Faktor yang mempengaruhi minat beli menurut Kotler dan Keller, terdapat empat aspek penting yang mempengaruhi sikap pembelian, yang dapat dikelompokkan menjadi faktor internal dan faktor eksternal, yaitu:<sup>5</sup>

#### a. Faktor Internal

Faktor internal merupakan faktor-faktor yang berasal dari dalam diri individu yang memengaruhi minat dan keputusan. Faktor ini mencakup berbagai aspek pribadi dan psikologis, antara lain:

##### 1) Faktor Pribadi

- a) Usia dan Tahap Siklus Hidup, usia mempengaruhi perilaku preferensi konsumen. Seiring bertambahnya usia, preferensi konsumen juga bertambah.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Kevin Lane Keller, Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 12th ed. (Indeks, 2009), 214.

<sup>6</sup> Kevin Lane Keller, Philip Kotler, 222.

- b) Pekerjaan, seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya dengan cara mengidentifikasi pekerjaan dengan minat yang lebih tinggi terhadap produk atau merek tertentu.
- c) Kepribadian setiap individu yang berbeda, yang berpengaruh terhadap perilaku pembelian mereka.
- d) Gaya Hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.

## 2) Faktor Psikologis

- a) Motivasi, dorongan untuk mencari kepuasan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan.<sup>7</sup>
- b) Persepsi, cara seseorang memandang situasi mempengaruhi perilaku mereka dalam merespons produk atau merek.
- c) Pembelajaran, proses di mana individu belajar tentang produk atau merek melalui pengalaman atau informasi dari sumber lain.
- d) Memori, pemasaran dapat terlihat meyakinkan bila para konsumen memiliki jenis pengalaman produk dan layanan yang tersruktur yang diciptakan dalam memori.

### **b. Faktor Eksternal**

Faktor eksternal merupakan faktor-faktor yang berasal dari lingkungan sekitar individu dan berpengaruh terhadap minat serta keputusan. Faktor ini meliputi aspek budaya dan sosial, antara lain:

---

<sup>7</sup> Kevin Lane Keller, Philip Kotler, 226.

## 1) Faktor Budaya

Budaya memiliki pengaruh yang paling luas dan dalam terhadap minat beli, adapun diantaranya budaya, sub budaya dan kelas sosial.

- a) Budaya merupakan faktor penentu dari keinginan dan perilaku seseorang. Nilai-nilai, persepsi dan tindakan dalam budaya dipelajari oleh anggota masyarakat dari keluarga.
- b) Sub Budaya merujuk pada kelompok orang dengan sistem nilai bersama berdasarkan pengalaman dan situasi hidup yang sama.
- c) Kelas Sosial bagian masyarakat dengan sifat yang relatif permanen, di mana anggotanya memiliki nilai, kepentingan dan tindakan yang serupa.

## 2) Faktor Sosial

- a) Kelompok Acuan memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap perilaku seseorang. Pandangan dari kelompok acuan ini dapat menjadi referensi penting dalam memilih produk atau merek.<sup>8</sup>
- b) Keluarga merupakan elemen penting dalam aktivitas pembelian konsumen. Anggota keluarga memiliki pengaruh yang signifikan atas perilaku pembelian, karena seringkali mereka memiliki nilai-nilai, pandangan dan preferensi yang sama.

---

<sup>8</sup> Kevin Lane Keller, Philip Kotler, 217.

- c) Peran dan Status mencerminkan penghargaan yang diberikan masyarakat. Status seseorang dalam masyarakat sering kali mempengaruhi keputusan pembelian yang mereka lakukan.

## **B. Menabung**

### **1. Pengertian Menabung**

Kata menabung menurut kamus besar bahasa Indonesia berarti menyimpan uang (di celengan, pos, bank dan sebagainya).<sup>9</sup> Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.<sup>10</sup>

Tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadi'ah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/ atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.<sup>11</sup>

Prinsip syariah tabungan diatur dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang Tabungan. Tabungan ada dua jenis yaitu tabungan yang tidak dibenarkan secara Syariah, yaitu tabungan yang

---

<sup>9</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/menabung>, Diunduh Pada Tanggal 07 Oktober 2024

<sup>10</sup> Undang-Undang Republik Indonesia, "Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan," 1998, 4.

<sup>11</sup> Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2009). 75-76

berdasarkan perhitungan bunga. Dan tabungan yang dibenarkan, yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip Wadi'ah dan Mudharabah.<sup>12</sup>

Dari pengertian di atas Menabung merupakan kegiatan menyimpan uang, baik di celengan, pos, bank, atau tempat lainnya, dengan tujuan untuk mengamankan dan mengelola keuangan pribadi. Tabungan sendiri adalah bentuk simpanan yang memiliki aturan penarikan tertentu sesuai kesepakatan antara nasabah dan pihak penyimpan, namun tidak dapat diambil menggunakan cek, bilyet giro, atau alat serupa. Dalam konteks syariah, tabungan dapat berupa simpanan berdasarkan akad wadi'ah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah, selama tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah. Secara umum, konsep tabungan ini memberikan fleksibilitas bagi penabung untuk menyimpan uangnya dengan aman sambil tetap memiliki akses terhadap dana tersebut sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati.

## **2. Manfaat Menabung**

Manfaat menabung di bank menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) adalah sebagai berikut:<sup>13</sup>

- a. Aman, karena uang disimpan dengan aman di bank, tidak mudah dicuri maupun tercecer.
- b. Terjamin, karena tabungan dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) sesuai dengan ketentuan yang ada.

---

<sup>12</sup> Dewan Syariah Nasional MUI, 'Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No. 02/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Tabungan', *Himpunan Fatwa DSN MUI*, 2000, hlm. 3-4.

<sup>13</sup> OJK, "Mengenal Otoritas Jasa Keuangan Dan Industri Jasa Keuangan" *Sikapuangmu.Ojk.Go.Id*, 2016, 1-76.

- c. Berkembang, karena bank akan memberikan bunga yang dihitung berdasarkan saldo tabungan.
- d. Praktis, karena terdapat kemudahan layanan perbankan elektronik 24 jam per hari antara lain ATM, SMS Banking, Mobile Banking, Internet Banking, Phone Banking dan Call Center.
- e. Hemat, karena kalau terbiasa menabung, Anda dapat menyisihkan uang dan terhindar dari kebiasaan membeli barang-barang yang tidak dibutuhkan.

### 3. Ayat Al-Qur'an Tentang Menabung

Ayat Al-qur'an yang membahas tentang menabung ialah Al-Isra Ayat 26:<sup>14</sup>

وَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذُرْ تَبْذِيرًا

Artinya: dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. (Q.S Al-Isra: 26)

Ayat ini mengajarkan prinsip pengelolaan harta secara proporsional dan bertanggung jawab. Allah memerintahkan agar harta diberikan kepada pihak-pihak yang berhak, seperti kerabat, orang miskin dan musafir. Namun, di sisi lain, Allah juga melarang pemborosan dalam membelanjakan harta. Dari ayat ini dapat dipahami bahwa pengelolaan keuangan secara bijak, seperti menabung, adalah bentuk nyata dari menghindari pemborosan dan menyediakan cadangan untuk kebutuhan mendesak di masa depan.

---

<sup>14</sup> Al-Qur'an Online. Kementerian Agama Republik Indonesia <https://quran.kemenag.go.id>. Diunduh 22 November 2024.

Menabung bukan hanya soal menyimpan uang, tetapi juga sebagai wujud kepedulian sosial dan perencanaan jangka panjang, agar seseorang dapat memberi ketika mampu dan tidak menjadi beban ketika mengalami kesulitan.

### **C. Produk-Produk Bank Syariah**

Bank syariah menyediakan berbagai produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Berikut adalah beberapa produk utama bank syariah:<sup>15</sup>

#### **1. Produk Penghimpunan dana Bank syariah**

Bank syariah penghimpunan dana dari masyarakat yang dilakukan dengan prinsip wadiah dan mudharabah

##### **a. Wadiah**

Wadiah dapat diartikan sebagai titipan dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penyimpan menghendakinya. Akad wadiah dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

- 1) Wadiah yad-Amanah, yaitu titipan murni dimana penerima titipan tidak boleh memanfaatkan barang titipan tersebut sampai diambil kembali oleh penitip. Jika selama dalam penitipan terjadi kerusakan maka pihak yang menerima titipan tidak dibebani tanggungjawab dan sebagai kompensasi atas tanggungjawab pemeliharaan dapat dikenakan biaya titipan.

---

<sup>15</sup> Wiroso, *Produk Perbankan Syariah* (Jakarta Barat: LPFE Usakti, 2011). 117-164

2) Wadiah yad-Dhamanah, yaitu titipan dimana barang titipan selama belum dikembalikan kepada penitip dapat dimanfaatkan oleh penerima titipan. Penyimpan mempunyai kewajiban untuk bertanggung jawab terhadap kehilangan/kerusakan barang tersebut. Apabila dari hasil pemanfaatan tersebut diperoleh keuntungan maka seluruhnya menjadi hak penerima titipan. Sebagai imbalan kepada pemilik barang/dana dapat diberikan semacam insentif berupa bonus, yang tidak disyaratkan sebelumnya.

Pada produk penghimpunan dana di bank syariah akad yang digunakan yaitu wadiah yad-dhamanah. Dimana nasabah menyimpan (menitipkan) uangnya kepada bank syariah, dan bank dapat menggunakan uang tersebut untuk kegiatan operasionalnya dengan penuh tanggungjawab. Selanjutnya bank harus menjamin bahwa dana nasabah tersebut dapat tersedia sewaktu-waktu jika nasabah ingin menariknya. Dari kegiatan tersebut bank dapat memberikan bonus kepada nasabah. Besarnya bonus juga tidak dipersyaratkan dan tidak ditetapkan di muka.

b. Mudharabah

Istilah “mudharabah” merupakan istilah yang paling banyak digunakan oleh bank-Bank Islam. Prinsip ini juga dikenal sebagai “*qiradh*” atau “*muqaradah*”. Mudharabah adalah perjanjian atas suatu jenis perkongsian, dimana pihak pertama (*shahib al'mal*) menyediakan dana, dan pihak kedua (*mudharib*) bertanggung jawab atas pengelolaan

usaha. Dilihat dari segi kuasa yang diberikan kepada mudharib, akad mudharabah terbagi menjadi dua jenis yaitu:

- 1) Mudharabah Muthlaqah, yaitu pihak mudharib diberi kuasa penuh untuk menjalankan proyek/usaha tanpa larangan/gangguan apapun. Urusan yang berkaitan dengan proyek itu dan tidak terikat dengan waktu, tempat, jenis, perusahaan dan pelanggan. Mudharabah muthlaqah ini pada usaha bank syariah diaplikasikan pada produk tabungan dan deposito.
- 2) Mudharabah Muqayyadah (Investasi Terikat), yaitu pemilik dana (shahibul maal) membatasi/memberi syarat kepada mudharib dalam pengelolaan dananya seperti misalnya hanya untuk melakukan mudharabah di bidang tertentu, cara, waktu dan tempat yang tertentu saja.

Pengaplikasian akad mudharabah pada produk yang ditawarkan oleh bank syariah, bank bisa menjadi mudharib sekaligus shahibul maal. Namun pada produk penghimpunan dana, bank bertindak sebagai pengelola atau mudharib dari dana yang telah disimpan oleh nasabah kepada bank syariah. Adapun produk penghimpunan dana yang menggunakan akad mudharabah yaitu Tabungan Mudharabah dan Deposito Mudharabah.

## 2. Produk Penyaluran dana Bank syariah

Sesuai prinsip syariah, pengelolaan dana yang dilakukan oleh bank syariah dikelompokkan dalam tiga kelompok utama yaitu:<sup>16</sup>

a. Prinsip jual beli, yang dikategorikan dalam kelompok ini adalah:

1) Murabahah

Murabahah yaitu jual beli yang dilakukan secara terbuka sehingga pembeli mengetahui keuntungan yang didapat oleh penjual.

2) Salam

Salam adalah akad jual beli *muslam fih* (barang pesanan) dengan penangguhan pengiriman oleh *muslam ilaihi* (penjual) dan pelunasannya dilakukan segera oleh pembeli sebelum barang pesanan tersebut diterima sesuai dengan syarat-syarat tertentu.

3) Istishna

Istishna adalah akad jual beli antara *al-mustashni* (pembeli) dan *asshani* (produsen yang juga bertindak sebagai penjual). Berdasarkan akad tersebut, pembeli menugasi produsen untuk menyediakan *al-mashnu* (barang pesanan) sesuai spesifikasi yang disyaratkan pembeli dan menjualnya dengan harga yang disepakati. Cara pembayaran dapat berupa pembayaran dimuka, cicilan, atau ditangguhkan sampai jangka waktu tertentu.

---

<sup>16</sup> Wiroso. 165-399

b. Bagi Hasil, yang dikategorikan kelompok ini adalah

1) Mudharabah

Dalam kamus Istilah Keuangan dan Perbankan Syariah yang diterbitkan oleh Bank Indonesia dijelaskan beberapa istilah yang terkait dengan mudharabah yaitu:

- a) Mudharabah, usaha yang berisiko (risky business) adalah akad kerjasama usaha antara pihak pemilik dana (shahib al-mal) dengan pihak pengelola dana (mudharib) dimana keuntungan dibagi sesuai nisbah yang disepakati, sedangkan kerugian ditanggung pemilik dana (modal).
- b) Mudharabah Mutlaqah, akad mudharabah tanpa pembatasan yaitu bentuk kerja sama antara shahibul mal dan mudharib yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis.
- c) Mudharabah Muqayyadah, akad mudharabah dengan pembatasan yaitu bentuk kerja sama antara shahibul mal dan mudharib yang cakupannya dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah bisnis.

2) Musyarakah

Musyarakah adalah akad antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (modal) dengan ketentuan bahwa keuntungan

risiko (kerugian) akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

c. Ujroh atau upah, yang dikategorikan dalam kelompok ini adalah:

1) Ijarah dan Ijarah Muntahia Bittamlik (IMBT)

Ijarah adalah akad sewa-menyewa antara pemilik ma'jur (obyek sewa) dan musta'jir (penyewa) untuk mendapatkan imbalan atas obyek sewa yang disewakannya.

2) Ijarah Berlanjut (multijasa)

Obyek Ijarah adalah penggunaan manfaat aset berwujud dan tidak berwujud. Penggunaan manfaat aset tidak berwujud tersebut yang diterapkan untuk multijasa yang mempergunakan akad Ijarah.

### **3. Produk Jasa Layanan Bank syariah**

Dalam menjalankan fungsi jasa perbankan ini yang harus diperhatikan adalah prinsip apa yang dipergunakan. Prinsip-prinsip syariah yang berkaitan dengan jasa perbankan antara lain Wakalah, Kafalah, Sharf, Hawalah, Rahn.<sup>17</sup>

a. Wakalah

Wakalah adalah pelantikan seorang untuk mengambil tempat orang yang melantiknya untuk mengerjakan suatu tugas bagi pihaknya. Wakalah merupakan salah satu perjanjian yang memberikan kuasa orang yang mewakili kepada wakil untuk menjalankan suatu kerja bagi pihak diwakili itu.

---

<sup>17</sup> Wiroso. 399-460

b. Kafala

Kafalah mempunyai arti yang sama, yaitu jaminan. Yang mana yang dimaksud dengan Jaminan adalah bertanggung jawab atas hak yang thabit / wajib bagi orang lain atau menghadirkan seseorang yang mempunyai suatu tanggung jawab untuk diambil tindakan atau mendapatkan suatu barang pengganti kepada pihak yang berhak.

c. Sharf

Pada transaksi sharf disyaratkan adanya saling menyerahkan mata uang hasil penukaran sebelum keduanya berpisah secara fisik, agar tidak terjadi riba nasiah.

d. Hawalah

Hawalah atau Hiwalah adalah akad pengalihan hutang dari pihak yang berhutang kepada pihak lain yang wajib menanggung (membayar)-nya.

e. Rahn

Akad rahn (zuhaili, bmi) menurut syara` adalah menahan sesuatu dengan cara yang dibenarkan yang memungkinkan untuk ditarik kembali.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Sifat Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) yang bermaksud guna mempelajari secara intensif tentang interaksi lingkungan, posisi, serta keadaan lapangan suatu unit penelitian pada secara apa adanya.<sup>1</sup> Jenis penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung ke lokasi penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan.

Dari penjelasan tentang penelitian lapangan, peneliti dapat memperoleh data secara langsung dari lokasi penelitian. Data yang dibutuhkan dalam konteks ini meliputi apa saja faktor yang berpengaruh pada minat masyarakat untuk menabung pada bank syariah. Dengan demikian, peneliti akan membahas data serta informasi yang dikumpulkan langsung dari masyarakat desa Tanggulangin, Kec. Punggur.

##### **2. Sifat Penelitian**

Penelitian yang digunakan ini bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif yaitu pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat, penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan kegiatan, sikap, pandangan, serta proses-proses yang

---

<sup>1</sup> Nursapia Harahap, *Penelitian Kualitatif* (Medan: Wal Ashri Publishing, 2020), 56.

sedang berlangsung dan pengaruh dari suatu fenomena, penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang berusaha menggambarkan objek atau subjek yang diteliti sesuai dengan apa adanya. Sedangkan penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci.<sup>2</sup>

Berdasarkan uraian tersebut dapat dilihat bahwa penelitian deskriptif kualitatif ini adalah menggambarkan fakta apa adanya dengan cara yang sistematis dan akurat sesuai dengan masalah yang ada guna memperoleh suatu kejelasan dari suatu fakta. Dimana peneliti akan mendeskripsikan, memberikan gambaran atau keterangan-keterangan dan juga fakta di lapangan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah di desa Tanggulangin, Kec. Punggur yang diuraikan dengan kata-kata atau kalimat untuk memperoleh kesimpulan.

## **B. Sumber Data**

Dalam penelitian sumber data adalah sumber subyek dimana data didapatkan. Sumber data dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

### **1. Sumber Data Primer**

Sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data menggunakan wawancara kepada

---

<sup>2</sup> Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: CV Jejak, 2018), 8.

subjek sebagai suatu informasi.<sup>3</sup> Data primer tidak tersedia dalam bentuk file akan tetapi data harus terlebih dahulu dicari melalui narasumber atau disebut dengan responden. Responden merupakan seorang yang dijadikan objek penelitian yang mana peneliti akan menggali serta memperoleh informasi dari orang tersebut.

Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari masyarakat desa Tanggulangin, Kec. Punggur dengan melakukan pengajuan beberapa pertanyaan yang sudah peneliti siapkan melalui teknik wawancara dan dokumentasi.

Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, populasi misalnya penduduk di wilayah tertentu. Sedangkan sampel adalah sebagian populasi itu.<sup>4</sup>

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Tanggulangin Dusun II RT 04 yang menggunakan layanan perbankan yang berjumlah 60 orang. Peneliti mengambil sampel sebanyak 10 orang dengan teknik *purposive sampling* yang terdiri dari 6 pengguna bank konvensional dan 4 pengguna bank syariah. Teknik *purposive sampling* yaitu dengan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu:

---

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2021), 104.

<sup>4</sup> Sugiyono, 91.

- a. Usia minimal 17 tahun
- b. Pendidikan minimal SMA
- c. Sudah menggunakan layanan perbankan
- d. Pekerja dan berpenghasilan

Berdasarkan sumber data tersebut, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* untuk untuk mendapatkan informasi dan memecahkan permasalahan penelitian serta dapat memberikan nilai yang lebih tepat yang dilakukan dengan cara pengambilan sampel sesuai dengan yang dipilih peneliti dengan kriteria kusus agar sesuai dengan tujuan penelitian dan dapat memecahkan permasalahan penelitian serta memberikan nilai yang representative.

## **2. Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.<sup>5</sup> Dalam penelitian ini, informasi dari berupa referensi dari buku-buku, jurnal ilmiah, dokumen hasil wawancara, yang berkaitan dengan data yang diperlukan.

### **C. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian lapangan peneliti menggunakan beberapa Teknik pengumpulan data, antara lain:

---

<sup>5</sup> Sugiyono, 104.

## 1. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.<sup>6</sup>

Jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara semiterstruktur (*Semistruktur Interview*) termasuk dalam kategori *in-depth interview* di mana dalam pelaksanaannya lebih bebas. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.<sup>7</sup>

Metode ini digunakan untuk mewawancarai masyarakat desa Tanggulangin, Kec. Punggur. Metode ini digunakan untuk menggali data serta informasi tentang faktor yang memberikan pengaruh dan penyebab adanya minat yang melatarbelakangi para masyarakat menabung di Bank Syariah.

---

<sup>6</sup> Sugiyono, 114.

<sup>7</sup> Sugiyono, 116.

## 2. Dokumentasi

Dokumen merupakan kumpulan atau jumlah signifikan dari bahan tertulis atau film (berbeda dari catatan), berupa data yang akan ditulis, dilihat, disimpan dan digulirkan dalam penelitian, yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seorang peneliti yang rinci dan mencakup segala keperluan data yang diteliti, mudah diakses. Istilah dokumen seperti foto bisa digunakan sebagai informasi tambahan sebagai bagian dari studi kasus yang sumber data utamanya adalah observasi atau wawancara partisipan.<sup>8</sup>

Metode dokumentasi ialah cara yang efisien untuk melengkapi hal-hal yang belum didapatkan dari wawancara. Adapun yang menjadi dokumentasi dalam penelitian ini adalah foto pada saat melakukan wawancara dengan masyarakat desa Tanggulangin, Kec. Punggur.

### D. Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang telah diperoleh. Hal ini dilakukan penulis untuk menjamin bahwa data tersebut benar, baik bagi pembaca maupun subjek penelitian.

Untuk memeriksa keabsahan data mengenai data yang sudah terkumpul, peneliti menggunakan teknik triangulasi, yaitu mengadakan perbandingan antara sumber data yang satu dengan yang lain. Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai

---

<sup>8</sup> Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: CV Jejak, 2018), 146.

waktu. Dengan demikian, terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data yaitu dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.<sup>9</sup>

Peneliti menggunakan tipe triangulasi sumber yang dimana mengumpulkan data dari berbagai kelompok masyarakat. Dengan menggabungkan berbagai sumber ini, triangulasi dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap dan akurat tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah.

#### **E. Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>10</sup>

Beberapa Langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

##### **1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)**

Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi atau gabungan ketiganya (triangulasi).

---

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2021), 191.

<sup>10</sup> Sugiyono, 131.

Pengumpulan data dilakukan sehari-hari, mungkin berbulan-bulan, sehingga data yang diperoleh akan banyak. Dengan demikian peneliti akan memperoleh data yang sangat banyak dan bervariasi.<sup>11</sup>

Dalam penelitian ini pengumpulan data dari berbagai sumber yang berasal dari masyarakat desa Tanggulangin, Kec, Punggur.

## **2. Reduksi Data (*Data Reduction*)**

Reduksi data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi, akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.<sup>12</sup>

Dengan melakukan reduksi data secara sistematis, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih jelas dan terfokus tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap bank syariah.

## **3. Penyajian Data (*Data Display*)**

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang

---

<sup>11</sup> Sugiyono, 134.

<sup>12</sup> Sugiyono, 134.

terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.<sup>13</sup>

Dengan penyajian data yang efektif, penelitian dapat memberikan gambaran yang jelas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah, serta mendukung kesimpulan dan rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian tersebut.

#### **4. Kesimpulan dan Verifikasi**

Langkah terakhir dalam menganalisis penelitian kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Sugiyono, 137.

<sup>14</sup> Sugiyono, 141.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Desa Tanggulangin Kecamatan Punggur**

##### **1. Sejarah Berdirinya Desa Tanggulangin Kecamatan Punggur**

Kampung Tanggulangin dibuka oleh Jawatan Transmigrasi pada tahun 1954, pada waktu kedatangan peserta Transmigrasi hampir bersamaan dengan saat penebangan hutan untuk calon penempatan warga transmigrasi tersebut, maka terjadilah saling bahu membahu, bantu membantu dan kerja sama antar warga anggota transmigrasi untuk mempercepat proses pembukaan hutan yang masih bersifat hutan rimba. Pada waktu pembukaan pertama, transmigrasi yang menempati Kampung Tanggulangin berasal dari Jawa Tengah (Banyumas dan Solo) sebanyak 73 KK dan terdiri dari 300 jiwa di pimpin bapak Wikarta dan Hadi sumitro. Pada tahap kedua didatangkan pula transmigran dari Jawa Timur (Banyuwangi) sebanyak 80 KK yang terdiri dari 350 jiwa di bawah pimpinan bapak Basir sehingga dari dua angkatan transmigran tersebut pada tahun 1954 di Tanggulangin telah didiami oleh 153 KK dengan jumlah jiwa sebanyak 650 jiwa.

Mengingat jumlah penduduk di Tanggulangin sudah cukup banyak dan menurut aturan pada saat itu sudah mencukupi untuk sebuah desa *definitive*, maka melalui Pemda Tingkat II Lampung Tengah yang pada waktu itu masih berstatus Kawedanaan di bawah Pemerintahan Sumsel. Tanggulangin dikukuhkan menjadi sebuah desa dengan Nama “Desa Tanggulangin”. Sebagai penghargaan kepada daerah kepada daerah asal

transmigrasi yaitu Kecamatan Tanggulangin di Kabupaten Banyuwangi Jawa timur. Sejak diresmikanya pada tahun 1955 desa tanggulangin berkembang dengan pesat baik dalam hal kemasyarakatan maupun pembangunan nya dan pada tahun 1993 Desa Tanggulangin meraih penghargaan menjadi Desa Swasembada.

Sesuai dengan peraturan pemerintah nomor 72 tahun 2005 tentang desa dan peraturan kabupaten Lampung Tengah nomor 20 tahun 2000 nama desa Tanggulangin sejak awal tahun 2000 berubah menjadi Kampung Tanggulangin. Dengan adanya perubahan peraturan dan perundang-undangan maka kedudukan pemerintah kampung bukan lagi sebagai bawahan camat, tetapi bertanggungjawab kepada Badan Permusyawaratan Kampung, sedang Kecamatan hanya perpanjangan Bupati di Kecamatan dan dengan Kepala Kampung sifatnya hanya Koordinasi.

## **2. Visi dan Misi Desa Tanggulangin Kecamatan Punggur**

### **a. Visi**

Kebersamaan membangun kampung Tanggulangin yang T.O.P.

T : Tertata dengan rapi dan benar.

O : Optimis maju di segala bidang.

P : Perubahan untuk menuju kampung yang sejahtera, sehat dan bermartabat.

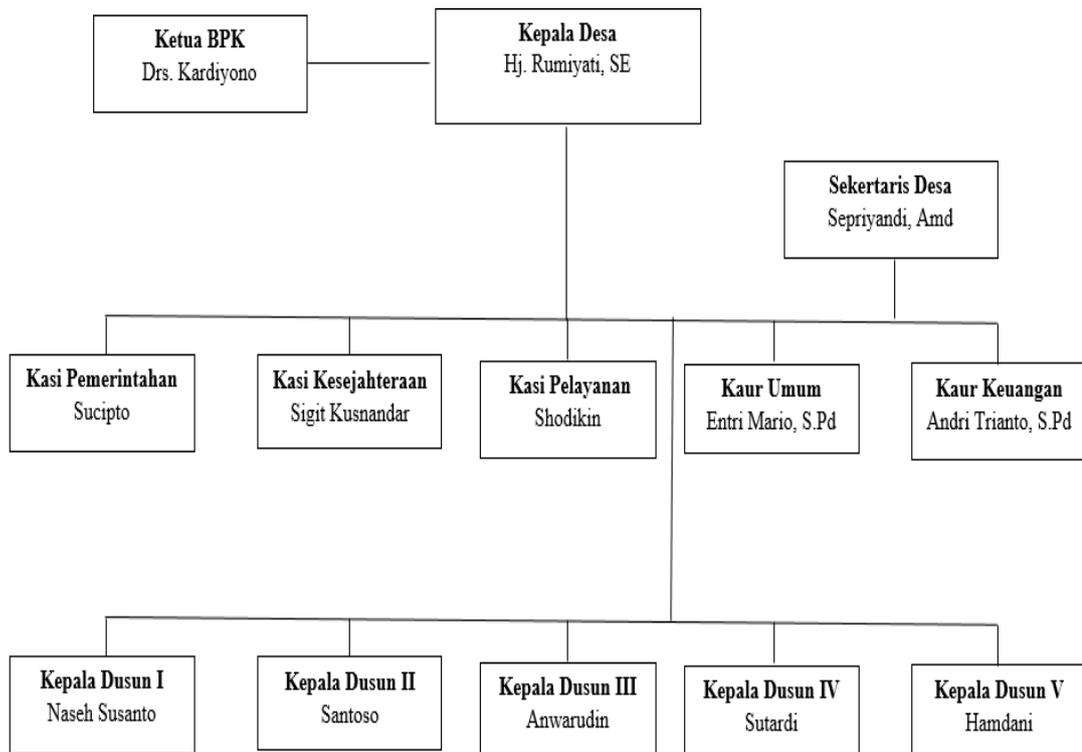
### **b. Misi**

1) Penyelenggaraan pemerintahan kampung yang dinamis.

- 2) Pelaksanaan pembangunan kampung yang berkesinambungan dengan mengutamakan kepentingan masyarakat.
- 3) Pembinaan kemasyarakatan sebagai landasan penguatan organisasi di kampung.
- 4) Pemberdayaan kemasyarakatan menuju kampung mandiri dan sejahtera melalui ekonomi kreatif.
- 5) Menciptakan rasa aman dalam sektor penanggulangan bencana, darurat dan mendesak kampung.

### 3. Struktur Organisasi Desa Tanggulangin Kecamatan Punggur

**Gambar 4.1**  
**Stuktur Organisasi Desa Tanggulangin Kecamatan Punggur**



*Sumber: Diolah dari Data Monografi Desa Tanggulangin Tahun 2023.*

## **B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Tanggulangin Dalam Menabung Di Bank Syariah**

Minat merupakan suatu keadaan ketika seseorang menaruh perhatian pada sesuatu, yang disertai dengan keinginan untuk mengetahui, memiliki, mempelajari dan membuktikan. Minat terbentuk setelah diperoleh informasi tentang objek atau kemauan, disertai dengan keterlibatan perasaan, terarah pada objek atau kegiatan tertentu, dan terbentuk oleh lingkungan.

Minat adalah kecenderungan hati untuk memperhatikan suatu hal atau aktivitas dimana aktivitas tersebut secara terus menerus diperhatikan dan dilakukan tanpa adanya paksaan dari orang lain, sebaliknya dengan disertai rasa senang. Minat ini melibatkan aspek *kognitif* (keinginan untuk mengetahui dan mempelajari), *afektif* (perasaan suka dan gairah) dan *konatif* (kemauan untuk memiliki atau terlibat). Adapun faktor yang mempengaruhi minat yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap masyarakat di Desa Tanggulangin Dusun II RT 04, diketahui bahwa setiap responden menunjukkan tingkat minat yang berbeda-beda terhadap penggunaan layanan bank syariah. Tingkat minat ini dapat diklasifikasikan ke dalam enam indikator utama menurut teori Kotler dan Keller, yaitu *awareness* (kesadaran), *knowledge* (pengetahuan), *liking* (ketertarikan), *preference* (preferensi), *conviction* (keyakinan) dan *purchase intention* (niat untuk menggunakan). Berikut adalah pemaparan hasil wawancara yang telah dikelompokkan berdasarkan masing-masing indikator tersebut

## 1. *Awareness*

*Awareness* merupakan tahap awal dalam proses terbentuknya minat, di mana konsumen mulai mengenal dan menyadari keberadaan suatu produk atau merek. Dalam konteks bank syariah, *awareness* ditandai dengan masyarakat yang sudah mengetahui keberadaan layanan bank syariah, meskipun belum tertarik menggunakannya. Beberapa responden berada pada tahap ini.

Seperti Prasetyo lulusan SMA, seorang wiraswasta berusia 29 tahun yang menyatakan, “Saya belum pernah menggunakan bank syariah karena kurang paham sistemnya dan lokasinya cukup jauh, jadi saya memilih bank konvensional yang lebih dekat dan sudah biasa saya gunakan.” Dari pernyataan ini terlihat bahwa Prasetyo mengetahui keberadaan bank syariah, namun belum memiliki pemahaman dan ketertarikan untuk menggunakannya, terutama karena faktor jarak dan kebiasaan.<sup>1</sup>

Responden lain, Tya lulusan SMA (21 tahun) menyampaikan, “Menurut saya, sampai saat ini saya masih memilih menggunakan bank konvensional karena belum tertarik mencoba bank syariah. Saya sebenarnya sudah memiliki sedikit pemahaman mengenai prinsip-prinsip dasar bank syariah.” Tya telah memiliki kesadaran dan pengetahuan dasar, namun belum pernah merasakan layanan bank syariah secara langsung.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Wawancara dengan Prasetyo pada tanggal 20 April 2025

<sup>2</sup> Wawancara dengan Tya pada tanggal 20 April 2025

Sementara itu, bapak Yogi lulusan D3 (27 tahun) menyatakan, “Saya merasa lebih nyaman menggunakan bank konvensional karena selama ini belum pernah mencoba bank syariah dan belum mendapatkan informasi yang jelas tentangnya.” Hal ini menunjukkan bahwa Yogi telah mengetahui keberadaan bank syariah, namun minim informasi serta lebih memilih nyaman dengan yang telah dijalaninya.<sup>3</sup>

Hal serupa juga diungkapkan oleh ibu Tutik lulusan SMA (47 tahun), seorang pedagang yang mengaku, “Saya belum pernah sama sekali pakai bank syariah, karena memang kurang paham tentang sistemnya. Di daerah sini juga tidak tersedia layanan bank syariah.” Ibu Tutik menunjukkan *awareness* namun belum memiliki pengetahuan yang cukup maupun pengalaman yang mendorong adanya ketertarikan.<sup>4</sup>

Kemudian, ibu Kiki lulusan S1 (28 tahun) yang merupakan seorang guru menyatakan, “Setahu saya, bank syariah adalah bank yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Saya belum menggunakannya karena sudah memiliki akun di bank konvensional.” Walaupun sudah memiliki pemahaman awal, ibu Kiki belum menunjukkan keinginan kuat untuk beralih ke bank syariah.<sup>5</sup>

Berdasarkan uraian tersebut, responden yang berada pada tahap *awareness* menyadari adanya bank syariah namun belum memiliki minat kuat atau belum mencoba karena berbagai alasan seperti keterbatasan

---

<sup>3</sup> Wawancara dengan Bapak Yogi pada tanggal 22 April 2025

<sup>4</sup> Wawancara dengan Ibu Tutik pada tanggal 22 April 2025

<sup>5</sup> Wawancara dengan Ibu Kiki pada tanggal 22 April 2025

informasi, lokasi yang jauh, kebiasaan menggunakan bank konvensional hingga pengaruh dari lingkungan sosial. Sehingga meskipun bank syariah telah dikenal oleh sebagian besar masyarakat, *awareness* belum cukup kuat untuk mendorong masyarakat berpindah dari bank konvensional tanpa adanya pendekatan lebih lanjut dari pihak bank syariah melalui edukasi dan peningkatan akses layanan.

## 2. *Knowledge*

Indikator *knowledge* ditunjukkan oleh konsumen yang telah memiliki pemahaman terhadap produk. Responden pada tahap ini tidak hanya menyadari keberadaan bank syariah, tetapi juga memahami konsep seperti sistem bagi hasil, kesesuaian dengan syariat Islam dan perbedaan utama dengan bank konvensional.

Responden yang mencerminkan indikator ini antara lain ibu Wiwin, bapak Gio, bapak Warsidi, Ibu Sri dan bapak Winardi. Menurut ibu Wiwin lulusan SMA, sebagai pedagang berumur 44 tahun dan seorang nasabah bank konvensional menyampaikan, “saya sudah pernah menggunakan layanan bank syariah dan saya cukup memahami sistemnya karena sesuai dengan ajaran Agama Islam yang saya anut. Tapi saya merasa lebih nyaman menggunakan bank konvensional karena lokasinya lebih dekat dari rumah dan program KUR nya juga terasa lebih ringan bunganya. Sebenarnya saya tertarik dengan bank syariah, tapi kendalanya jaraknya cukup jauh”.<sup>6</sup> Meskipun belum berpindah ke bank syariah, pernyataan ini menunjukkan

---

<sup>6</sup> Wawancara dengan Ibu Wiwin pada tanggal 22 April 2025

bahwa Ibu Wiwin memiliki pemahaman yang cukup mengenai dasar operasional bank syariah.

Sementara itu, bapak Gio wiraswasta lulusan SMA dan nasabah bank syariah, mengakui bahwa ia mengetahui sistem bank syariah berbeda dengan bank konvensional, terutama dalam penerapan prinsip bagi hasil. “Saya tahu sistem Bank Syariah itu pakai prinsip bagi hasil, beda sama bank konvensional. Tapi saya belum paham semua produknya.” Pak Gio menyebut kebijakan tempat kerja sebagai alasan utama menggunakan bank syariah, meskipun promosi dan kualitas layanan juga memengaruhi keputusannya. Pemahaman ini meski belum detail, tetap menunjukkan adanya pengetahuan dasar.<sup>7</sup>

Bapak Warsidi juga menyebutkan, "Saya sebenarnya sudah tahu bahwa bank syariah itu mengarah pada prinsip-prinsip Islam".<sup>8</sup> Pernyataan ini mencerminkan pengetahuan yang berbasis pada nilai-nilai agama, meskipun tidak dijelaskan secara teknis mengenai produk atau layanan.

Pendapat sejenis juga disampaikan oleh Ibu Sri (50 tahun), petani lulusan SMA dan nasabah bank syariah, yang menunjukkan pemahaman terhadap prinsip syariah yang dianut bank syariah serta manfaatnya. Ibu Sri Menyampaikan, “Saya tahu Bank Syariah berlandaskan prinsip syariah Islam dan saya menyukai pelayanannya yang ramah serta produk-produknya yang jelas dan sesuai syariat.” Pemahaman ini mengindikasikan

---

<sup>7</sup> Wawancara dengan Bapak Gio pada tanggal 22 April 2025

<sup>8</sup> Wawancara dengan Bapak Warsidi pada tanggal 22 April 2025

bahwa pengetahuan Ibu Sri tidak hanya pada tataran nilai, tetapi juga menyentuh aspek layanan dan produk yang ditawarkan.<sup>9</sup>

Sementara bapak Winardi (58 tahun), petani dan nasabah bank syariah, menyatakan bahwa ia memahami keunggulan pelayanan dan promosi bank syariah, meskipun belum memahami aspek teknologi digitalnya: “Saya belum tahu soal aplikasi *mobile*, tapi promosi dan pelayanan dari Bank Syariah itu bagus dan jadi alasan saya pilih menabung di sana.” Pengetahuan Pak Winardi lebih berfokus pada aspek pengalaman dan manfaat praktis, yang tetap relevan dalam membentuk persepsi positif terhadap bank syariah.<sup>10</sup>

Dari pernyataan-pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa meskipun tidak semua responden memahami secara mendalam seluruh produk dan layanan bank syariah, pengetahuan awal yang mereka miliki sudah cukup menjadi dasar untuk menumbuhkan ketertarikan dan mendorong perkembangan minat ke tahap berikutnya.

### **3. Liking (Ketertarikan)**

Pada indikator liking, konsumen tidak hanya mengenal dan memahami bank syariah, tetapi juga mulai menyukai nilai, system atau pengalaman yang ditawarkan. Ketertarikan ini belum tentu disertai tindakan nyata, tetapi merupakan sinyal positif menuju *preferensi*.

---

<sup>9</sup> Wawancara dengan Ibu Sri pada tanggal 22 April 2025

<sup>10</sup> Wawancara dengan Bapak Winardi pada tanggal 22 April 2025

Responden yang termasuk dalam tahap ini adalah Ibu Wiwin, Ibu Kiki, Pak Winardi, Ibu Sri dan Pak Warsidi. Ibu Wiwin (44 tahun), pedagang lulusan SMA, mengungkapkan bahwa Ibu Wiwin tertarik dengan sistem bank syariah karena sesuai dengan ajaran agama Islam yang dianut. “Saya cukup memahami sistemnya karena sesuai dengan ajaran agama Islam. Sebenarnya saya tertarik dengan bank syariah, tapi kendalanya jaraknya cukup jauh”.<sup>11</sup> Meskipun belum berpindah dari bank konvensional karena pertimbangan praktis seperti lokasi, pernyataan ini menunjukkan adanya rasa suka yang muncul dari kesesuaian nilai.

Ibu Kiki (28 tahun), seorang guru lulusan S1, juga menyampaikan ketertarikannya terhadap prinsip syariah yang dianut bank syariah. “Saya tahu bank syariah itu berlandaskan prinsip-prinsip syariah, dan saya mulai tertarik, tapi belum ingin berpindah”.<sup>12</sup> Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman awal yang diperoleh telah menumbuhkan ketertarikan, meskipun belum disertai niat untuk beralih secara langsung.

Pak Winardi (58 tahun), seorang petani lulusan SMA, menyukai promosi dan pelayanan bank syariah, yang menurutnya lebih baik dibandingkan bank konvensional. “Saya lebih senang menabung di Bank Syariah... Pelayanan dan promosinya bagus”.<sup>13</sup> Meskipun ia sudah menggunakan layanan bank syariah, pada tahap liking ini ditunjukkan bahwa rasa suka menjadi fondasi yang mengarah ke preferensi lebih lanjut.

---

<sup>11</sup> Wawancara dengan Ibu Wiwin pada tanggal 22 April 2025

<sup>12</sup> Wawancara dengan Ibu Kiki pada tanggal 22 April 2025

<sup>13</sup> Wawancara dengan Bapak Winardi pada tanggal 22 April 2025

Adapun Ibu Sri (50 tahun), petani lulusan SMA, menyatakan bahwa menyukai produk-produk bank syariah karena kesesuaian dengan syariat serta pendekatan sosial seperti program untuk anak yatim. Ibu Sri menyampaikan, “Saya menyukai pelayanannya yang ramah serta produk-produknya yang jelas dan sesuai syariat. Promosi seperti pembagian keuntungan untuk anak yatim juga menjadi alasan saya tertarik”.<sup>14</sup> Ketertarikan Ibu Sri lahir dari kombinasi antara nilai religius dan kepedulian sosial yang ditawarkan bank syariah.

Pendapat sejenis juga disampaikan oleh Pak Warsidi (60 tahun), seorang wiraswasta lulusan SMA, menunjukkan ketertarikan terhadap pelayanan bank syariah, meskipun belum sepenuhnya berpindah. “Pelayanannya bagus, cuma saya memang tidak menggunakan aplikasi mobile.” Pak Warsidi juga menyatakan bahwa ia mengetahui bank syariah berlandaskan prinsip Islam, meskipun faktor lokasi masih menjadi kendala baginya untuk sepenuhnya beralih.<sup>15</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa indikator *liking* pada responden muncul karena adanya kesesuaian nilai-nilai syariah, pengalaman layanan yang positif serta persepsi terhadap manfaat sosial dan etis yang ditawarkan oleh bank syariah. Meskipun belum seluruhnya berpindah atau menunjukkan *preferensi* yang kuat, tahap ini merupakan titik awal penting yang bisa mengarah pada *conviction* (keyakinan) dan *purchase*

---

<sup>14</sup> Wawancara dengan Ibu Sri pada tanggal 22 April 2025

<sup>15</sup> Wawancara dengan Bapak Warsidi pada tanggal 22 April 2025

*intention* (niat penggunaan) apabila didukung oleh strategi pemasaran dan pelayanan yang konsisten.

#### 4. *Preference* (Preferensi)

Indikator *preference* terlihat ketika konsumen tidak hanya menyukai suatu produk atau layanan, tetapi mulai menunjukkan kecenderungan kuat untuk lebih memilih produk tersebut dibandingkan alternatif lain. Dalam konteks penelitian ini, preferensi terhadap bank syariah tercermin dari responden yang telah memiliki pengalaman menggunakan layanan bank syariah dan secara sadar memilihnya karena dianggap lebih sesuai dengan kebutuhan, nilai, atau kenyamanan pribadi mereka dibandingkan bank konvensional.

Responden yang mencerminkan tahap ini adalah Pak Winardi, Pak Gio, dan Ibu Sri. Pak Winardi (58 tahun), seorang petani lulusan SMA, menyatakan bahwa lebih memilih menabung di bank syariah karena pelayanan dan promosi yang dirasa lebih baik, serta lokasi bank yang lebih dekat dari tempat tinggalnya. "Saya lebih senang menabung di Bank Syariah daripada di Bank Konvensional. Menurut saya pelayanan dan promosinya bagus, mereka selalu menawarkan kemudahan dalam pelayanan. Lokasi Bank Syariah lebih dekat dari rumah, itu juga yang membuat saya merasa nyaman menabung di Bank Syariah." Pernyataan ini menunjukkan adanya preferensi nyata terhadap bank syariah, yang bukan hanya didorong oleh

nilai religius, tetapi juga oleh faktor kemudahan dan pengalaman layanan yang memuaskan.<sup>16</sup>

Pak Gio (55 tahun), wiraswasta lulusan SMA, awalnya menggunakan bank syariah karena kebijakan tempat kerja, namun kemudian mengakui bahwa kualitas pelayanan dan promosi menjadi alasan pribadi dalam mempertahankan pilihan tersebut. “Promosi dan kualitas layanan cukup memengaruhi keputusan saya. Rekomendasi dari teman dan keluarga juga jadi pertimbangan.” Meskipun nilai agama tidak menjadi faktor dominan dalam keputusannya, pengalamannya selama menggunakan bank syariah telah membentuk preferensi yang lebih stabil terhadap layanan tersebut.<sup>17</sup>

Sedangkan Ibu Sri (50 tahun), seorang petani lulusan SMA, juga menyampaikan bahwa merasa lebih nyaman menabung di bank syariah karena prinsip-prinsip syariah Islam serta pelayanan yang dirasa ramah dan sesuai kebutuhannya. “Saya menyukai pelayanannya yang ramah serta produk-produknya yang jelas dan sesuai syariat. Saya pertama kali direkomendasikan oleh teman saat berdagang di pasar.” Walaupun jumlah tabungannya relatif kecil, preferensinya terhadap bank syariah dibentuk oleh kesesuaian nilai, kenyamanan dan pengalaman sosial dari lingkungan sekitarnya.<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> Wawancara dengan Bapak Winardi pada tanggal 22 April 2025

<sup>17</sup> Wawancara dengan Bapak Gio pada tanggal 22 April 2025

<sup>18</sup> Wawancara dengan Ibu Sri pada tanggal 22 April 2025

Dari uraian di atas, dapat diketahui bahwa responden yang berada pada tahap *preference* telah menunjukkan kecenderungan konsisten untuk memilih bank syariah dibandingkan bank konvensional, yang didasarkan pada pengalaman penggunaan, kenyamanan, kedekatan nilai serta kepuasan terhadap layanan. Preferensi ini menandakan bahwa bank syariah telah berhasil membentuk loyalitas awal dalam benak konsumen, dan menjadi pijakan penting dalam proses menuju keyakinan yang lebih kuat dan niat untuk menggunakan layanan secara terus-menerus.

#### **5. *Conviction* (Keyakinan)**

Tahap *conviction* merupakan fase di mana konsumen telah memiliki rasa suka dan keyakinan terhadap suatu produk atau layanan, meskipun belum tentu melakukan pembelian atau penggunaan secara berkelanjutan karena adanya faktor eksternal lain yang masih menjadi pertimbangan. Dalam konteks bank syariah, tahap ini ditandai dengan adanya kepercayaan terhadap prinsip dan sistem yang diterapkan oleh bank syariah serta kecenderungan positif untuk memilihnya, namun belum sepenuhnya diikuti oleh keputusan tindakan yang konsisten.

Beberapa responden yang menunjukkan karakteristik pada tahap ini antara lain adalah Ibu Sri, Pak Warsidi, Ibu Wiwin dan Pak Gio. Ibu Sri (50 tahun), lulusan SMA dan berprofesi sebagai petani, menyatakan keyakinannya terhadap prinsip syariah Islam yang diterapkan di bank syariah. Ibu Sri merasa nyaman dengan pelayanan yang ramah, serta menyukai produk-produknya yang jelas dan sesuai syariat. "Saya tahu Bank

Syariah berlandaskan prinsip syariah Islam dan saya menyukai pelayanannya yang ramah serta produk-produknya yang jelas dan sesuai syariat.” Meskipun sudah menabung di bank syariah, pernyataan Ibu Sri menunjukkan bahwa keyakinannya tidak hanya bersifat emosional, tetapi juga didasari oleh kesesuaian nilai dan manfaat nyata yang dirasakan, menguatkan posisinya pada tahap *conviction* yang kokoh.<sup>19</sup>

Pak Warsidi (60 tahun), wiraswasta lulusan SMA, juga menyatakan bahwa dirinya memahami prinsip-prinsip Islam dalam bank syariah dan mengakui kualitas pelayanannya, khususnya dalam produk tabungan haji. “Saya sebenarnya sudah tahu bahwa Bank Syariah itu mengarah pada prinsip-prinsip Islam. Hanya saja karena kami tinggal di desa, bank konvensional seperti BRI memang lebih dekat.” Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Pak Warsidi telah meyakini keunggulan bank syariah secara nilai dan pelayanan, keputusan akhirnya masih terganjal oleh kendala teknis, yaitu jarak dan aksesibilitas.<sup>20</sup>

Ibu Wiwin (44 tahun), seorang pedagang lulusan SMA, juga berada dalam tahap *conviction*. Ibu Wiwin mengaku pernah menggunakan layanan bank syariah dan memahami bahwa sistemnya sesuai dengan ajaran Islam, namun tetap memilih bank konvensional karena lokasi lebih dekat dan suku bunga program KUR dirasa lebih ringan, “Saya cukup memahami sistemnya karena sesuai dengan ajaran Islam yang saya anut. Tapi saya

---

<sup>19</sup> Wawancara dengan Ibu Sri pada tanggal 22 April 2025

<sup>20</sup> Wawancara dengan Bapak Warsidi pada tanggal 22 April 2025

merasa lebih nyaman menggunakan bank konvensional karena lokasinya lebih dekat dari rumah dan program KUR-nya juga terasa lebih ringan bunganya.” Pernyataan ini menunjukkan bahwa meskipun memiliki keyakinan terhadap nilai yang dianut bank syariah, keputusan akhirnya masih dipengaruhi oleh faktor kemudahan akses dan fasilitas pinjaman.<sup>21</sup>

Pendapat serupa juga disampaikan oleh Pak Gio (55 tahun), wiraswasta lulusan SMA, yang berada pada tahap *conviction*. Pak Gio menyatakan mengetahui adanya perbedaan sistem bank syariah, menyukai promosi serta layanan yang diberikan, namun belum menjadikan nilai agama sebagai alasan utama dalam memilih. “Promosi dan kualitas layanan cukup memengaruhi keputusan saya, tapi aplikasi *mobile* belum saya coba.” Pak Gio juga mengungkapkan bahwa kebijakan tempat kerja dan rekomendasi teman turut menjadi faktor pendorong. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun belum sepenuhnya berdasar pada keyakinan nilai religius, terdapat kecenderungan positif dan kepercayaan terhadap bank syariah.<sup>22</sup>

Berdasarkan uraian di atas, diketahui bahwa responden pada tahap *conviction* telah memiliki keyakinan dan kecenderungan positif terhadap bank syariah. Keyakinan tersebut dibangun atas dasar pemahaman nilai-nilai syariah, kualitas pelayanan dan pengalaman penggunaan yang memuaskan. Namun, keputusan akhir untuk beralih sepenuhnya atau terus menggunakan bank syariah masih dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti

---

<sup>21</sup> Wawancara dengan Ibu Wiwin pada tanggal 22 April 2025

<sup>22</sup> Wawancara dengan Bapak Gio pada tanggal 22 April 2025

lokasi, aksesibilitas layanan digital, serta kebijakan lembaga atau pekerjaan. Oleh karena itu, untuk mengoptimalkan minat masyarakat, penting bagi bank syariah untuk meningkatkan akses layanan, memperluas jangkauan geografis, dan memberikan edukasi berkelanjutan guna menguatkan keyakinan konsumen menjadi keputusan yang nyata.

## 6. *Purchase Intention*

*Purchase intention* merupakan tahap di mana konsumen menunjukkan niat atau kesiapan untuk menggunakan produk secara nyata. Dalam konteks ini, beberapa responden telah menggunakan bank syariah dan menyatakan akan terus menggunakannya karena manfaat yang dirasakan.

Responden yang mencerminkan indikator ini yaitu Pak Winardi, Pak Gio, Pak Warsidi dan Ibu Sri. Keempatnya telah menabung di bank syariah dan menyampaikan bahwa promosi, kualitas layanan dan kenyamanan menjadi alasan utama mereka. Bapak Winardi lulusan SMA, sebagai petani berumur 58 tahun menyampaikan, "saya lebih senang menabung di Bank Syariah daripada di Bank Konvensional. Menurut saya pelayanan dan promosinya bagus, mereka selalu menawarkan kemudahan dalam pelayanan. Walaupun tentang aplikasi *mobile* saya belum tahu, tapi promosi dari Bank Syariah itu memang jadi salah satu alasan saya pilih menabung di sana. Kualitas layanannya juga menjadi faktor utama saya pilih Bank Syariah. Selain itu rekomendasi dari teman atau keluarga cukup mempengaruhi. Lokasi Bank Syariah lebih dekat dari rumah, itu juga yang

membuat saya merasa nyaman menabung di Bank Syariah”.<sup>23</sup> Pernyataan ini mencerminkan bahwa keputusannya menggunakan bank syariah bukan hanya berbasis pada pemahaman prinsip syariah melainkan juga pada kenyamanan dan pengalaman pelayanan yang dirasakan secara langsung.

Hal serupa juga diungkapkan oleh pak Gio lulusan SMA, sebagai wiraswasta berumur 55 tahun yang mengungkapkan bahwa keputusannya menabung di Bank Syariah didasarkan pada kebijakan tempat kerjanya. Pak Gio mengetahui bahwa sistem Bank Syariah berbeda dengan bank konvensional karena menerapkan prinsip bagi hasil, meskipun belum memahami detail produk dan layanannya. “Promosi dan kualitas layanan cukup memengaruhi keputusan saya, tapi aplikasi *mobile* belum saya coba,” ujarnya. Pak Gio menambahkan bahwa nilai agama tidak terlalu berpengaruh, namun rekomendasi dari teman dan keluarga turut menjadi pertimbangan sementara pendapatan dan lokasi tidak begitu memengaruhi keputusannya.<sup>24</sup>

Ibu Sri lulusan SMA, seorang petani berumur 50 tahun juga mengungkapkan alasan memilih menabung di Bank Syariah karena merasa lebih nyaman dan sesuai dengan kebutuhannya, "Saya tahu Bank Syariah berlandaskan prinsip syariah Islam dan saya menyukai pelayanannya yang ramah serta produk-produknya yang jelas dan sesuai syariat. Promosi seperti pembagian keuntungan untuk anak yatim juga menjadi alasan saya

---

<sup>23</sup> Wawancara dengan Bapak Winardi pada tanggal 22 April 2025

<sup>24</sup> Wawancara dengan Bapak Gio pada tanggal 22 April 2025

tertarik. Selain itu, saya pertama kali direkomendasikan oleh teman saat berdagang di pasar”.<sup>25</sup> Ibu Sri menambahkan bahwa tingkat pendapatan cukup memengaruhi keputusannya untuk menabung di bank syariah, sementara faktor lokasi dan aplikasi mobile tidak menjadi pertimbangan utama.

Selain ketiga responden tersebut Pak Warsidi lulusan SMA, seorang wiraswasta berumur 60 tahun mengungkapkan bahwa alasannya memilih menabung di Bank Syariah didasari oleh pemahaman terhadap prinsip-prinsip syariah Islam, meskipun faktor lokasi juga menjadi pertimbangannya. "Kami sebenarnya sudah tahu bahwa Bank Syariah itu mengarah pada prinsip-prinsip Islam. Hanya saja karena kami tinggal di desa, bank konvensional seperti BRI memang lebih dekat.” Ia menambahkan bahwa layanan di Bank Syariah dirasakannya cukup baik, terutama dalam hal produk tabungan haji. Pak Warsidi mengakui kualitas layanan menjadi salah satu faktor pendukung keputusannya. "Pelayanannya bagus, cuma saya memang tidak menggunakan aplikasi *mobile*”.<sup>26</sup>

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa purchase intention pada masyarakat terbentuk ketika mereka merasa bahwa bank syariah memberikan nilai lebih dibandingkan bank konvensional, baik dari segi prinsip yang sesuai syariat, kualitas pelayanan, promosi yang menarik maupun pengalaman langsung yang relevan dengan kebutuhan dan

---

<sup>25</sup> Wawancara dengan Ibu Sri pada tanggal 22 April 2025

<sup>26</sup> Wawancara dengan Bapak Warsidi pada tanggal 22 April 2025

kenyamanan mereka. Meskipun beberapa responden belum memanfaatkan layanan digital secara maksimal, niat untuk terus menggunakan bank syariah sudah tampak jelas dan kuat, terutama karena faktor pengalaman positif, rekomendasi sosial dan kesesuaian nilai-nilai keagamaan. Hal ini menunjukkan bahwa bank syariah memiliki potensi besar untuk mempertahankan loyalitas nasabah jika terus meningkatkan layanan dan memperluas aksesibilitasnya di tingkat desa.

### **C. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Tanggulangin Dalam Menabung Di Bank Syariah**

Berdasarkan hasil wawancara dengan 10 narasumber di Desa Tanggulangin Dusun II RT 04, secara faktual terlihat bahwa masyarakat lebih mengenal dan terbiasa menggunakan bank konvensional. Namun, sebagian nasabah memilih menggunakan layanan bank syariah karena dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat terhadap penggunaan bank syariah tersebut dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu faktor internal dan faktor eksternal, antara lain: <sup>27</sup>

#### **1. Faktor Internal**

Faktor internal merupakan faktor-faktor yang berasal dari dalam diri individu yang memengaruhi minat dan keputusan. Faktor ini mencakup berbagai aspek pribadi dan psikologis, antara lain:

---

<sup>27</sup> Kevin Lane Keller, Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 12th ed. (Indeks, 2009), 214.

a. Faktor Pribadi

Faktor pribadi mencakup karakteristik individual yang bersifat unik dan membedakan seseorang dengan yang lain, seperti usia, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup serta tahap dalam siklus hidup keluarga.<sup>28</sup> Faktor-faktor ini dapat memengaruhi keputusan seseorang dalam memilih produk atau layanan, termasuk layanan perbankan. Beberapa elemen faktor pribadi yang memengaruhi minat masyarakat di Desa Tanggulangin Dusun II RT 04 terhadap bank syariah yaitu:

1) Usia dan Tahap Hidup

Responden seperti ibu Wiwin menunjukkan bahwa usia dan tahap kehidupan berpengaruh terhadap keputusan dalam memilih bank. Ibu Wiwin, lebih memilih bank konvensional karena sudah terbiasa, meskipun sudah mengetahui keberadaan bank syariah.

2) Pekerjaan dan Penghasilan

Bapak Gio dan ibu Sri menunjukkan kecenderungan untuk memilih bank syariah karena cocok dengan prinsip ekonomi Islam dan bebas riba. Di sisi lain, bapak Yogi menyatakan bahwa ia memilih bank konvensional karena sudah merasa nyaman dan tidak memiliki kebutuhan khusus untuk beralih.

3) Gaya Hidup

Pilihan gaya hidup juga memengaruhi keputusan dalam memilih bank. Masyarakat yang lebih religius cenderung memilih

---

<sup>28</sup> Kevin Lane Keller, Philip Kotler, 222.

bank syariah sebagai bagian dari gaya hidup yang sesuai dengan prinsip Islam. Hal ini ditunjukkan oleh beberapa responden yang menyatakan memilih bank syariah karena lebih sesuai dengan nilai-nilai agama.

b. Faktor Psikologis

Faktor psikologis berkaitan dengan proses internal individu yang memengaruhi cara mereka berpikir, merasakan dan bertindak dalam pengambilan keputusan. Faktor ini meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran dan keyakinan atau sikap. Beberapa elemen faktor psikologis yang berpengaruh terhadap minat masyarakat di wilayah penelitian adalah:

1) Motivasi

Motivasi merupakan dorongan dari dalam diri seseorang untuk memenuhi kebutuhan atau menghindari sesuatu yang tidak diinginkan.<sup>29</sup> Sebagian responden termotivasi menggunakan bank syariah karena ingin menghindari riba dan merasa lebih tenang secara batin. Hal ini terlihat dari pernyataan ibu Sri dan Bapak Winardi yang lebih memilih bank syariah karena aspek keagamaan.

2) *Persepsi*

Persepsi individu terhadap bank syariah juga berpengaruh. Sebagian masyarakat memiliki persepsi bahwa bank syariah lebih adil dan transparan, meskipun beberapa lainnya belum memahami

---

<sup>29</sup> Kevin Lane Keller, Philip Kotler, 226.

perbedaan mendetail antara bank syariah dan konvensional, sehingga tetap menggunakan bank konvensional karena merasa tidak ada perbedaan signifikan yaitu seperti pernyataan bapak Yogi dan Tya.

### 3) Keyakinan dan Sikap

Keyakinan terhadap prinsip-prinsip Islam mendorong beberapa responden untuk berpindah ke bank syariah. Namun, sikap terhadap kemudahan penggunaan, ketersediaan layanan dan kebiasaan juga membentuk sebagian masyarakat tetap memilih bank konvensional meskipun mengetahui adanya larangan riba.

## 2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor-faktor yang berasal dari lingkungan sekitar individu dan berpengaruh terhadap minat serta keputusan. Faktor ini meliputi aspek budaya dan sosial, antara lain:

### a. Faktor Budaya

Faktor budaya adalah faktor-faktor yang berasal dari lingkungan sosial dan kebiasaan masyarakat yang membentuk nilai, norma dan perilaku individu dalam kehidupan sehari-hari. Budaya mencakup sistem nilai, kepercayaan, tradisi dan kebiasaan yang diturunkan dari generasi ke generasi. Dalam konteks pemilihan bank, budaya dapat memengaruhi *preferensi* seseorang terhadap jenis layanan keuangan yang digunakan. Faktor budaya yang memengaruhi minat masyarakat

di Desa Tanggulangin Dusun II RT 04 terhadap bank syariah terdiri dari:

1) Budaya Umum (Kebiasaan Sosial)

Budaya umum mencerminkan pola kebiasaan masyarakat yang telah tertanam dan diwariskan secara turun-temurun. Di Desa Tanggulangin, masyarakat dikenal memiliki budaya religius serta menjunjung tinggi nilai kebersamaan dan gotong royong. Namun, dalam konteks layanan perbankan, masih banyak masyarakat yang lebih familiar dengan bank konvensional karena sudah digunakan secara turun-temurun dan lebih mudah diakses. Hal ini diperkuat dari wawancara dengan narasumber seperti Prasetyo dan Tya, yang menyatakan bahwa mereka menggunakan bank konvensional karena lebih umum dan dianggap praktis. Budaya kebiasaan tersebut membentuk pola pikir masyarakat yang menjadikan bank konvensional sebagai pilihan utama, sehingga memengaruhi rendahnya minat terhadap layanan bank syariah, terutama jika edukasi dan promosi dari pihak bank syariah masih minim.

2) Sub Budaya (Nilai Agama dan Lingkungan Sosial)

Sub budaya merujuk pada kelompok-kelompok kecil dalam masyarakat yang memiliki sistem nilai tertentu, seperti agama atau komunitas sosial. Narasumber seperti pak Warsidi dan ibu Sri menyampaikan bahwa mereka lebih memilih bank syariah karena alasan keagamaan, yakni ingin menghindari riba. Ini menunjukkan

bahwa sub budaya keislaman yang kuat dapat mendorong seseorang untuk lebih memilih layanan keuangan berbasis syariah.

### 3) Kelas Sosial

Kelas sosial juga menjadi bagian dari budaya yang memengaruhi pola pikir dan pilihan seseorang. Misalnya, masyarakat dari kelas menengah ke bawah seperti ibu Sri merasa lebih nyaman dengan bank syariah karena pelayanannya yang ramah dan tidak menekan. Sementara itu, kalangan lain seperti ibu Wiwin mempertimbangkan faktor kemudahan dan kepraktisan, yang lebih ditemukan di bank konvensional.

#### b. Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan pengaruh dari lingkungan sekitar yang membentuk perilaku, preferensi dan minat individu dalam memilih suatu produk atau layanan. Faktor ini mencakup kelompok acuan, keluarga serta peran dan status sosial seseorang di masyarakat. Dalam konteks ini, faktor sosial memiliki peran penting dalam membentuk minat masyarakat terhadap penggunaan layanan bank, termasuk bank syariah. Faktor sosial yang memengaruhi minat masyarakat di Desa Tanggulangin Dusun II RT 04 terhadap bank syariah meliputi:

##### 1) Kelompok Acuan

Kelompok acuan adalah sekelompok orang di sekitar individu yang dapat memengaruhi sikap dan perilaku, baik secara

langsung maupun tidak langsung.<sup>30</sup> Berdasarkan hasil wawancara, beberapa narasumber seperti ibu Wiwin, pak Yogi, dan ibu Sri mengaku bahwa mereka memilih bank konvensional maupun bank syariah karena rekomendasi dari teman atau rekan kerja. Misalnya, pak Gio memutuskan menabung di bank syariah karena kebijakan tempat kerja, yang dalam hal ini juga berperan sebagai kelompok acuan. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok acuan memiliki pengaruh besar dalam membentuk minat masyarakat terhadap suatu jenis bank.

## 2) Keluarga

Keluarga merupakan salah satu faktor sosial yang paling dominan. Beberapa narasumber, seperti Tya dan ibu Kiki, menyatakan bahwa mereka menggunakan bank konvensional karena rekomendasi atau arahan dari anggota keluarga, yang dianggap lebih praktis dan terpercaya. Di sisi lain, ada pula yang mengaku tidak dipengaruhi keluarga, seperti Ibu Tutik. Namun secara umum keluarga masih menjadi referensi utama dalam pengambilan keputusan keuangan.

## 3) Peran dan Status

Peran dan status seseorang dalam masyarakat juga turut memengaruhi pilihan terhadap bank. Misalnya, seperti Prasetyo yang berprofesi sebagai wiraswasta memilih bank konvensional

---

<sup>30</sup> Kevin Lane Keller, Philip Kotler, 217.

karena kemudahan akses dan kepraktisan yang mendukung aktivitasnya. Sementara itu, pak Warsidi lebih memilih bank syariah karena sesuai dengan nilai-nilai yang diyakininya. Ini menunjukkan bahwa status sosial dan peran seseorang dalam masyarakat dapat membentuk preferensi terhadap jenis layanan keuangan yang digunakan.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan terhadap wawancara dengan masyarakat Desa Tanggulangin Dusun II RT 04, dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat dalam memilih bank syariah dipengaruhi oleh dua kategori utama, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal mencakup aspek pribadi dan psikologis, sementara faktor eksternal meliputi aspek budaya dan sosial. Dari kedua kategori tersebut, faktor internal dan faktor sosial dari faktor eksternal merupakan yang paling dominan memengaruhi minat masyarakat dalam memilih bank syariah. Khususnya, faktor psikologis seperti motivasi untuk menghindari riba dan keyakinan terhadap prinsip-prinsip Islam menjadi pendorong utama, sementara faktor sosial seperti pengaruh kelompok acuan, keluarga serta peran dan status dalam masyarakat juga sangat memengaruhi keputusan individu karena kecenderungan mengikuti saran atau rekomendasi dari lingkungan sekitar.

Selain itu, jarak dan kemudahan akses terhadap bank syariah juga menjadi pertimbangan penting yang memengaruhi minat masyarakat. Meskipun keinginan untuk menggunakan layanan berbasis syariah cukup kuat, keterbatasan akses dan kebiasaan menggunakan bank konvensional

yang sudah tertanam tetap menjadi hambatan. Oleh karena itu, keberhasilan bank syariah dalam meningkatkan minat masyarakat sangat bergantung pada penguatan nilai-nilai internal masyarakat, khususnya yang berkaitan dengan religiositas dan sikap, serta peningkatan aksesibilitas layanan di wilayah pedesaan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap sepuluh narasumber di Desa Tanggulangin Dusun II RT 04, diketahui bahwa empat orang telah menggunakan layanan bank syariah, sedangkan enam orang lainnya belum menunjukkan minat. Minat masyarakat dalam memilih bank syariah dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu faktor internal (pribadi dan psikologis) dan faktor eksternal (budaya dan sosial). Dari keseluruhan faktor tersebut, faktor internal, khususnya faktor psikologis, serta faktor sosial dari kategori eksternal, merupakan yang paling dominan memengaruhi minat masyarakat. Motivasi untuk menghindari riba dan keyakinan terhadap prinsip-prinsip Islam menjadi dorongan utama yang kemudian didukung oleh pengaruh sosial seperti keluarga dan kelompok acuan. Selain itu, keterbatasan akses dan jarak ke bank syariah juga menjadi pertimbangan penting. Oleh karena itu, keberhasilan bank syariah dalam menarik minat masyarakat sangat bergantung pada penguatan aspek psikologis dan sosial, serta peningkatan aksesibilitas layanan di wilayah pedesaan.

#### **B. Saran**

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan di lapangan dan pembahasan yang telah diuraikan, maka saran yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Pihak Bank Syariah hendaknya lebih aktif dalam melakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat mengenai layanan keuangan syariah. Upaya ini penting untuk meningkatkan kesadaran (*awareness*) dan pengetahuan (*knowledge*) masyarakat terhadap produk syariah. Selain itu, untuk mengatasi kendala jarak dan kemudahan layanan, Bank Syariah juga perlu memperluas jangkauan layanannya, baik melalui pembukaan unit layanan di daerah pedesaan maupun melalui kerja sama dengan agen layanan keuangan.
2. Bagi masyarakat hendaknya dapat lebih proaktif dalam mencari informasi mengenai sistem perbankan syariah agar dapat memahami berbagai manfaatnya. Diharapkan juga agar masyarakat mulai mempertimbangkan penggunaan layanan bank syariah sebagai alternatif yang sesuai dengan prinsip keuangan Islam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: CV Jejak, 2018).
- Almaifa Jamal, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat Muslim Di Bank Syariah Indonesia Di Belopa,” 2023.
- Al-Qu’an Online. Kementrian Agama Republik Indonesia  
<https://quran.kemenag.go.id>. Diunduh 22 November 2024.
- Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2009).
- Dewan Syariah Nasional MUI, ‘Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No. 02/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Tabungan’, *Himpunan Fatwa DSN MUI*, 2000.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK), ‘Perbankan Syariah’  
<https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/pages/perbankan-syariah.aspx>.  
Diunduh Pada Tanggal 05 Oktober 2024.
- , *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2023* (Jakarta Pusat, 2023).
- Hasil Pencarian - KBBI VI Daring,” accessed May 31, 2024,  
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/minat>.
- Imes Kurnia Sari, “Skripsi Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Anggota Tabungan Idul Fitri Pada Koperasi Serba Usaha (KSU) Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Metro Selatan Jurusan : S1 Perbankan Syariah” (2019).
- Jefri Putri Nugraha et al., *Teori Perilaku Konsumen* (Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management (Penerbit NEM - Anggota IKAPI), 2021).
- Julian Hasmi, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Untuk Menabung Pada PT. BPRS Muamalat Harkat Bengkulu” (2017).
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring,  
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/menabung>, Diunduh Pada Tanggal 07 Oktober 2024
- , <https://kbbi.web.id/minat>, diunduh pada tanggal 06 oktober 2024
- Kevin Lane Keller, Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 12th ed. (Indeks, 2009).

-----, *Marketing Management, Pearson Education*, 15th ed., vol. 37 (United States edition: Pearson Education, 2016).

Nursapia Harahap, *Penelitian Kualitatif* (Medan: Wal Ashri Publishing, 2020).

OJK, "Mengenal Otoritas Jasa Keuangan Dan Industri Jasa Keuangan"  
*Sikapiuangmu.Ojk.Go.Id*, 2016.

Robby Akmal, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah," *Jurnal Ilmiah*, 2021.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2021).

Undang-Undang Republik Indonesia, "Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan," 1998.

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

**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](http://www.febi.metrouniv.ac.id); e-mail: [febi.iaim@metrouniv.ac.id](mailto:febi.iaim@metrouniv.ac.id)

Nomor : B-3132/ln.28.1/J/TL.00/12/2024  
Lampiran : -  
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,  
Atika Riasari (Pembimbing 1)  
(Pembimbing 2)  
di-

Tempat  
*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

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

Nama : **FAQIH DWI YOGA**  
NPM : 2103021016  
Semester : 7 (Tujuh)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Judul : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT  
MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Di Desa  
Tangulangun Kecamatan Punggur)**

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 Desember 2024

Ketua Jurusan,



**Muhammad Ryan Fahlevi M.M**

NIP 19920829 201903 1 007

## **ALAT PENGUMPUL DATA (APD)**

### **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Di Desa Tanggulangin, Kecamatan Punggur)**

Metode wawancara yang peneliti gunakan adalah wawancara semi terstruktur kepada masyarakat Desa Tanggulangin Kecamatan Punggur.

#### **A. Wawancara Dengan Masyarakat Desa Tanggulangin Yang Memakai Bank Syariah**

1. Mengapa anda memilih menabung di Bank Syariah daripada di Bank Konvensional?
2. Apa yang anda ketahui tentang Bank Syariah?
3. Apa yang anda sukai dari layanan atau produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah?
4. Apakah promosi dari Bank Syariah menjadi salah satu hal yang mempengaruhi keputusan anda?
5. Apakah anda mengakui bahwa kualitas layanan Bank Syariah sebagai faktor utama dalam keputusan untuk menabung?
6. Apakah ketersediaan aplikasi mobile meningkatkan minat anda untuk menabung di Bank Syariah?
7. Apakah nilai-nilai agama atau kepercayaan mempengaruhi keputusan anda untuk menabung di Bank Syariah?
8. Apakah rekomendasi dari teman atau keluarga mempengaruhi anda untuk menabung di Bank Syariah?
9. Apakah tingkat pendapatan anda berpengaruh pada keputusan untuk menabung di Bank Syariah?
10. Apakah lokasi dan kemudahan akses Bank Syariah mempengaruhi keputusan anda?

**B. Wawancara Dengan Masyarakat Desa Tanggulangin Yang Tidak Memakai Bank Syariah.**

1. Apakah anda sudah pernah menggunakan layanan Bank Syariah?
2. Sejauh mana anda mengetahui tentang Bank Syariah?
3. Apa yang membuat anda memilih untuk tidak menggunakan Bank Syariah?
4. Apakah anda merasa lebih nyaman menggunakan Bank Konvensional dibandingkan Bank Syariah? Mengapa?
5. Mengapa anda tidak minat menggunakan Bank Syariah?
6. Apakah anda tertarik dengan Bank Syariah?
7. Apakah nilai-nilai agama atau budaya anda mempengaruhi keputusan anda untuk tidak menabung di Bank Syariah?
8. Apakah teman atau keluarga anda merekomendasikan untuk menabung di Bank Konvensional daripada Bank Syariah?
9. Apakah tingkat pendapatan anda berpengaruh pada keputusan untuk tidak menabung di Bank Syariah?
10. Apakah aksesibilitas Bank Syariah di sekitar anda menjadi kendala?

**DOKUMENTASI**

1. Sejarah berdirinya Desa Tanggulangin Kecamatan Punggur
2. Visi dan Misi Desa Tanggulangin Kecamatan Punggur
3. Struktur Organisasi Desa Tanggulangin Kecamatan Punggur

Dosen Pembimbing,



**Atika Riasari, MBA.**  
NIP. 198807082019032007

Metro, 15 Desember 2024  
Mahasiswa Peneliti,



**Faqih Dwi Yoga**  
NPM. 2103021016

## **SURAT TUGAS**

Nomor: B-3330/In.28/D.1/TL.01/12/2024

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **FAQIH DWI YOGA**  
NPM : 2103021016  
Semester : 7 (Tujuh)  
Jurusan : S1 Perbankan Syari'ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Tanggulangin, Kec. Punggur, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Di Desa Tanggulangin Kecamatan Punggur)".
  2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 19 Desember 2024

Mengetahui,  
Pejabat Setempat



H. Famiyati, SE



Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Putri Swastika SE, M.IF**  
NIP 19861030 201801 2 001



**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](http://www.febi.metrouniv.ac.id); e-mail: [febi.iain@metrouniv.ac.id](mailto:febi.iain@metrouniv.ac.id)

Nomor : B-3329/In.28/D.1/TL.00/12/2024  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
Kepala Tanggulangin, Kec. Punggur  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-3330/In.28/D.1/TL.01/12/2024,  
tanggal 19 Desember 2024 atas nama saudara:

Nama : **FAQIH DWI YOGA**  
NPM : 2103021016  
Semester : 7 (Tujuh)  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada Kepala Tanggulangin, Kec. Punggur bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Tanggulangin, Kec. Punggur, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Di Desa Tanggulangin Kecamatan Punggur)".

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 19 Desember 2024  
Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Putri Swastika SE, M.IF**  
NIP 19861030 201801 2 001



**PEMERINTAH KABUPATEN LAMPUNG TENGAH**  
**KECAMATAN PUNGGUR**  
**KAMPUNG TANGGULANGIN**

Jl. Pendidikan Kampung Tanggulangin Kec.Punggur Kode Pos 34152  
Email: tanggulangin92@gmail.com

Tanggulangin, 06 Januari 2025

Nomor : 140 / 09 / 17.5 / 2025  
Lampiran : -  
Perihal : **Pemberian Izin Research**

Kepada Yth,  
Saudara Dekan Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Metro  
di -  
Metro

Dengan hormat,

Menindak lanjuti surat Saudara Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro Nomor: B-3330/In.28/D.1/TL.01/12/2024 Tanggal 19 Desember 2024 Perihal: Permohonan Izin Research, maka dengan ini kami memberikan izin kepada Mahasiswa Saudara:

NO	PRODI	NAMA MAHASISWA	NPM
1	S1 Perbankan Syari'ah	Faqih Dwi Yoga	2103021016

Untuk melaksanakan Penelitian di Kampung Tanggulangin Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah, mulai tanggal 19 Desember 2024 sampai selesai.

Demikian izin ini kami berikan, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kepala Kampung Tanggulangin



Hj. RUMIYATI, SE



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

**NPP: 1807062F0000001**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: diglib.metrouniv.ac.id; perpustakaan@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-260/In.28/S/U.1/OT.01/05/2025**

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

Nama : FAQIH DWI YOGA  
NPM : 2103021016  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2024/2025 dengan nomor anggota 2103021016

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, 14 Mei 2025  
Kepala Perpustakaan,

Kan Gufroni, S.I.Pust.  
NIP.19920428 201903 1 009



**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 : **FAQIH DWI YOGA**  
NPM : **2103021016**  
Jurusan : **S1 Perbankan Syariah**

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BANK SYARIAH (Studi Kasus Di Desa Tanggulangin, Kecamatan Punggur)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 18%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 21 Mei 2025  
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



**Anggoro Sugeng, SEI., M.Sh.Ec**

**NIP.199005082020121011**



**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  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Faqih Dwi Yoga

Fakultas/Jurusan : FEBI / PBS

NPM : 2103021016

Semester/TA : VII / 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis/12 Desember 2024	Perbaiki APD tambahkan pertanyaan terkait Faktor - Faktor yang mempengaruhi minat.	

Dosen Pembimbing,



**Atika Riasari, MBA**  
NIP. 19880708 201903 2 007

Mahasiswa Ybs,



**Faqih Dwi Yoga**  
NPM. 2103021016



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  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id), e-mail: [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Faqih Dwi Yoga

Fakultas/Jurusan : FEBI / PBS

NPM : 2103021016

Semester/TA : VII / 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu/ 18 Desember 2024	ACC APD dan Outline	

Dosen Pembimbing,



Atika Riasari, MBA  
NIP. 19880708 201903 2 007

Mahasiswa Ybs,



Faqih Dwi Yoga  
NPM. 2103021016



**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  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Faqih Dwi Yoga

Fakultas/Jurusan : FEBI / PBS

NPM : 2103021016

Semester/TA : VIII / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis / 8 Mei 2025	<ul style="list-style-type: none"><li>- Dijelaskan Populasi nya kemudian Sample</li><li>- Tampilkan data Populasi dan Sample</li><li>- Data hasil Penelitian dikumpulkan berdasarkan Indikator, Faktor.</li></ul>	

Dosen Pembimbing,

**Atika Riasari, MBA**

NIP. 19880708 201903 2 007

Mahasiswa Ybs,

**Faqih Dwi Yoga**

NPM. 2103021016



**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  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Faqih Dwi Yoga

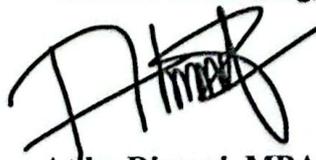
Fakultas/Jurusan : FEBI / PBS

NPM : 2103021016

Semester/TA : VIII / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	14 Mei 2025	Acc Munadrosyah	

Dosen Pembimbing,



**Atika Riasari, MBA**  
NIP. 19880708 201903 2 007

Mahasiswa Ybs,



**Faqih Dwi Yoga**  
NPM. 2103021016

## DOKUMENTASI



Wawancara dengan masyarakat desa Tanggulangin atas nama Prasetyo



Wawancara dengan masyarakat desa Tanggulangin atas nama Tya



Wawancara dengan masyarakat desa Tanggulangin atas nama Ibu Sri



Wawancara dengan masyarakat desa Tanggulangin atas nama Ibu Wiwin



Wawancara dengan masyarakat desa Tanggulangin atas nama Pak Yogi



Wawancara dengan masyarakat desa Tanggulangin atas nama Pak Warsidi



Wawancara dengan masyarakat desa Tanggulangin atas nama Ibu Tutik



Wawancara dengan masyarakat desa Tanggulangin atas nama Pak Gio



Wawancara dengan masyarakat desa Tanggulangin atas nama Pak Winardi



Wawancara dengan masyarakat desa Tanggulangin atas nama Ibu Kiki

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



Faqih Dwi Yoga ,biasa dipanggil Yoga lahir pada tanggal 14 September 2002 di Tanggulangin. Peneliti merupakan anak dari Bapak Sugiyo dan Ibu Suhariyah, anak kedua dari dua bersaudara. Peneliti berdomisili di Desa Tanggulangin, Kec. Punggur, Kab. Lampung Tengah.

Peneliti menempuh pendidikan formal di TK Dharma Wanita selama 1 tahun. Kemudian melanjutkan pendidikan di SDN 1 Tanggulangin tahun 2008-2014, kemudian melanjutkan di SMP Negeri 1 Punggur pada tahun 2014-2017, menempuh pendidikan selanjutnya di SMA Negeri 1 Punggur pada tahun 2017-2020. Pada tahun 2021, Peneliti melanjutkan pendidikan Strata I di IAIN Metro Lampung dengan masuk melalui jalur UM-PTKIN mengambil Program Studi Perbankan Syariah.