

BAB II

KAJIAN TEORI

A. PEMASARAN

1. Definisi Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. The American Marketing Association merumuskan definisi pemasaran yang lebih menekankan pada proses manajerial yaitu proses perencanaan dan penetapan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi.¹

Sedangkan William J. Stanton menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.² Jadi, kita meninjau pemasaran merupakan sistem kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan, ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, dan

¹ Ismail Nawawi Uha, *Pemasaran Syariah: Kompilasi Teori dan Pengantar Praktik dalam Bisnis Klasik dan Kontemporer*, (Sidoarjo: CV. Dwiputra Pustaka Jaya, 2014), hlm. 9

² Basu Swastha, Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta:Liberty Yogyakarta, 2005), hlm. 5

mendistribusikan barang dan jasa kepada kelompok pembeli untuk memuaskan tujuan individu dan organisasi. Kegiatan-kegiatan tersebut beroperasi di dalam suatu lingkungan yang dibatasi oleh sumber-sumber dari perusahaan itu sendiri.

2. Konsep Pemasaran

Terdapat sejumlah konsep inti yang terkandung dalam pemasaran. Mempelajari konsep inti pemasaran akan sangat membantu dalam memahami hakekat pemasaran. Identifikasi konsep inti pemasaran, meliputi³:

- a. *Target markets and segmentation*. Segmentasi berkaitan dengan pengelompokan pasar yang menuntut bauran pemasaran yang berbeda. Perusahaan kemudian memilih dan menetapkan segmen pasar yang akan dilayani sebagai pasar sasaran.
- b. *Marketplace, marketspace and metamarket*. *Marketplace* bersifat fisik seperti seseorang berbelanja di suatu toko. *Marketspace* bersifat digital seperti seseorang berbelanja melalui internet. Adapun *Metamarket* bersifat komplementer dari barang dan jasa berbagai industri yang relevan seperti automobile metamarkets, terdiri dari pabrik mobil, dealer mobil, lembaga keuangan, perusahaan asuransi, dan lainnya.
- c. *Marketers and prospect*. *Marketer* adalah seseorang atau organisasi yang berusaha mendapatkan suatu respons (perhatian, pilihan dan pembelian) dari pihak lain atau *prospect*.

³ *Ibid*, hlm. 10-14

- d. *Need, wants and demand.* *Marketer* harus berusaha memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pasar sasaran. Kebutuhan berkaitan dengan sesuatu yang harus atau menuntut pemenuhan. Seperti untuk kelangsungan hidupnya, manusia membutuhkan makanan, pakaian, rumah, dan lainnya. Kebutuhan berbeda dengan keinginan walaupun setiap keinginan manusiasenantiasa didasarkan dari kebutuhannya. Keinginan ditunjukkan oleh pilihan, seperti dalam hal makanan seseorang menginginkan roti dan yang lain menginginkan nasi. Suatu keinginan yang didukung oleh daya beli akan melahirkan permintaan. Jadi permintaan seseorang atas suatu produk terkait dengan kebutuhan dan keinginan tentang produk itu yang didukung oleh kemampuan untuk mendapatkannya atau daya belinya.
- e. *Product, offering and brand.* Produk berkaitan dengan nilai yaitu seperangkat manfaat yang ditawarkan kepada konsumen untuk memuaskan kebutuhannya.
- f. *Value and satisfaction.* Kesesuaian antara kinerja produk dengan tuntutan konsumen akan membentuk kepuasan bagi konsumen yang bersangkutan. Dalam hal ini, kepuasan konsumen melibatkan komponen kinerja produk yang dibelinya danuntutannya atau harapannya atas produk. Agar dapat menciptakan nilai konsumen yang tinggi maka perusahaan atau produsen harus mampu memberikan manfaat yang lebih besar dari suatu produk yang ditawarkannya

dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan konsumen untuk memperoleh produk itu.

- g. *Exchange and transactions*. Pertukaran merupakan proses mendapatkan suatu produk dari pihak tertentu melalui penawaran. Dalam pertukaran kedua pihak bernegosiasi untuk mencapai kesepakatan. Jika terjadi kesepakatan berarti terjadi transaksi. Dalam hal ini transaksi merupakan suatu pertukaran nilai antara dua pihak atau lebih, melibatkan waktu dan tempat.
- h. *Relationships and networks*. *Relationships marketing* bertujuan untuk membangun hubungan yang saling memuaskan dalam jangka panjang dengan konsumen, pemasok, distributor dan lainnya. Ini penting untuk meningkatkan dan memelihara bisnisnya dalam jangka panjang. *Outcome* dari *relationships marketing* berupa suatu jaringan pemasaran antara perusahaan dengan stakeholder-nya (konsumen, karyawan, pemasok, distributor dan lainnya).
- i. *Marketing channels*. Untuk mencapai pasar sasaran, *marketer* menggunakan tiga jenis saluran pemasaran, yaitu: *communication channels* yaitu menyampaikan dan menerima pesan kepada dan dari pasar sasaran. *Distribution channels* yaitu menyampaikan produk atau jasa kepada pembeli. *Service channels* yaitu menyelenggarakan transaksi dengan pembeli potensial yang melibatkan *warehouse*, perusahaan transportasi, bank dan perusahaan asuransi untuk memfasilitasi transaksi.

- j. *Supply chain*. Menggambarkan rentang saluran yang lebih panjang mulai dari bahan baku, produk akhir sampai ke pembeli akhir.
 - k. *Competition*. Mencakup seluruh pesaing aktual dan potensial.
 - l. *Marketing environment*. Terdiri dari lingkungan tugas mencakup perusahaan, pemasok, distributor, konsumen, dan lingkungan demografi, lingkungan ekonomi, lingkungan alam, lingkungan teknologi, lingkungan politik legal, dan lingkungan sosial-budaya.
 - m. *Marketing program*. Tugas *marketer* adalah mengembangkan suatu program pemasaran atau rencana untuk mencapai tujuan perusahaan. Dalam hal ini, bauran pemasaran merupakan seperangkat alat yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam suatu pasar sasaran. Pada dasarnya alat-alat dalam bauran pemasaran itu terdiri dari produk, harga, distribusi dan promosi.
3. Fungsi Pemasaran

Secara umum fungsi pemasaran dapat dikemukakan sebagai berikut, yaitu⁴:

- a. Fungsi pertukaran

Dengan pemasaran pembeli dapat membeli produk dari produsen baik dengan menukar uang dengan produk maupun pertukaran produk dengan produk (barter) untuk dipakai sendiri atau untuk dijual kembali.

⁴ *Ibid*, hlm. 15-16

b. Fungsi distribusi fisik

Distribusi fisik suatu produk dilakukan dengan cara mengangkut serta menyimpan produk. Produk diangkut dari produsen mendekati kebutuhan konsumen dengan banyak cara baik melalui air, darat, udara, dsb. Penyimpanan produsen mengedepankan menjaga pasokan produk agar tidak kekurangan saat dibutuhkan.

c. Fungsi perantara

Untuk menyampaikan produk dari tangan produsen ke tangan konsumen dapat dilakukan melalui perantara pemasaran yang menghubungkan aktifitas pertukaran dengan distribusi fisik. Aktifitas fungsi perantara antara lain seperti pengurangan resiko, pembiayaan, pencarian informasi, serta standarisasi atau penggolongan produk.

B. SIMPANAN

1. Pengertian Simpanan

Simpanan merupakan dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank berdasarkan perjanjian penyimpanan dana dalam bentuk giro, deposit, sertifikat deposit, tabungan dan bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu. Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi

dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan itu.⁵

Pelaksanaan Kegiatan Koperasi Simpan Pinjam oleh Koperasi, simpanan adalah dana yang dipercayakan oleh anggota, calon anggota, koperasi-koperasi lain dan atau anggotanya kepada koperasi dalam bentuk tabungan dan simpanan koperasi berjangka. Dana yang disalurkan pada anggota atau calon anggota ini akan diinvestasikan kepada masyarakat yang membutuhkan dana, kemudian lembaga akan membagi pembagian hasilnya kepada penabung.

2. Modal usaha koperasi berasal dari dua sumber, yaitu:
 - a. Modal sendiri yang berasal dari simpanan pokok, simpanan wajib, dana cadangan, dan hibah.
 - 1) Simpanan pokok adalah sejumlah uang yang sama banyaknya, yang wajib dibayarkan oleh anggota kepada koperasi pada saat masuk menjadi anggota. Simpanan pokok tidak dapat diambil kembali selama yang bersangkutan masih menjadi anggota.
 - 2) Simpanan wajib adalah sejumlah simpanan tertentu yang tidak harus sama jumlahnya. Simpanan wajib tidak dapat diambil kembali selama yang bersangkutan masih menjadi anggota.
 - 3) Dana cadangan adalah sejumlah uang yang diperoleh dari penyisihan sisa hasil usaha, yang dimaksudkan untuk

⁵Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hlm. 297

menumpuk modal sendiri dan untuk menutup kerugian koperasi jika diperlukan.

4) Hibah merupakan sumbangan dari pihak tertentu yang diserahkan kepada koperasi sebagai upaya turut serta mengembangkan koperasi. Hibah tidak dapat dibagikan kepada anggota selama koperasi belum dibubarkan.

b. Modal pinjaman, yaitu modal yang berasal dari anggota, koperasi lain dan anggotanya, bank dan lembaga keuangan lainnya, penerbitan obligasi, dan surat utang lainnya, serta sumber lainnya yang sah.⁶

3. Rukun dan syarat simpanan

a. Rukun simpanan

- 1) Orang yang menyimpan barang
- 2) Orang yang menitipkan barang
- 3) Ijab qobul, yang artinya kesepakatan antara 2 belah pihak.

b. Syarat simpanan

- 1) Simpanan pokok : simpanan ini tidak dapat diambil kembali selama yang bersangkutan masih anggota simpanan ini ikut menanggung kerugian.
- 2) Simpanan wajib : simpanan ditarik pada waktu anggota menerima kredit dari koperasi dan sebagainya. Simpanan wajib ini tidak ikut menanggung kerugian.

⁶Eeng Ahman, Epi Indriani, *Membina Kompetensi Ekonomi*, (Bandung: Grafindo Media Pratama, 2007), hlm. 119

- 3) Simpanan sukarela : simpanan ini diadakan oleh anggota atas dasar sukarela berdasarkan perjanjian atau peraturan khusus.⁷

C. PENERAPAN SIMPANAN PENDIDIKAN

Menurut kamus umum bahasa Indonesia, penerapan adalah hal, cara atau hasil.⁸ Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa penerapan merupakan sebuah tindakan yang dilakukan baik secara individu maupun kelompok dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan. Adapun unsur-unsur penerapan meliputi :

1. Adanya program yang dilaksanakan
2. Adanya kelompok target, yaitu masyarakat yang menjadi sasaran dan diharapkan akan menerima manfaat dari program tersebut
3. Adanya pelaksanaan, baik organisasi atau perorangan yang bertanggung jawab dalam pengelolaan, pelaksanaan maupun pengawasan dari proses penerapan tersebut.⁹

Pengertian Simpanan menurut KBBI adalah “Sesuatu yang di simpan, uang, barang.¹⁰ Dan menurut UU No.17 tahun 2012 tentang Koperasi simpanan adalah sejumlah uang yang disimpan oleh anggota

⁷Hendrojogi, *Koperasi Asas-Asas, Teori dan Praktik*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hlm.193

⁸Badudu dan Zain, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1996), hlm. 1044

⁹Solichin Abdul Wahab, *Analisis Kebijakan Negara*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), hlm. 45

¹⁰Departemen pendidikan nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pengurus Besar Edisi Keempat*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011), hlm. 1308

kepada koperasi simpan pinjam, dengan memperoleh jasa dari koperasi simpan pinjam sesuai perjanjian.¹¹

Pendidikan berasal dari kata “didik”, lalu kata ini mendapat awalan *me* sehingga menjadi “mendidik”, artinya memelihara dan memberi latihan. Dalam memelihara dan memberi latihan diperlukanya adanya ajaran, tuntunan, dan pimpinan mengenai ahklak dan kecerdasan pikiran.¹²

Hadirnya Simpanan Pendidikan memiliki berbagai manfaat untuk siswa. Diantaranya yaitu edukasi keuangan, gemar menabung, dan melatih pengelolaan keuangan sejak dini. Selain itu juga bermanfaat bagi sekolah atau yayasan, yaitu sarana edukasi praktis keuangan dan perbankan bagi siswa dan guru, menumbuhkan budaya menabung di sekolah, sarana sistem pembayaran dan pengelolaan keuangan yang efektif dan efisien di lingkungan sekolah.

Memperkenalkan anak untuk menabung sejak dini seperti saat usia taman kanan-kanak atau usia Sekolah Dasar dengan menyisihkan sebagian uang jajan yang diberikan orang tua, akan melatih anak untuk gemar menabung.

Gemar menabung memiliki dampak positif dan banyak manfaatnya, terutama manfaat menabung akan berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan anak ketika dewasa kelak, karena hampir di setiap kehidupan ini memiliki unsur keuangan, manfaat uang dalam

¹¹UU Koperasi Republik Indonesia No. 17 tahun 2012

¹²Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pengurus Besar Edisi kesatu*,(Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 1991), hlm. 232

perekonomian sangat besar sehingga memiliki kemampuan pengelolaan keuangan yang baik akan sangat menguntungkan.

Selain bermanfaat untuk pengelolaan keuangan yang baik, gemar menabung juga memiliki manfaat lain diantaranya:

1. Melatih kedisiplinan

Dalam penerapan konsistensi dan kedisiplinan menabung perlu latihan agar tidak sulit. Melatih anak menabung sejak dini akan membiasakan anak untuk disiplin dan menyisihkan uangnya secara rutin, sehingga anak tidak akan kesulitan lagi menyisihkan uangnya setiap hari untuk menabung seperti di celengan, atau di Bank.

2. Membiasakan hidup hemat

Membiasakan menabung sejak dini akan mengajarkan anak untuk lebih hemat, dengan menyisihkan sebagian uang jajannya, mengajarkan untuk mengumpulkan sejumlah uang dan memberikan target untuk membeli barang yang diinginkannya, akan memberikan motivasi kepada anak untuk terus menabung tidak akan menghabiskan uang untuk jajannya atau untuk membeli barang-barang yang tidak penting.

3. Mempunyai dana cadangan yang bisa dimanfaatkan saat darurat

Ibarat pepatah “sedia payung sebelum hujan” pepatah tersebut cocok untuk anda yang memiliki sejumlah tabungan yang bisa dimanfaatkan kapan saja terutama pada saat-saat genting dan darurat.

4. Menghindari berhutang

Memiliki tabungan akan sangat bermanfaat ketika ada kebutuhan tak terduga, sehingga tidak perlu pinjam saudara atau ke Bank untuk mendapatkan dana, andapun terbebas dari hutang.

5. Sebagai Investasi

Menabung secara konsisten dan disiplin semakin lama tabungan anda pun semakin besar, menyimpan uang di Bank menjadi solusi yang tepat, salah satunya adalah manfaat deposito berjangka, selain dijamin keamanannya, manfaat menabung di bank merupakan salah satu investasi yang menguntungkan karena mendapatkan manfaat bunga bank yang kompetitif dan akan menambah saldo tabungan anda, tabungan anda juga bisa dimanfaatkan untuk berbagai macam kebutuhan baik kebutuhan jangka pendek atau kebutuhan jangka panjang.

6. Mengajarkan anak untuk menghargai uang

Membiasakan anak menabung perlahan-lahan akan mengubah mindset anak untuk lebih menghargai uang, karena anak merasakan susahnyanya mengumpulkan dan mendapatkan uang.

7. Belajar mengatur keuangan

Pola hidup konsumtif akan membuat anda kesulitan dalam mengatur keuangan, apalagi jika anda pecinta barang-barang branded, sehingga sangat dianjurkan untuk belajar mengatur keuangan sejak dini, seperti dengan membiasakan menyisihkan uang jajan untuk menabung,

dengan begitu anak akan terdidik untuk mengatur keuangan, sehingga anak sudah tau mana untuk disimpan mana untuk jajan

8. Melatih Perkembangan otak

Dengan mengajarkan menabung sejak dini anak akan terbiasa mengatur keuangan, yang secara tidak langsung akan berdampak pada perkembangan otak anak.

D. MINAT MENABUNG

1. Pengertian Minat Menabung

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, minat diartikan sebagai sebuah kesukaan kecenderungan hati yang tinggi kepada suatu atau keinginan.¹³ Dalam psikologi remaja minat diartikan suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.¹⁴ Sedangkan minat dalam psikologi kepribadian yaitu kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada sesuatu objek atau menyenangkan sesuatu objek.¹⁵

Minat (*interest*) digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat menabung diasumsikan sebagai minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap

¹³ Kamus Besar Bahasa Indonesia aplikasi online edisi V

¹⁴ Andi Mappiare, *Psikologi Remaja*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1997), hlm. 62

¹⁵ Sumadi Suryabrata, *Psikologi Kepribadian*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1988), hlm. 109

objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian.¹⁶

Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat.

Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedang perasaan yang bersifat halus atau tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai pengingat fikiran dan perasaan itu dalam koordinasi yang harmonis, agar kehendak bisa diatur dengan sebaik-baiknya.¹⁷

Ada beberapa tahapan minat yaitu:

1. Informasi yang jelas sebelum memilih
2. Pertimbangan yang matang sebelum memilih
3. Keputusan memilih

¹⁶Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Bahasa Indonesia, (Jakarta: Erlangga, 2002), hlm. 78

¹⁷Sukanto, *Nafsiologi: Suatu pendekatan Alternatif Atas Psikologi*. (Jakarta: Integrita Press, 1985), hlm. 120

Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Selain itu minat dapat timbul karena adanya faktor eksternal dan juga adanya faktor internal. Minat yang besar terhadap suatu hal merupakan modal yang besar untuk membangkitkan semangat untuk melakukan tindakan yang diminati dalam hal ini minat menabung di bank syariah.

Minat dapat dipahami untuk menunjukkan kekuatan motif yang menyebabkan seseorang memberikan perhatian kepada orang, benda atau aktivitas tertentu. Minat menggambarkan alasan-alasan mengapa seseorang lebih tertarik kepada benda, orang atau aktivitas tertentu dibandingkan dengan yang lain. Minat juga dapat membantu seseorang untuk memutuskan apakah ia akan melaksanakan aktivitas yang ini atau aktivitas yang lain.

Definisi minat terbagi menjadi 3, yaitu:

- a) Minat pribadi, yaitu minat yang berasal dari pribadi atau karakteristik individu yang relative stabil. Biasanya minat pribadi diasumsikan langsung ke beberapa aktivitas atautopik.
- b) Minat situasi, yaitu minat yang berhubungan dengan kondisi lingkungannya seperti ruang kelas, computer dan buku teks yang dapat membangkitkan minat.
- c) Minat dalam rumusan psikologi, yaitu perpaduan antara minat

pribadi dengan minatsituasi.

2. Indikator Minat

Indikator yang dapat dijadikan acuan terbentuknya minat nasabah, yaitu sebagai berikut:

a) Kognisi (Gejala Pengenalan)

Kegiatan atau proses memperoleh pengetahuan (termasuk kesadaran, perasaan, dan sebagainya) atau usaha mengenali sesuatu melalui pengalaman sendiri. Gejala pengenalan dalam garis besarnya dibagi menjadi dua yaitu melalui indera dan melalui akal.¹⁸

b) Konasi (Kemauan)

Merupakan salah satu fungsi hidup kejiwaan manusia, dapat diartikan sebagai aktivitas psikis yang mengandung usaha aktif dan berhubungan dengan pelaksanaan suatu tujuan.¹⁹

c) Emosi

Kecenderungan untuk memiliki perasaan yang khas bila berhadapan dengan objek tertentu dalam lingkungannya.

3. Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung

Ada dua faktor untuk mempengaruhi minat menabung, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

¹⁸Uswah Wardiana, *Psikologi Umum*, (Jakarta: PT. Bina Ilmu, 2004), hlm, 58

¹⁹Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, (Jakarta: Rieneka Cipta, 1998), hlm. 113

a) Faktor internal diantaranya yaitu:

1) Faktor Kepercayaan

Kepercayaan seseorang terhadap suatu produk memiliki peran tersendiri dalam membentuk perilaku dari orang tersebut, yaitu dengan memilih produk yang baik dan juga terpercaya.

2) Faktor Kebutuhan

Kebutuhan merupakan sifat alamiah seseorang sehingga dijadikan sebagai suatu motivasi dalam berperilaku, yaitu dengan memanfaatkan fasilitas yang ada.

b) Faktor Eksternal, diantaranya yaitu:

1) Faktor Produk

Atribut yang ada pada suatu produk merupakan hal yang penting guna menarik seseorang untuk menggunakannya.

2) Faktor Fasilitas Pelayanan

Telah kita ketahui bahwa dalam memberikan pelayanan seorang pegawai bank juga diperlukan etika, sehingga kedua belah pihak baik tamu maupun pegawai bank dapat saling menghargai.

3) Faktor Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang ditunjuk untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat mengenal akan produk yang ditawarkan sehingga diharapkan konsumen

menjadi senang menggunakannya.²⁰

4. Macam-Macam Minat

Menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, minat dapat dibagi menjadi tiga macam:²¹

- a. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural.
 - 1) Minat primitif adalah minat yang timbul dari kebutuhan-kebutuhan jasmani seperti makan dan minum.
 - 2) Minat kultural adalah minat yang berasal dari perbuatan belajar yang lebih tinggi tarafnya. Orang yang benar-benar terdidik ditandai dengan adanya minat yang benar-benar luas terhadap hal-hal yang bernilai.
- b. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan minat ekstrinsik.
 - 1) Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang lebih mendasar atau minat asli.
 - 2) Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.

²⁰Djaslim Saladin, *Unsur-Unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Ringkasan Praktis*, cet. Ke-2, (Bandung: Mandar Maju, 1996), hlm. 51

²¹Abdul Rach man Saleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Prespektif Islam*, (Jakarta : Prenada Media, 2004), hlm. 264

c. Berdasarkan cara pengungkapannya, minat dapat dibedakan menjadi empat, yaitu:

- 1) Expressed interest, yaitu minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk kenyataan kegiatan yang disenangi maupun tidak, dari jawabannya dapat diketahui minatnya.
- 2) Manifest interest, yaitu minat yang diungkapkan dengan cara melakukan pengamatan langsung.
- 3) Tested interest, yaitu minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif.
- 4) Inventoried interest, yaitu minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah disajikan, berisi pernyataan-pernyataan yang disenangi atau tidak.

Badudu dan Zain mengartikan menabung sebagai kegiatan menyimpan uang dalam celengan, pos, dan bank (Salim,1991), atau menurut Aromasari (1991) menyimpan uang di bank dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan di masa yang akan datang. Menabung bisa dilakukan oleh siapa saja, dari mulai anak-anak, remaja, dewasa, maupun orang tua. Aktivitas menabung sudah dikenal sejak dulu. Bahkan, anak-anak selalu diajarkan untuk menabung ketika masih berada di Taman Kanak-kanak (TK). Hal tersebut dapat menjadi tanda bahwa menabung merupakan salah satu budaya di Indonesia.

Pada awalnya, tabungan memiliki pengertian sebagai simpanan yang dimiliki oleh seseorang dan bisa dimanfaatkan oleh mereka dalam waktu tertentu sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masing-masing. Padahal menabung sendiri tidak melulu dilakukan di bank, meskipun dalam perkembangan berikutnya bank dianggap sebagai tempat yang paling aman untuk menyimpan tabungan. Namun yang pasti, di mana dan bagaimana cara seseorang menyimpan sesuatu yang akan bermanfaat bagi mereka di masa yang akan datang bisa digolongkan sebagai tabungan.

Berbagai jenis tabungan dan cara penyimpanan dari masa kemasa antara lain sebagai berikut:

a. Menabung dalam bentuk jasa

Nenek moyang bangsa Indonesia melakukan tabungan berupa jasa, yaitu dengan cara berbuat kebaikan atau menolong orang yang suatu saat pasti akan dapat balasan kebaikan dari orang yang ditolong, dari orang lain, dan dari Sang Maha Pencipta.

b. Menabung di bawah bantal

Menabung di bawah bantal maupun dikasur populer dilakukan oleh manusia zaman dahulu, hal itu beralasan karena dianggap mudah dalam hal pengambilan uang apabila dibutuhkan. Namun saat ini jarang sekali dilakukan karena tingkat keamanan yang kurang. Selain di bawah bantal juga ada cara lain yaitu dengan menggunakan tabungan kotak “celengan”.

Celengan tersebut terbuat dari kayu, keramik, plastik. Tabungan celengan tersebut umumnya dipakai menabung untuk anak-anak. Hingga sekarang masih banyak yang menggunakan tabungan kotak/celengan tersebut.

c. Menabung dalam bentuk hewan ternak

Setelah menabung di bawah bantal yaitu dengan cara menabung dalam bentuk hewan ternak. Ternak ini juga bisa dimanfaatkan tenaganya, susu, telur dan daging jika dipotong. Akan tetapi menabung dalam bentuk ternak sangat beresiko karena adanya kematian, sakit dan lain-lain. Namun jika seseorang telah terbiasa menabung dalam bentuk binatang ternak akan sangat menguntungkan.

d. Menabung dalam bentuk benda

Dalam bentuk benda berarti benda tersebut bisa dijual untuk digunakan sebagai cara memenuhi kebutuhan lainnya. Dan barang tersebut bisa dijual bila di masa yang akan datang membutuhkan uang. Contohnya adalah emas, properti, kendaraan, barang antik dan lain-lain.

e. Menabung di bank

Seiring berkembangnya zaman, maka urusan menyimpan uang bukan menjadi urusan pribadi, dengan adanya lembaga keuangan maka segala urusan keuangan termasuk menabung diurus oleh lembaga keuangan tersebut. Lembaga keuangan

tersebut adalah bank. Bank dapat digunakan untuk menyimpan uang dan juga dapat digunakan untuk berbisnis. Dengan menabung di bank, manusia tidak perlu repot-repot memikirkan uang yang berada di bank karena telah jumlahnya telah diketahui dari buku tabungan. Dengan begitu keamanan semakin terjamin. Sarana yang didapat dari menabung di bank juga sangat memudahkan masyarakat bertransaksi.

Aktivitas menabung juga diajarkan dalam Islam. Menabung adalah pelajaran yang dapat diteladani dari kisah nabi Yusuf as. Hal ini juga tercantum dalam Al-Qur'an, yaitu QS.Yusuf ayat 47-48 yang berbunyi:

نَمَّا قَلِيلًا إِلَّا سُنْبُلَةٌ فِي فِئَاطِ رُءُوسِهِمْ لَمَّا هَضَمُوا خُبْرَهُمْ وَتَرَاوَعْتُهُم بَيْنَ يَدَيْهِمْ فَلَمَّاسِيًّا يُطْعِمُونَ الصَّالِينَ وَيَرْزُقُونَ أَفْئِدَتَهُمْ غَدِيرًا مِّنْ تَحْتِ الْوُجُوهِ وَيُنْمِطُ لِلنَّاسِ أَعْيُنَهُمْ مِّنْ تَحْتِ الْوُجُوهِ وَيَعْمَلُ لَهُمْ سُرَّةً مِّنْ تَحْتِ الْوُجُوهِ لَمَّا هَضَمُوا خُبْرَهُمْ وَتَرَاوَعْتُهُم بَيْنَ يَدَيْهِمْ فَلَمَّاسِيًّا يُطْعِمُونَ الصَّالِينَ وَيَرْزُقُونَ أَفْئِدَتَهُمْ غَدِيرًا مِّنْ تَحْتِ الْوُجُوهِ وَيُنْمِطُ لِلنَّاسِ أَعْيُنَهُمْ مِّنْ تَحْتِ الْوُجُوهِ وَيَعْمَلُ لَهُمْ سُرَّةً مِّنْ تَحْتِ الْوُجُوهِ

Artinya: “Dia (Yusuf) berkata, Agar kamu bercocok tanam tujuh tahun (berturut-turut) sebagaimana biasanya; kemudian apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan ditangkainya sedikit untuk kamu makan (47). Kemudian setelah itu akan datang tujuh (tahun) yang sangat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapi (tahun sulit), kecuali sedikit dari apa (bibit gandum) yang kamu simpan (48)”²².

²² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya*

Pada prinsipnya perilaku pembelian atau minat menabung nasabah seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun dari lingkungannya. Rangsangan tersebut kemudian diproses dalam diri sesuai dengan karakteristik pribadinya, sebelum akhirnya diambil keputusan menabung. Karakteristik pribadi konsumen yang dipergunakan untuk memproses rangsangan tersebut sangat kompleks dan salah satunya adalah motivasi untuk menabung.

Berdasarkan paparan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa minat menabung adalah kekuatan yang mendorong individu untuk memberikan perhatiannya terhadap kegiatan menyimpan uang di bank yang dilakukan secara sadar, tidak terpaksa dan dengan perasaan senang.

5. Aspek-aspek Minat Menabung

Aspek-aspek minat adalah sebagai berikut:

- a. Sikap umum terhadap aktivitas (*general attitude toward the activity*)
- b. Pilihan spesifik untuk menyukai aktivitas (*specific preference for or liking the activity*)
- c. Merasa senang dengan aktivitas (*enjoyment of the activity*)
- d. Aktivitas tersebut mempunyai arti penting bagi individu (*personal importance or significance of the activity to the individual*)

6. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terbentuknya Minat

Ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu:

a) Faktor dorongan dari dalam

Artinya mengarah pada kebutuhan-kebutuhan yang muncul dari dalam individu, merupakan faktor yang berhubungan dengan dorongan fisik, motif, mempertahankan diri dari rasa lapar, rasa takut, rasa sakit, juga dorongan ingin tahu membangkitkan minat untuk mengadakan penelitian dan sebagainya.

b) Faktor motif sosial

Artinya mengarah pada penyesuaian diri dengan lingkungan agar dapat diterima dan diakui oleh lingkungannya atau aktivitas untuk memenuhi kebutuhan sosial, seperti bekerja, mendapatkan status, mendapatkan perhatian dan penghargaan.

c) Faktor emosional atau perasaan

Artinya minat yang erat hubungannya dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam beraktivitas yang didorong oleh minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang sudah ada, sebaliknya kegagalan akan mengurangi minat individu tersebut.²³

Minat menabung dapat dipengaruhi oleh faktor internal berupa faktor yang lahir dari dalam diri individu atau kesadaran diri yang direlaksasikan dalam perbuatan aktif menabung disekolah. Kemudian menabung juga dipengaruhi faktor eksternal atau faktor yang

²³Abdul Rouf, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Membayar Zakat Di Rumah Zakat Cabang Semarang*, (Semarang: Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo, 2011)

berasal dari luar diri individu yaitu lingkungan disekitar siswa misalnya teman-teman di sekolah, keaktifan menabung bisa timbul karena melihat teman-temannya aktif menabung.

Hal-hal yang dapat mempengaruhi minat menabung, yaitu:

- a) Kebudayaan; kebiasaan yang biasa ditanamkan oleh lingkungan sekitar, misalnya guru yang mengarahkan anak didiknya untuk rajin menabung
- b) Keluarga; orang tua yang rajin menabung secara tidak langsung akan menjadi contoh bagi anak-anaknya
- c) Sikap dan kepercayaan; seseorang akan merasa lebih aman dalam mempersiapkan masa depannya jika ia memiliki perencanaan yang matang, termasuk dalam segi finansialnya
- d) Motif sosial; kebutuhan seseorang untuk lebih maju agar dapat diterima oleh lingkungannya dapat ditempuh melalui pendidikan, penampilan fisik, yang kesemuanya membutuhkan biaya yang akan lebih mudah dipenuhi bila ia menabung
- e) Motivasi; rencana-rencana mengenai kebutuhan-kebutuhan di masa mendatang dapat mendorong seseorang untuk menabung.

Minat menabung siswa dapat dilihat dari keikutsertaannya menjadi nasabah dengan melakukan pembukaan rekening tabungan, memiliki buku tabungan, menabungkan uangnya dengan skala perminggu atau perbulan. Adapun kita dapat menabung di rumah dengan menggunakan celengan, di sekolah melalui guru untuk mendidik anak hidup hemat dan

berhati-hati menggunakan uang.

Kegiatan menabung siswa akan terlaksana dengan baik bilamana yang mengikuti kegiatan ini mempunyai minat yang tinggi. Karena minat tersebut akan mendorong dan mempengaruhi terhadap seseorang untuk penuh perhatian terhadap suatu objek atau perbuatan yang disenanginya.

E. KOPERASI SYARIAH

Menurut Pasal 1 Undang-Undang Np. 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian, koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan.

Disamping koperasi konvensional, akhir-akhir ini banyak bermunculan koperasi syariah. Koperasi syariah secara teknis adalah koperasi yang prinsip kegiatan, tujuan dan kegiatan usahanya berdasarkan pada sumber syariah Islam, yaitu Al-Qur'an dan Hadis. Tujuan koperasi syariah adalah:

1. Meningkatkan program pemberdayaan ekonomi, khususnya di kalangan Usaha mikro, kecil menengah dan Koperasi melalui sistem syariah.

2. Mendorong kehidupan ekonomi syariah dalam kegiatan usaha mikro, kecil dan menengah khususnya dan ekonomi Indonesia pada umumnya.
3. Meningkatkan semangat dan peran serta anggota masyarakat dalam kegiatan Koperasi Syariah.

Koperasi ini dalam melaksanakan kegiatannya berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah Islam, yaitu:

1. keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka
2. keputusan ditetapkan secara musyawarah dan dilaksanakan secara konsisten (*istiqamah*),
3. pengelolaan dilakukan secara transparan dan profesional
4. pembagian hasil usaha dilakukan secara adil, sesuai dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota
5. pemberian balas jasa modal dilakukan secara terbatas dan profesional menurut sistem bagi hasil
6. jujur, amanah, mandiri
7. mengembangkan sumber daya manusia, sumber daya ekonomi dan sumber daya informasi secara optimal
8. menjalin dan menguatkan kerja sama diantara anggota, antar koperasi serta dengan lembaga lainnya.²⁴

Koperasi Syariah memiliki ciri-ciri yang berbeda dengan koperasi-koperasi yang ada (Koperasi Konvensional). Dan ciri-ciri tersebut yaitu:

²⁴Idri, Hadis Ekonomi, *Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta:Kencana, 2015), hlm. 261

1. Beban biaya yang disepakati bersama pada waktu akad perjanjian yang diwujudkan dalam bentuk jamah nominal.
2. Penggunaan presentase dalam hal kewajiban untuk melakukan pembayaran selalu dihindar, karena presentase bersifat melekat pada sisa utang meskipun batas perjanjiannya sudah berakhir.
3. Koperasi Syariah tidak menerapkan jual-beli atau sewa menyewa uang dari mata uang yang sama, yang dari transaksi itu mendapatkan keuntungan.
4. Ciri lain dari syariah adalah adanya dewan pengawas syariah untuk mengawasi operasionalisasi dari sudut syariah.
5. Adanya produk khusus yang tidak terdapat di koperasi konvensional.²⁵

Koperasi Syariah mempunyai fungsi dan peran dalam menjalankan roda kegiatannya untuk kepentingan para anggotanya. Diantara fungsi dan peran itu adalah:

1. membangun dan mengembangkan potensi dan kemampuan anggota pada khususnya, dan masyarakat pada umumnya, guna meningkatkan kesejahteraan sosial ekonominya.
2. memperkuat kualitas sumber daya insani anggota, agar menjadi lebih amanah, profesional (*fathanah*), konsisten, dan konsekuen (*istiqamah*) di dalam menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam dan prinsip-prinsip syariah Islam.

²⁵Sunarto Zulkifli, *Panduan Transaksi Perbankan Syariah*,(Jakarta: Zikrul hakim, 2003), hlm. 11

3. berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama berdasarkan asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.
4. sebagai mediator antara penyandang dana dengan pengguna dana, sehingga tercapai optimalisasi pemanfaatan harta.
5. menggunakan kelompok-kelompok anggota, sehingga mampu bekerja sama melakukan kontrol terhadap koperasi secara efektif.
6. mengembangkan dan memperluas kesempatan kerja
7. menumbuhkan usaha-usaha produktif anggota.²⁶

F. KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU

Untuk mendukung penelaahan yang lebih mendetail seperti yang telah disebutkan pada latar belakang masalah, maka penulis melakukan kajian awal terhadap pustaka ataupun karya-karya yang mempunyai relevansi terhadap masalah yang akan diteliti. Pustaka yang akan ditelaah dalam penulisan ini antara lain:

Pertama, Roni Andespa yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah”.²⁷ Dalam pembahasan yang ditulis oleh Roni yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di Bank Syariah dilihat dari faktor marketing mix, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi.

²⁶Ahmad Itham Solihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010), hlm. 34

²⁷Roni Andespa “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah”, *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Volume 2, Nomor 1, Juni 2017

Variabel yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan menabung di bank syariah adalah: usia dan siklus hidup, keyakinan dan sikap, motivasi, kepribadian dan konsep diri, gaya hidup, pembelajaran, persepsi, kelompok acuan, kelas sosial, peran dan status, produk, harga, promosi, distribusi, budaya dan keluarga. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan objek penelitiannya yaitu masyarakat.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif serta dengan pola deskriptif dan pengaruh. Hasil dari penelitian ini yaitu berdasarkan hasil analisis faktor diperoleh 4 faktor yang terdiri dari 16 variabel yang memiliki nilai *loading* > 0,5 dimana faktor pertama terdiri dari variabel usia dan siklus hidup, keyakinan dan sikap, motivasi, kepribadian dan konsep diri, gaya hidup dan pembelajaran. Faktor kedua terdiri dari variabel persepsi, kelompok acuan, kelas sosial, serta peran dan status. Faktor ketiga terdiri dari variabel produk, harga, promosi dan distribusi. Faktor keempat terdiri dari variabel budaya dan keluarga.

Selanjutnya penelitian Rizi Wahyudi, Rina Carmelina, Kuart Indartono, dan Sitaresmi Wahyu Handani dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Minat Menabung Masyarakat Terhadap Tabungan Pada Pt. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Bukittinggi.²⁸

²⁸Rizi Wahyudi, Rina Carmelina, Kuart Indartono, dan Sitaresmi Wahyu Handani, *Analisis Minat Menabung Masyarakat Terhadap Tabungan Pada Pt. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Bukittinggi*, *Jurnal Pro Bisnis*, Vol. 10, No. 1, Februari 2017

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh pendapatan, pendidikan, usia, pekerjaan, jenis kelamin, dan jumlah anggota keluarga terhadap minat menabung masyarakat terhadap tabungan Taplus sekaligus besarnya minat tersebut. Berdasarkan hipotesis, minat menabung masyarakat Bukittinggi pada Bank BNI Cabang Bukittinggi disamping pendapatan juga dipengaruhi oleh pendidikan, umur, pekerjaan, jenis kelamin, dan jumlah anggota keluarga secara signifikan.

Perbedaan penelitian ini dengan judul penelitian saya yaitu bahwa penelitian ini lebih pada analisis untuk meningkatkan minat. Sedangkan persamaannya yaitu sama-sama menggunakan meningkatkan minat menabung.

Penelitian yang dilakukan oleh Yuliana Siti Chotifah yang berjudul Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Program *Office Channeling*.²⁹

Penelitian ini mendapatkan sebuah kesimpulan bahwa pengetahuan tentang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah pada nasabah di BRI Kartasura. Hal ini ditunjukkan berdasarkan hasil uji t yang mendapatkan nilai thitung sebesar 2,546, yang mana nilai tersebut melebihi nilai ttabel 1,667. Indikator lain *office channeling* juga menunjukkan hasil serupa bahwa nilai signifikansi diperoleh 0,012 yang berarti di bawah 0,05.

²⁹Yuliana Siti Chotifah, *Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Program Office Channeling*, *Journal of Finance and Islamic Banking*, Vol. 1 No. 1, Juni 2018

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan saya lakukan yaitu sama-sama membahas tentang minat menabung. Sedangkan perbedaannya yaitu peneliti terdahulu menggunakan *office channeling untuk meningkatkanminat menabung*.

Penelitian yang dilakukan Suri Amilia, Tengku Putri Lindung Bulan, dan Muhammad Rizal yang berjudul “Pengaruh Melek Finansial, Sosialisasi Orang Tua, dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa Bidik Misi Fakultas Ekonomi Universitas Samudra”. Dalam penelitian ini peneliti membahas tentang tiga variabel yang akan diuji apakah berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung atau tidak signifikan.³⁰

Hasil dari penelitian ini yaitu variabel melek finansial berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung. Artinya semakin memahami tentang melek finansial, bagaimana cara mengelola keuangan yang baik, bagaimana merencanakan keuangan di masa depan maka akan meningkatkan keinginan untuk menabung. Variabel sosialisasi orang tua berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung. Artinya orang tua merupakan peran sosialisasi utama dalam proses belajar anak mengenai uang dan proses pengembangan perilaku pengelolaan keuangan yang diberikan oleh keluarga. Variabel teman sebaya berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku menabung. Artinya penyebab variabel pengaruh teman sebaya mahasiswa tidak memiliki efek yang signifikan

³⁰ Suri Amilia, Tengku Putri Lindung Bulan, dan Muhammad Rizal, “Pengaruh Melek Finansial, Sosialisasi Orang Tua, dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa Bidik Misi Fakultas Ekonomi Universitas Samudra”, *Jurnal Samudra Ekonomika*,

adalah kurangnya kebiasaan diskusi masalah-masalah manajemen keuangan di kalangan mahasiswa.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan saya lakukan yaitu sama-sama membahas tentang menabung. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian ini membahas tentang pengaruh-pengaruh dalam perilaku menabung pada mahasiswa.

Penelitian yang dilakukan oleh Yohana Neysa Setyawan dan Edwin Japariato membahas tentang Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya.³¹

Hasil pengujian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Danamon. Untuk itu, hipotesis penelitian 1 yang menyatakan bahwa kepercayaan nasabah berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Danamon adalah terbukti. Hasil pengujian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa jaminan rasa aman terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Danamon. Untuk itu, hipotesis penelitian 2 yang menyatakan bahwa jaminan rasa aman berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Danamon adalah terbukti. Hasil pengujian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa aksesibilitas terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Danamon.

³¹ Yohana Neysa Setyawan dan Edwin Japariato, “Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya”, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vo. 2 No. 1 2014

Untuk itu, hipotesis penelitian 3 yang menyatakan bahwa aksesibilitas berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Danamon adalah terbukti. Berdasarkan beta koefisien regresi, nilai koefisien paling besar adalah jaminan rasa aman sebesar 0,318. Temuan ini menunjukkan bahwa jaminan rasa aman adalah variabel yang paling berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Danamon diantara dua variabel lain.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya gunakan yaitu bahwa metode yang digunakan menggunakan penelitian kuantitatif. Sedangkan persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang cara meningkatkan minat menabung.

Hutomo Rusdianto dan Chanafi Ibrahim meneliti tentang Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati. Hasil kajian menunjukkan bahwa produk-produk bank syariah yang ada di lembaga keuangan mikro khususnya di kecamatan Kota Pati mempunyai dampak bagi masyarakat, hal ini membuktikan bahwa produk-produk (tabungan) lembaga keuangan mikro mempunyai manfaat bagi nasabah atau masyarakat. Sedangkan persepsi masyarakat dapat menjadi variabel moderating, karena Bank Umum mampu memberikan edukasi kepada masyarakat bahwa produknya terbebas dari unsur riba.³²

³² Hutomo Rusdianto dan Chanafi Ibrahim, "Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati", *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 4 No. 1, Juni 2016

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian dari yang saya teliti yaitu bahwa penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dan persamaannya yaitu membahas tentang minat menabung.

Penelitian yang dilakukan oleh Endang Mintarja, Ahsin Abdul Wahab, dan Uki Masduki dalam penelitiannya membahas tentang Hubungan Pengajaran Mata Kuliah Ekonomi Islam terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah.³³

Hasil dari penelitian ini terdapat hubungan yang kuat, positif, dan signifikan antara intensitas belajar dengan materi kuliah ekonomi Islam, antara intensitas belajar dengan pemahaman materi ekonomi Islam, antara intensitas belajar ekonomi Islam dengan niat menabung di bank syariah, antara materi kuliah ekonomi Islam dengan pemahaman materi ekonomi Islam, antara materi ekonomi Islam dengan niat menabung pada bank syariah dan pemahaman materi ekonomi Islam dengan niat untuk menabung di bank syariah.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan yaitu bahwa penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan persamaan penelitian ini dengan yang saya teliti yaitu membahas tentang minat menabung.

Penelitian yang dilakukan Muhammad Abdallah Irsyad Lubis dengan judul Analisis Minat Menabung pada Bank Syariah di Kalangan Siswa SMA di Kota Medan (Studi Kasus: Siswa Madrasah Aliyah

³³ Endang Mintarja, Ahsin Abdul Wahab, dan Uki Masduki, “*Hubungan Pengajaran Mata Kuliah Ekonomi Islam terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah*”, *Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, Vol. 1 No. 2, Juli 2017

Negeri).³⁴ Penelitian ini dilatar belakangi oleh minat menabung siswa MAN Kota Medan masih rendah. Hal ini terbukti dari hasil data kuesioner yang menunjukkan hanya terdapat 33% siswa MAN yang menabung di bank konvensional maupun bank syariah dan 67% siswa MAN yang tidak menabung di bank. Minat menabung di bank syariah sendiri sangat rendah yaitu dapat dilihat dari hasil data kuesioner yang menunjukkan hanya 12% siswa yang menabung di bank syariah dibandingkan dengan 21% siswa yang menabung di bank konvensional. Dari 67 siswa yang tidak menabung di bank, terdapat 51 siswa yang lebih suka menyimpan uangnya di rumah.

Hasil penelitian dari ketiga variabel yang diteliti pengaruhnya mengenai bagaimana pengaruhnya terhadap minat menabung di perbankan syariah di Kota Medan dapat dilihat bahwa faktor keyakinan merupakan faktor dominan sebagai faktor pendorong untuk menabung, diikuti variabel reputasi bank dan lokasi (jarak). Kendala yang mempengaruhi minat siswa MAN dalam menabung pada bank syariah didominasi oleh lokasi bank syariah yang jauh dari rumah.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang saya teliti yaitu bahwa penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang saya teliti yaitu membahas tentang minat menabung di kalangan siswa.

³⁴ Muhammad Abdallah Irsyad Lubis, "Analisis Minat Menabung pada Bank Syariah di Kalangan Siswa SMA di Kota Medan (Studi Kasus: Siswa Madrasah Aliyah Negeri)", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 3 No. 7