

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah. oleh karena itu, usaha bank akan selalu berkaitan dengan masalah uang sebagai dagangan utamanya.⁵

Menurut Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998, bank syariah adalah bank umum yang melaksanakan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dengan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha atau kegiatan lainnya yang sesuai dengan syariah.

Menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka

⁵ Nurul khotimah, "Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri", Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen. Vol. 05 No. 01, April 2018, hlm. 39

meningkatkan taraf hidup rakyat. Sedangkan bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Bank konvensional harus membentuk Unit Usaha Syariah, yaitu unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah.

2. Keistimewaan Bank Syariah⁶

- a. Adanya kesamaan ikatan emosional yang kuat antara pemegang saham, pengelola bank dan nasabah. Kuatnya ikatan emosional keagamaan ini akan menimbulkan akibat-akibat kebersamaan dalam menghadapi resiko usaha dan membagi keuntungan secara jujur dan adil, semua pihak yang terlibat dalam bank syariah akan memiliki tanggungjawab usaha yang sama sesuai dengan ajaran agamanya, sehingga semua pihak akan menerima perolehannya dengan ikhlas.
- b. Diterapkannya sistem bagi hasil sebagai pengganti bunga akan menimbulkan akibat-akibat yang positif. Akibat-akibat itu adalah:
 - 1) *Cost Push Inflation*, yaitu akibat penerapan sistem bunga pada bank konvensional dapat dihilangkan, sehingga bank syariah

⁶ Widya Aisyah, Skripsi, “*Minat Masyarakat Nagari Sungayang Menabung Di Bank Syariah*”, (Batusangkar: IAIN Batusangkar, 2018), hlm.11

diharapkan mampu menjadi pendukung kebijakan moneter yang handal.

- 2) Memungkinkan persaingan antar bank syariah berjalan secara wajar, karena keberhasilan bank syariah ditentukan oleh fungsi edukatif bank di dalam membina nasabah dengan kejujuran, keuletan dan profesionalisme. Akibatnya, bank syariah akan lebih mandiri dari pengaruh gejolak moneter baik dari dalam maupun luar negeri.
- c. Di dalam bank syariah, tersedia fasilitas kredit kebaikan (*Al-Qardhul Hasan*) yang diberikan secara Cuma-Cuma. Nasabah hanya berkewajiban menanggung biaya materai, biaya notaris, dan biaya studi kelayakan.
 - d. Keistimewaan yang paling menonjol dari bank syariah adalah yang melekat pada konsep (*build in concept*) dengan berorientasi pada kebersamaan dalam hal:
 - 1) Mendorong kegiatan investasi dan menghambat simpanan yang tidak produktif melalui sistem operasi *profit and loss sharing* sebagai pengganti bunga, baik yang diterapkan kepada nasabah *al-mudharabah* dan *al-musyarakah*, maupun yang diterapkan kepada banknya sendiri.
 - 2) Memerangi kemiskinan dengan membina golongan ekonomi lemah dan tertindas melalui bantuan hibah yang diarahkan oleh bank secara produktif.

- 3) Mengembangkan produksi, menggalakkan perdagangan dan memperluas kesempatan kerja melalui kredit pemilikan barang/peralatan modal dengan pembiayaan cicilan (*al-bai'u bithaman ajil*) yang disalurkan kepada pengusaha produsen, pengusaha pedagang perantara, dan konsumen dari barang yang dihasilkan pengusaha produsen.
 - 4) Meratakan pendapatan melalui sistem bagi hasil dan kerugian (*profit and loss sharing*) baik yang diberlakukan kepada banknya sendiri selaku *mudharib* atau pemegang amanah maupun kepada peminjam dalam operasi *mudharib* dan *musyarakah*.
- e. Dengan menerapkan sistem bagi hasil berarti bank syariah tidak membebani biaya di luar kemampuan nasabah dan akan terjamin adanya keterbukaan.
 - f. Adanya kenyataan bahwa dalam kehidupan ekonomi, masyarakat modern cenderung menimbulkan pengeksploitasian kelompok kuat (kuat ekonomi plus politik) terhadap kelompok lemah.

3. Dasar Hukum Bank Syariah

Bank syariah secara yuridis normatif dan yuridis empiris telah diakui keberadaannya di Negara Indonesia. Pengakuan secara yuridis normatif tercatat dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia,

sedangkan secara yuridis empiris, bank syariah diberi kesempatan dan peluang yang baik untuk berkembang di seluruh wilayah Indonesia.

Upaya intensif pendirian bank di Indonesia dapat ditelusuri sejak tahun 1998, yaitu pada saat pemerintah mengeluarkan Paket Kebijakan Oktober (Pakto) yang mengatur deregulasi industri perbankan di Indonesia, dan para ulama waktu itu telah berusaha mendirikan bank bebas bunga.

Hubungan yang bersifat akomodatif antara masyarakat muslim dengan pemerintah telah memunculkan lembaga keuangan bank syariah yang dapat melayani transaksi kegiatan bebas bunga. Kehadiran bank syariah pada perkembangannya telah mendapat pengaturan dalam sistem perbankan nasional. Pada tahun 1990, terdapat rekomendasi dari MUI untuk mendirikan bank syariah, tahun 1992 dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan syariah yang mengatur bunga dan bagi hasil. Dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang mengatur bank beroperasi secara ganda (*dual system bank*), dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1999 yang mengatur kebijakan moneter yang didasarkan prinsip syariah, kemudian dikeluarkannya Peraturan Bank Indonesia tahun 2001 yang mengatur kelembagaan dan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah, dan pada tahun 2008 dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah.

Pengaturan (regulasi) perbankan syariah bertujuan untuk menjamin kepastian hukum bagi *stakeholder* dan memberikan keyakinan kepada masyarakat luas dalam menggunakan produk dan jasa bank syariah.

4. Prinsip-Prinsip Bank Syariah

Prinsip dasar perbankan syariah berdasarkan pada al-Qur'an dan sunnah. Setelah dikaji lebih dalam tentang falsafah beroperasinya bank syariah yang menjiwai seluruh hubungan, transaksinya berprinsip pada tiga hal, yaitu:

- a. *Efisiensi* mengacu pada prinsip saling membantu secara sinergis untuk memperoleh keuntungan/*margin* sebesar mungkin.
- b. Keadilan mengacu pada hubungan yang tidak dicurangi, ikhlas, dengan persetujuan yang matang atas proporsi masukan dan keluarannya.
- c. Kebersamaan mengacu pada prinsip saling menawarkan bantuan dan nasihat untuk saling meningkatkan produktivitas.

Dalam mewujudkan arah kebijakan suatu perbankan yang sehat, kuat, dan efisien, sejauh ini telah didukung oleh enam pilar dalam Arsitektur Perbankan Indonesia (API) yaitu, struktur perbankan yang sehat, sistem pengaturan yang efektif, sistem pengawasan yang independen dan efektif, industri perbankan yang kuat, infrastruktur pendukung yang mencukupi, dan perlindungan konsumen.

5. Fungsi dan Peran Bank Syariah

Fungsi dan peran bank syariah diantaranya tercantum dalam pembukaan standar akuntansi yang dikeluarkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization For Islamic Financial Institution*), sebagai berikut:

- a. Manajer investasi, bank syariah dapat mengelola investasi dana nasabah.
- b. Investor, bank syariah dapat menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya.
- c. Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, bank syariah dapat melakukan kegiatan-kegiatan jasa-jasa layanan perbankan sebagaimana lazimnya.
- d. Pelaksanaan kegiatan sosial, sebagai ciri yang melekat pada entitas keuangan syariah, bank syariah juga memiliki kewajiban untuk mengeluarkan dan mengelola (menghimpun, mengadministrasikan, mendistribusikan) zakat serta dana-dana sosial lainnya.

6. Tujuan Bank Syariah

Bank syariah mempunyai beberapa tujuan diantaranya sebagai berikut:

- a. Mengarahkan kegiatan ekonomi umat untuk ber-*muamalat* secara islam, khususnya *muamalat* yang berhubungan dengan perbankan, agar terhindar dari praktek-praktek riba atau jenis-jenis usaha atau perdagangan lain yang mengandung unsur *gharar* (tipuan), dimana

jenis-jenis usaha tersebut selain dilarang dalam Islam, juga telah menimbulkan dampak negatif terhadap kehidupan ekonomi rakyat.

- b. Untuk menciptakan suatu keadilan di bidang ekonomi dengan jalan meratakan pendapatan melalui kegiatan investasi, agar tidak terjadi kesenjangan yang amat besar antara pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan dana.
- c. Untuk meningkatkan kualitas hidup umat dengan jalan membuka peluang berusaha yang lebih besar terutama kelompok miskin, yang diarahkan kepada kegiatan usaha yang produktif, menuju terciptanya kemandirian usaha.
- d. Untuk menanggulangi masalah kemiskinan, yang pada umumnya merupakan program utama dari negara-negara yang sedang berkembang.
- e. Untuk menjaga stabilitas ekonomi dan moneter.
- f. Untuk menyelamatkan ketergantungan umat Islam terhadap bank non syariah.

7. Ciri-Ciri Bank Syariah

Bank syariah mempunyai ciri-ciri berbeda dengan bank konvensional, adapun ciri-cirinya adalah:

- a. Beban biaya yang disepakati bersama pada waktu akad perjanjian diwujudkan dalam bentuk jumlah nominal, yang besarnya tidak kaku dan dapat dilakukan dengan kebebasan untuk tawar-menawar

dalam batas wajar. Beban biaya tersebut hanya dikenakan sampai batas waktu sesuai dengan kesepakatan dalam kontrak.

- b. Penggunaan presentase dalam hal kewajiban untuk melakukan pembayaran selalu dihindari, karena presentase bersifat melekat pada sisa utang meskipun batas waktu perjanjian telah berakhir.
- c. Di dalam kontrak-kontrak pembiayaan proyek, bank syariah tidak menerapkan perhitungan berdasarkan keuntungan yang pasti yang ditetapkan di muka, karena pada hakikatnya yang mengetahui tentang ruginya suatu proyek yang dibiayai bank hanyalah Allah SWT semata.
- d. Pengerahan dana masyarakat dalam bentuk deposito tabungan oleh penyimpan dianggap sebagai titipan (*al-wadiah*) sedangkan bagi bank dianggap sebagai titipan yang dimanfaatkan sebagai penyertaan dana pada proyek-proyek yang dibiayai bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah sehingga pada penyimpan tidak dijanjikan imbalan yang pasti.
- e. Dewan Pengurus Syariah (DPS) bertugas untuk mengawasi operasionalisme bank dari sudut syariahnya. Selain itu, manajer dan pimpinan bank syariah harus menguasai dasr-dasar *muamalah* Islam.
- f. Fungsi kelembagaan bank syariah selain menjembatani antara pihak pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan dana, juga mempunyai fungsi khusus yaitu fungsi amanah, artinya

berkewajiban menjaga dan bertanggung jawab atas keamanan dana yang disimpan dan siap sewaktu-waktu apabila dana diambil pemiliknya.

8. Perbedaan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional

a. Perbedaan antara bagi hasil dengan tingkat suku bunga

Islam mendorong pertumbuhan ekonomi disebabkan oleh pertumbuhan usaha riil. Pertumbuhan usaha riil akan memberikan pengaruh positif pada pembagian hasil yang diterima oleh beberapa pihak yang melakukan usaha bagi hasil atas hasil yang diterima atas hasil usaha akan memberikan keuntungan bagi pemilik modal yang menempatkan dananya kerja sama usaha.

Secara garis besar, perbedaan bunga dan bagi hasil dapat dilihat pada tabel 2.1 berikut:

Tabel 2.1

Perbedaan antara Bagi Hasil dengan Tingkat Suku Bunga

No	Bank Konvensional	Bank Syariah
	Bunga	Bagi Hasil
1.	Besarnya bunga ditetapkan pada saat perjanjian dan mengikat kedua belah pihak yang melaksanakan perjanjian dengan asumsi bahwa pihak penerima pinjaman akan selalu mendapatkan keuntungan.	Bagi hasil ditetapkan dengan rasio nisbah yang disepakati antara pihak yang melaksanakan akad pada saat akad dengan berpedoman adanya kemungkinan keuntungan atau kerugian.

No	Bank Konvensional	Bank Syariah
	Bunga	Bagi Hasil
2.	Besarnya bunga yang diterima berdasarkan perhitungan presentase bunga dikalikan dengan jumlah dana yang dipinjamkan.	Besarnya bagi hasil dihitung berdasarkan nisbah yang diperjanjikan dikalikan dengan jumlah pendapatan dan keuntungan yang diperoleh.
3.	Jumlah bunga yang diterima berdasarkan perhitungan presentase bunga dikalikan dengan jumlah dana yang dipinjamkan.	Jumlah bagi hasil akan dipengaruhi oleh besarnya pendapatan dan keuntungan.
4.	Sistem bunga tidak adil, karena terkait dengan hasil usaha pinjaman.	Sistem bagi hasil adil, karena perhitungannya berdasarkan hasil usaha.
5.	Eksistensi bunga diragukan oleh semua agama.	Tidak ada agama satupun yang meragukan sistem bagi hasil.

- b. Perbedaan pokok antara sistem bank konvensional dengan bank syariah

Perbedaan pokok antara sistem bank syariah dengan bank konvensional secara ringkas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.2

Perbedaan sistem bank syariah dengan bank konvensional

No	Aspek	Bank Syariah	Bank Konvensional
1.	Falsafah	Tidak berdasarkan atas bunga, spekulasi, dan ketidakjelasan.	Berdasarkan atas bunga
2.	Operasional	Dana masyarakat berupa titipan dan investasi baru akan mendapatkan hasil jika diusahakan terlebih dahulu.	Dana masyarakat berupa simpanan yang harus dibayar bunganya pada saat jatuh tempo.
3.	Sosial	Dinyatakan secara eksplisit dan tegas yang tertuang dalam misi perusahaan.	Tidak tersirat secara tegas.
4.	Organisasi	Harus memiliki DPS.	Tidak memiliki DPS.

9. Produk-Produk Bank Syariah

Secara umum, produk bank syariah dapat dibagi menjadi tiga kategori, yaitu produk penghimpunan dana, produk penyaluran dana, dan produk jasa.

a. Produk penghimpunan dana

Penghimpunan dana di bank syariah dapat berbentuk giro, tabungan, dan deposito. Dalam penerapannya, produk tersebut dilaksanakan melalui akad wadi'ah dan mudharabah.

1) Prinsip al-wadi'ah

Wadi'ah adalah titipan murni dari satu pihak kepada pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dikembalikan kepada si penitip kapan saja si penitip menghendaki. Prinsip *wadi'ah* dibagi menjadi dua, yaitu:

a) *Wadi'ah Yad-amanah*

Prinsipnya, harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh pihak yang dititipi (bank). Contohnya seperti produk sejenis *save deposit box*.

b) *Wadi'ah Yad-dhamanah*

Pihak yang dititipi (bank) boleh menggunakan dan memanfaatkan harta titipan. Akad ini biasa diaplikasikan dalam produk rekening giro dan tabungan.

2) Prinsip *Mudharabah*

Dalam akad *mudharabah*, nasabah yang menyimpan uangnya di bank bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik dana) dan bank bertindak sebagai *mudharib* (pengelola). Nasabah pun berhak menerima bagi hasil dari akad tersebut. Akad ini diaplikasikan dalam dua bentuk, yaitu:

- a) *Mudharabah Mutlaqah* : Nasabah membebaskan bank untuk memutar dana tersebut dalam bentuk usaha apapun.
- b) *Mudharabah Muqayyadah* : Nasabah membatasi bank untuk menginvestasikan dana ke dalam usaha tertentu saja.

Prinsip *mudharabah* dalam produk bank syariah dapat dikembangkan untuk jenis produk giro, tabungan, maupun deposito.

b. Produk penyaluran dana

Penyaluran dana berarti bahwa bank menyediakan dana segar yang dapat digunakan oleh nasabah dalam bentuk pembiayaan ataupun produk penyaluran dana lainnya, yang mana di bank syariah dikembangkan menjadi beberapa model, yaitu:

- 1) Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk memiliki barang dilakukan dengan prinsip jual beli.
 - a) Pembiayaan *murabahah*, yaitu merupakan akad jual beli antara bank dengan nasabah, bank membeli barang dan

menjual kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan yang disepakati. *Murabahah* diterapkan untuk pembiayaan investasi, konsumtif, dan produktif.

- b) Pembiayaan *salam*, yaitu akad jual beli barang pesanan antara pembeli dengan penjual. Spesifikasi (jenis, ukuran, jumlah, mutu) dan harga barang disepakati di awal akad dan pembayaran di muka secara penuh. Apabila bank bertindak sebagai penjual, kemudian memesan kepada pihak lain untuk menyediakan barang tersebut, maka disebut dengan pembiayaan *salam* sistem paralel. Akad ini diterapkan untuk pembelian produk pertanian.
 - c) Pembiayaan *istisna*, yaitu jual beli antara pemesan dengan penerima pesanan. Pembayaran dilakukan sesuai dengan kesepakatan (bisa dimuka, cicilan, dan di akhir). Apabila bank bertindak sebagai penerima pesanan kemudian menunjuk pihak lain untuk membuat barang, maka disebut dengan pembiayaan *istisna* paralel. Akad ini diterapkan pada pembiayaan manufaktur dan konstruksi.
- 2) Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk mendapatkan jasa dilakukan dengan prinsip sewa. Pada dasarnya, prinsip ijarah sama dengan prinsip jual beli, perbedaannya hanya terletak pada objek transaksinya, apabila pada jual beli objek

transaksinya adalah barang, maka pada ijarah objek transaksinya adalah jasa.

3) Transaksi pembiayaan yang ditujukan untuk usaha kerja sama yang ditujukan guna mendapatkan barang sekaligus jasa dengan prinsip bagi hasil. Produk bagi hasil untuk produk pembiayaan di bank syariah dioperasionalkan dengan pola-pola sebagai berikut:

- a) *Musyarakah*, adalah kerja sama antara dua pihak atau lebih dalam satu bidang usaha.
- b) *Mudharabah*, adalah kerja sama antara pemilik dana dengan pengelola, dimana pemilik dana memberikan dana 100% kepada pengelola dana yang memiliki keahlian.

c. Produk Jasa

Bank syariah juga memiliki hak untuk melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dengan imbalan jasa sebagai keuntungannya. Jasa tersebut diantaranya sebagai berikut:

- 1) *Sharf* atau jual beli valuta asing. Bank dapat mengambil keuntungan dari jasa jual beli valuta asing tersebut, namun penyerahannya harus dilakukan seketika pada waktu yang sama.
- 2) *Ijarah* (sewa), jenisnya antara lain penyewaan kotak simpanan (*safe deposit box*) dan jasa tata laksana administrasi dokumen (*custodian*). Bank mendapat imbalan sewa dari jasa tersebut.

Produk-produk tersebut yang dapat dilakukan oleh bank syariah telah dipayungi oleh pasal 19 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, dimana jika tanpa adanya payung hukum tersebut, maka bank syariah tidak dapat secara sembarangan mengeluarkan produk tersebut.

B. Minat

1. Pengertian Minat

Minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktifitas, atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dengan kata lain, ada suatu usaha (untuk mendekati, mengetahui, menguasai, dan berhubungan) dari subyek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya tarik dari objek.⁷

Minat adalah sikap jiwa seseorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, emosi), yang tertuju pada sesuatu dari dalam hubungan unsur perasaan yang kuat. Berikut penjelasan mengenai tiga indikator yang dijadikan acuan terbentuknya minat nasabah, yaitu sebagai berikut:

- a. Kognisi (Gejala Pengenalan) adalah kegiatan atau proses memperoleh pengetahuan (termasuk kesadaran, perasaan, dsb). Gejala pengenalan dalam garis besarnya dibagi menjadi dua yaitu melalui indera dan akal. Menurut Uswah Wardiana, kognisi

⁷ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibid Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hlm.263

merupakan keyakinan seseorang tentang suatu yang didapatkan dari proses berfikir tentang sesuatu objek tertentu. Proses yang dilakukan adalah memperoleh pengetahuan dan memanipulasi pengetahuan melalui aktifitas mengingat, menganalisis, memahami, menilai, menalar, dan membayangkan.

- b. Konasi (gejala kemauan) merupakan salah satu fungsi hidup kejiwaan manusia, dapat diartikan sebagai aktivitas psikis yang mengandung usaha aktif dan berhubungan dengan pelaksanaan suatu tujuan. Tujuan adalah titik akhir dari gerakan yang menuju pada suatu arah.⁸
- c. Emosi (gejala perasaan) adalah kecenderungan untuk memiliki perasaan yang khas apabila berhadapan dengan objek tertentu dalam lingkungannya.⁹

Jadi, minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Sehingga minat merupakan sikap seseorang yang mempunyai keinginan yang tinggi terhadap sesuatu atau suatu rasa kemauan yang kuat untuk melakukan suatu hal untuk mencapai tujuan tertentu.

⁸ Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2003), hlm. 113

⁹ Uswah Wardiana, *Psikologi*, (Jakarta: PT. Bina Ilmu, 2004), hlm. 58

2. Minat Dalam Ekonomi

a. Minat Konsumen

Minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku. Minat merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan.

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Minat memiliki sifat dan karakter khusus sebagai berikut:

- 1) Minat bersifat pribadi, ada perbedaan antara minat seseorang dengan yang lain.
- 2) Minat menimbulkan efek diskriminatif.
- 3) Erat hubungannya dengan motivasi, memengaruhi, dan dipengaruhi.
- 4) Minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, dan mode.

Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Dapat dikatakan bahwa minat beli merupakan pernyataan mental dari

diri konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu.

b. Harga

Harga (*price*) yaitu seberapa besar harga sebagai pengorbanan konsumen dalam memperoleh manfaat produk yang diinginkan. Harga juga merupakan faktor yang penting dalam mempengaruhi minat konsumen terhadap barang kebutuhan. Harga bagi konsumen adalah biaya untuk mendapatkan produk-produk yang dibutuhkan.

3. Macam-Macam Minat

Minat dapat dibagi menjadi tiga macam (berdasarkan timbulnya, berdasarkan arahnya, dan cara mengungkapkannya), yaitu sebagai berikut:¹⁰

- a. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat *primitif* dan minat *kultural*.
- b. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat *intrinsik* dan minat *ekstrinsik*.
- c. Berdasarkan cara mengungkapkannya, minat dapat dibedakan menjadi empat, yaitu *expressed interest*, *manifest interest*, *tested interest*, dan *inventoried interest*.

¹⁰ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibid Abdul Wahab. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hlm. 263-268

Dari macam-macam minat diatas, dapat disimpulkan bahwa minat seseorang terhadap sesuatu tergantung dari cara berfikir atau sudut pandangnya masing-masing. Karena manusia diciptakan dengan kemampuan yang berbeda, jadi cara menentukan minat atau perhatian dari seseorang pun juga berbeda.

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Timbulnya Minat

Cukup banyak faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan (bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan, mampu, kepribadian), dan yang bersumber dari luar (lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan masyarakat).

Sedangkan minat menurut Crow and Crow dalam bukunya Abdul Rahman Shaleh berpendapat, bahwa ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu:

- a. Dorongan dari dalam diri individu.
- b. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktifitas tertentu.
- c. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.¹¹

¹¹ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibid Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hlm 264

Karena kepribadian manusia itu *kompleks*, maka sering ketiga faktor yang menjadi penyebab timbulnya minat tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan suatu perpaduan dari ketiga faktor tersebut, akhirnya menjadi agak sulit bagi kita untuk menemukan faktor manakah yang menjadi awal penyebab timbulnya suatu minat.

5. Proses Terbentuknya Minat

- a. Saat penerimaan, mula-mula orang menerima perangsang dari luar dirinya. Dengan perangsang ini, orang akan membentuk sikap yang terwujud pada tingkah lakunya (gejala jasmaniah).
- b. Saat obyektif, saat orang menyadari apa yang terjadi dalam dirinya yang mengakibatkan adanya bayangan titik tujuan yang akan dicapai, maka ia akan mulai mengadakan pertimbangan dan mencari jalan keluar serta memperhitungkan segala kemungkinan yang akan datang.
- c. Saat subyektif, setelah tujuan tersebut benar-benar disadari, maka saat ini orang sudah matang menimbang dan selanjutnya mengadakan tindakan pelaksanaan sehingga terbentuklah kehendak. Namun demikian, tidak setiap keputusan dapat dilaksanakan dengan segera dan umumnya, orang semakin memperkuat dan memperjelas arah yang akan dicapai.

6. Faktor yang Menumbuhkan Minat Untuk Menjadi Nasabah

Minat masyarakat atau konsumen terhadap produk jasa sebuah perusahaan atau bank tergantung pada seberapa besar nilai yang ia dapatkan dari produk atau jasa pelayanan perusahaan atau bank tersebut. Ada tiga variabel yang menyebabkan konsumen bereaksi terhadap suatu produk barang ataupun jasa dari perusahaan, yaitu:

- a. Stimulasi *signifkatif*, yang mencakup pihak-pihak produk yang bersangkutan (kualitasnya, harganya, dan servis yang disediakan).
- b. Stimulasi simbolis, informasi yang menyebabkan timbulnya citra tentang stimulasi *signifkatif* dalam bentuk bahan-bahan tertulis atau yang digambarkan memberikan stimulasi simbolis.
- c. Stimulasi sosial, diberikan dalam bentuk semua informasi yang diperoleh oleh seorang calon pembeli dari keluarganya, masyarakat, dan peradabannya.

Berdasarkan teori tersebut, calon konsumen akan menunjukkan reaksi yang diinginkan hanya apabila dia menghadapi stimulasi tertentu. Sebelum timbul reaksi yang diinginkan dari calon konsumen, maka perusahaan atau bank yang bersangkutan harus terus berusaha untuk menerapkan macam-macam bentuk himbuan penjualan.

7. Pengertian Menabung

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seseorang muslim mempersiapkan diri untuk

pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Secara luas, menabung dapat diartikan sebagai suatu kegiatan menyisihkan dari pendapatannya untuk dikumpulkan sebagai cadangan di hari depan.

Dalam al-Qur'an terdapat ayat-ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslimin untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik.

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ

وَالْيَتَّقُوا قَوْلًا سَدِيدًا

“Dan hendaklah takut kepada Allah SWT orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertaqwa kepada Allah SWT dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.” (Q.S. An-Nisa:9).¹²

Ayat tersebut memerintahkan kita untuk bersiap-siap dan mengantisipasi masa depan keturunan, baik secara rohani (iman/takwa) maupun secara ekonomi harus dipikirkan langkah-langkah perencanaannya. Salah satu langkah perencanaan adalah dengan menabung.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa minat menabung adalah suatu dorongan atau motivasi dari dalam diri

¹² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Cv Asy Syifa, 1999, hlm. 78.

seseorang yang tertarik untuk menyimpan sebagian pendapatannya yang ditujukan untuk kepentingannya dalam mencapai tujuan di masa yang akan datang.

8. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung

a. Religi

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, religiusitas diartikan sebagai sebuah pengabdian terhadap agama.¹³ Religiusitas sering kali diidentikkan sebagai bentuk seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa besar pelaksanaan ibadah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Religiusitas dalam Islam menyangkut lima hal yakni aqidah, ibadah, amal, akhlak dan pengetahuan.¹⁴

- 1) Aqidah menyangkut keyakinan kepada Allah SWT, malaikat, rasul, dan seterusnya.
- 2) Ibadah menyangkut pelaksanaan hubungan antara manusia dengan Allah SWT.
- 3) Amal menyangkut pelaksanaan hubungan manusia dengan sesama makhluk.

¹³ Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, edisi keempat, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008), hlm. 1.159

¹⁴ Uniyanti, "*Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar)*". (Makassar, 2018)

- 4) Akhlak merujuk pada spontanitas tanggapan atau perilaku seseorang atau rangsangan yang hadir padanya, sementara iman merupakan bagian dari akhlak.
- 5) Ilmu merupakan pengetahuan keagamaan.

Anggasari membedakan antara istilah agama (*religi*) dengan istilah religiusitas. Agama menunjuk pada aspek formal yang berkaitan dengan aturan-aturan dan kewajiban-kewajiban, sedangkan religiusitas menunjuk pada aspek-aspek yang dihayati oleh individu.

Religiusitas dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu (1) Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial, termasuk pendidikan dari orang tua, tradisi-tradisi sosial, tekanan lingkungan sosial yang disepakati oleh lingkungan (2) Berbagai pengalaman yang membentuk sikap keagamaan, terutama pengalaman-pengalaman mengenai keindahan keselarasan, dan kebaikan di dunia, konflik moral dan pengalaman emosi beragama (3) Faktor kehidupan, yaitu kebutuhan yang belum terpenuhi terutama kebutuhan keamanan, cinta kasih, harga diri, serta adanya ancaman kematian (4) Faktor intelektual atau berbagai proses pemikiran verbal.¹⁵

¹⁵ Tina Afiatin, “*Religiusitas Remaja : Studi Tentang Kehidupan Beragama Di Daerah Istimewa Yogyakarta*”, (Universitas Gadjah Mada:1998)

b. Informasi Produk Bank Syariah

Informasi merupakan hasil dari komunikasi, baik komunikasi langsung maupun tidak langsung. Dengan adanya informasi, berarti seseorang semakin mengenal suatu objek. Informasi juga dapat membangkitkan minat seseorang untuk mengonsumsi suatu produk. Seseorang yang aktif mencari informasi tentang suatu produk, biasanya mempunyai minat yang lebih tinggi terhadap produk tersebut daripada orang yang pasif mencari informasi. Informasi merupakan salah satu dari tiga *background factors* yang ada di *Theory of Planned Behavior*, selain faktor pribadi dan sosial. Informasi dalam penelitian ini meliputi pengalaman, pengetahuan, dan pemberitaan media massa.

Pengetahuan calon nasabah atau nasabah dapat diukur melalui beberapa indikator yang meliputi pengetahuan umum seperti dari bank syariah, perbedaan bank syariah dan bank konvensional, produk-produk bank syariah, akad yang digunakan dalam bank syariah, syarat-syarat untuk membuka rekening dan minimal setoran awal saat pembukaan rekening.

Hubungan antara informasi dengan intensi menabung di bank syariah merupakan hubungan yang sifatnya berbanding lurus. Seseorang yang mempunyai informasi tentang bank syariah lebih banyak, atau seseorang yang lebih aktif mencari informasi mengenai bank syariah, biasanya mempunyai keinginan untuk

menabung di bank syariah lebih tinggi daripada orang yang tidak mempunyai informasi tentang bank syariah atau seseorang yang pasif mencari informasi mengenai bank syariah. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa informasi berpengaruh positif terhadap intensi menabung di bank syariah.

c. Promosi

Kegiatan promosi yang dilakukan suatu perusahaan merupakan kombinasi yang terdapat dari unsur-unsur atau peralatan promosi, yang mencerminkan pelaksanaan kebijakan promosi dari perusahaan tersebut. Kombinasi dari unsur-unsur atau peralatan promosi ini dikenal dengan apa yang disebut *promotion mix*. Dengan kegiatan promosi yang dilakukan, perusahaan akan berusaha untuk membujuk calon pembeli dan langganan untuk melakukan pembelian atas produk yang dipasarkan, dalam hal ini perusahaan melakukan komunikasi dengan para konsumen.¹⁶

Daftar mengenai alat-alat promosi yang penting yang dapat dipakai untuk membangun suatu program penjualan efektif, antara lain adalah (1) Periklanan (*advertising*) merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan, gambar, atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk atau brosur (2) Kewiraniagaan (*personal selling*) merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan bank dalam melayani serta ikut mempengaruhi

¹⁶ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), hlm 265

nasabah. Secara khusus, penjualan pribadi dapat dilakukan petugas *Customer Service* sebagai ujung tombak pemasaran bank (3) Publisitas (*publicity*) merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank di depan para calon nasabah melalui kegiatan-kegiatan sponsorship terhadap suatu kegiatan amal sosial atau olahraga (4) Promosi penjualan (*sales promotion*) merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang-barang tertentu.¹⁷

9. Kecenderungan Remaja Masjid

Dari segi usia, manusia tumbuh dan berkembang dalam tiga tingkatan, yaitu (1) Tingkat kanak-kanak (2) Tingkat remaja (3) Tingkat orang tua. Predikat remaja biasa disandingkan bagi seseorang yang yang berusia antara 13 tahun hingga 22 tahun, dimana masa usia tersebut merupakan masa perubahan, baik fisik maupun psikis. Gejala psikologis bagi usia remaja tersebut begitu mewarnai kepribadiannya yang nampak dalam perilaku dan sikap keagamaannya (religiusitas). Ada tiga kecenderungan bagi remaja dalam kecenderungan bagi remaja dalam kecenderungan berpikir kritis dalam merespon kesadaran beragama, yaitu (1) Semangat keagamaan (2) Skeptiss (3) Ateis¹⁸

¹⁷ Deliyanti Oentoro, *Manajemen Pemasaran Moderen*, (Jakarta: Kencana, 2004) hlm. 176

¹⁸ Dr.H.M. Zainuddin, MA, “*Remaja dan Kecenderungan Religiusitas*”, GEMA Media Informasi & Kebijakan Kampus, 8 November 2013

- a. Semangat Keagamaan merupakan manifestasi dari kesadaran keagamaan. Perkembangan baru mendorong remaja untuk melihat kembali sikapnya terhadap alam secara umum dan agama secara khusus. Semangat ini merupakan penegasan kemandirian melalui jalan agama yang menjadi arena penting untuk mengungkapkan diri. Terdapat dua manifestasi dari semangat keagamaan ini (1) Semangat positif adalah semangat keagamaan yang berusaha terbebas dari unsur bid'ah dan takhayul/khufarat serta meninggalkan tradisi-tradisi yang dianggap sesat. (2) Semangat mitis adalah semangat berfikir sederhana dan berkecenderungan obsesional dengan menghindari bahaya-bahaya lewat magic bukan lewat jalan rasional. Berbeda dengan semangat positif, semangat mitis ini lebih berbau bid'ah, khufarat, dan takhayul, seperti kepercayaan/ketergantungannya terhadap dukun-dukun dan jimat-jimat, animisme, dan dinamisme.
- b. Sikap Skeptis merupakan manifestasi kedua dari kecenderungan keagamaan yang muncul berbarengan kematangan intelektual dan kemampuan berpikir kritis. Unsur intelektual mendominasi kesadaran keagamaan di masa akhir remaja sebagaimana unsur emosi dominan dimasa awalnya. Sikap skeptis bagi remaja berbeda-beda sesuai dengan karakteristik, kecerdasan, dan kondisi pengetahuannya. Ada hubungan antara sikap skeptis dengan usia.

Bagi remaja, usia 17-20 tahun sikap skeptisnya sangat tinggi. Sikap tersebut terjadi sebagai hasil dari perenungan intelektualnya.

c. Kecenderungan ateis

Bagi remaja di bawah usia 20 tahun, kecenderungan ateis itu hanya sebagai *show of force*, gagah-gagahan. Memang banyak remaja yang mengaku ateis, tetapi itu hanya merupakan ungkapan yang timbul dari keinginan untuk bebas dan berontak terhadap kondisi yang dianggap membelenggunya, sakral. Sejujur-jujurnya, pengakuan ateis sesungguhnya hanyalah tidak lebih dari pemberontakan terhadap Tuhan. Hal yang demikian ini merupakan fenomena umum di kalangan remaja. Kecenderungan ateis ini tidak ubahnya seperti kecenderungan untuk secara lahir bebas dari orang tua, tetapi secara tidak sadar pula bergantung kepada orang tua tersebut. Sikap ateis ini tidak lebih dari keraguannya terhadap kebijaksanaan Tuhan yang dianggapnya berat sebelah/tidak adil.

C. Kajian Penelitian Terdahulu

1. Penelitian Aziz, Muh.Abdul (2019)¹⁹

Nama	Muh. Abdul Aziz
Judul	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Remaja Masjid di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang)

¹⁹ Muh.Abdul Aziz, “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Remaja Masjid di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang)*”, (Semarang, 2019)

Metode Penelitian	Kuantitatif
Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, promosi, produk, dan lokasi terhadap minat remaja masjid menabung di bank syariah.
Hasil Penelitian	Pengetahuan, promosi, dan reputasi berpengaruh positif terhadap minat remaja masjid menabung di bank syariah, sedangkan produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat remaja masjid menabung di bank syariah. artinya, masih sedikit remaja masjid yang mengetahui tentang produk-produk bank syariah.
Persamaan Penelitian	Pengambilan objek yang sama yaitu remaja masjid.
Perbedaan Penelitian	Masing-masing variabel secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung remaja masjid di bank syariah.

2. Penelitian Susilawati, Mita (2019)²⁰

Nama	Mita Susilawati
Judul	Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah
Metode Penelitian	Kuantitatif
Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh religiusitas dan informasi produk bank syariah terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah dan manakah yang lebih mendominasi diantara keduanya.

²⁰ Mita Susilawati, “Analisa Faaktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah”, (Bogor, 2019)

Hasil Penelitian	Variabel religiusitas dan informasi produk bank syariah secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini terbukti dengan hasil perolehan probabilitas Sig. sebesar 0,258 atau nilai Sig > 0,05 untuk religiusitas, dan nilai probabilitas Sig sebesar 0,0003 < 0,05 dengan t hitung 3,012 dan t tabel 1,661 untuk informasi produk bank syariah.
Persamaan Penelitian	Variabel independen sama, yaitu religiusitas dan informasi produk bank syariah.
Perbedaan Penelitian	Sedangkan dalam penelitian, penulis menambahkan satu variabel di dalam variabel independen, yaitu promosi.

3. Penelitian Uniyanti (2018)²¹

Nama	Uniyanti
Judul	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar)
Metode Penelitian	Kuantitatif
Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui pengaruh religiusitas, pendapatan, dan informasi produk bank syariah terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alaudin Makassar menabung di bank syariah.
Hasil Penelitian	Variabel pendapatan dan informasi produk bank syariah secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah, diperoleh dari nilai t-hitung masing-masing variabel dan hasil uji F sebesar 14,301 serta nilai koefisien determinasi (R ²) sebesar 0,318.

²¹ Uniyanti, "*Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar)*". (Makassar, 2018)

Persamaan Penelitian	Penelitian dilatarbelakangi oleh kurangnya minat masyarakat dengan tingkat religiusitas tinggi untuk menabung di bank syariah.
Perbedaan Penelitian	Menggunakan mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alaudin Makassar sebagai responden sedangkan penelitian ini menggunakan remaja masjid Al-Munawwar sebagai responden.

4. Penelitian Maghfiroh, Nur Laili (2018)²²

Nama	Nur Laili Maghfiroh
Judul	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menabung (Studi Kasus pada Nasabah BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo)
Metode Penelitian	Kuantitatif
Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah untuk menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo dan faktor apa yang paling dominan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung di BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo.
Hasil Penelitian	Terdapat 17 indikator yang dapat berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menabung, yaitu: keramahan, kesopanan, pemrosesan cepat, kemudahan, bagi hasil jelas, bagi hasil menguntungkan, bagi hasilnya lebih besar, keamanan, sudah dikenal di masyarakat, relasi, merupakan lembaga keuangan Islam, produk sesuai prinsip Islam, bebas riba, lokasi strategis dekat dengan tempat tinggal, akses mudah, dan ajakan teman. Sedangkan yang tidak dapat dianalisis lebih lanjut lagi terdapat empat indikator, yaitu: kejelasan informasi, tidak bertentangan dengan agama, ikut-ikutan keluarga, dan sesuai keadaan ekonomi.

²² Nur laili Maghfiroh, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menabung (Studi Kasus pada Nasabah BMT An-Nur Rewwin Sidoarjo)”, (Surabaya, 2018)

Persamaan Penelitian	Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kurangnya minat masyarakat untuk mempercayakan uangnya agar ditabung di lembaga keuangan syariah.
Perbedaan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor paling dominan yang berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung di lembaga keuangan syariah

5. Penelitian Widya Aisyah (2018)²³

Nama	Widya Aisyah
Judul	Minat Masyarakat Nagari Sungayang Menabung Di Bank Syariah
Metode Penelitian	Kuantitatif
Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui tingkat minat masyarakat menabung di bank syariah dilihat dari faktor psikologis, ekonomi, dan sosial.
Hasil Penelitian	Minat masyarakat Nagari Sungayang menabung di Bank Syariah dipengaruhi oleh faktor psikologis, faktor ekonomi, dan faktor sosial. Pengaruh faktor menabung terhadap minat menabung mencapai 59,43%, pengaruh faktor ekonomi mencapai 53,86%, dan pengaruh faktor sosial mencapai 65,90%. dari ketiga faktor tersebut, faktor sosial yang sangat berpengaruh terhadap minat masyarakat Nagari Sungayang menabung di Bank Syariah dibandingkan faktor psikologis dan faktor ekonomi.
Persamaan Penelitian	Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya persepsi masyarakat yang keliru yang masih menyamakan antara bank syariah dengan bank konvensional.
Perbedaan Penelitian	Variabel independen berbeda, dalam penelitian peneliti menggunakan variabel independen religiusitas, promosi, dan informasi produk bank syariah.

²³ Widya Aisyah, "*Minat Masyarakat Nagari Sungayang Menabung di Bank Syariah*", (Batusangkar, 2018)

6. Penelitian Andespa, Roni (2017)²⁴

Nama	Roni Andespa
Judul	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah
Metode Penelitian	Kuantitatif
Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan menabung di bank syariah.
Hasil Penelitian	Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan menabung di bank syariah adalah <i>marketing mix</i> , faktor budaya, faktor sosial, memperlihatkan variabel lain yang tidak tercakup dalam variabel penelitian ini.
Persamaan Penelitian	Pengambilan sampel dengan kriteria tertentu yaitu nasabah bank syariah.
Perbedaan Penelitian	Analisis data yang digunakan adalah analisis faktor dengan pemilihan responden dengan nasabah yang mudah ditemui dan dirasa bisa untuk dijadikan sampel, berhak untuk menjadi responden.

²⁴ Roni Andespa, "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah*", (Padang,2017)

7. Penelitian Afriadi, M.Khariska (2016)²⁵

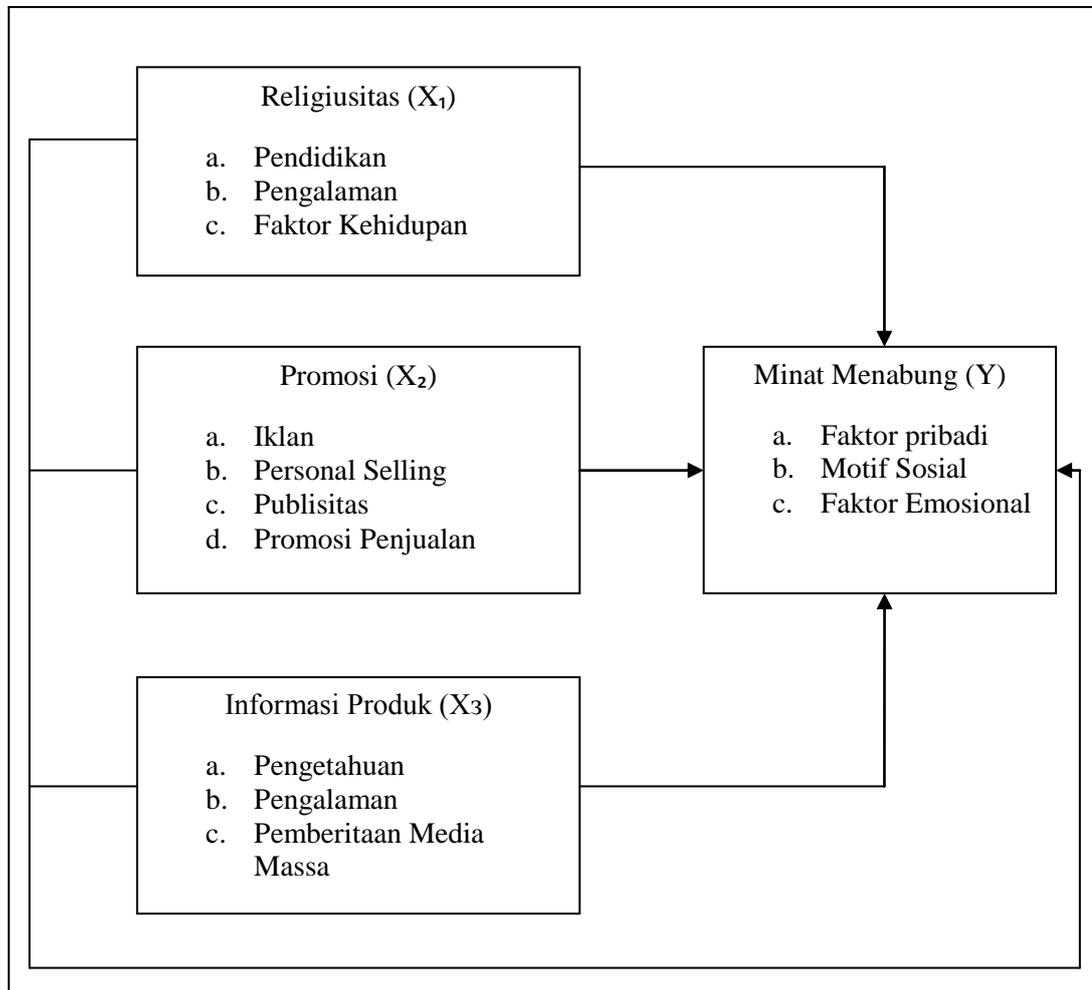
Nama	M. Khariska Afriadi
Judul	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Komplek Perumahan Perundam Kel.Kandang Mas, Kec. Kampung Melayu, Kota Bengkulu.
Metode Penelitian	Kuantitatif
Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi minat masyarakat Komplek Perumahan Perumdan Kel. Kandang Mas, Kec. Kampung Melayu menjadi nasabah di bank syariah.
Hasil Penelitian	Faktor promosi menjadi faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah, kemudian diikuti dengan faktor produk, lokasi, serta faktor pelayanan. Sedangkan reputasi tidak mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah.
Persamaan Penelitian	Menggunakan variabel independen promosi.
Perbedaan Penelitian	Penggunaan jenis penelitian lapangan dengan pendekatan yang bersifat kualitatif argumentatif dan pengambilan sampel dengan menggunakan metode <i>Accidental Sampling</i> .

D. Kerangka Konseptual

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

²⁵ M.Khariska Afriadi, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Masyarakat Komplek Perumahan Perumdan Kel.Kandang Mas, Kec.Kampung Melayu Kota Bengkulu)”, (Bengkulu, 2016)

Tabel 2.3 Kerangka Konseptual



Keterangan:

1. Pengaruh religiusitas (X_1) terhadap minat menabung (Y) didukung oleh penelitian terdahulu M.Abdul Aziz²⁶.
2. Pengaruh promosi (X_2) terhadap minat menabung (Y) didukung oleh penelitian terdahulu M. Khariska Afriadi²⁷.

²⁶ Muh.Abdul Aziz, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Remaja Masjid di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang)", (Semarang, 2019)

²⁷ M.Khariska Afriadi, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Masyarakat Komplek Perumahan Perumdan Kel.Kandang Mas, Kec.Kampung Melayu Kota Bengkulu)", (Bengkulu, 2016)

3. Pengaruh Informasi produk (X_3) terhadap minat menabung (Y) didukung oleh penelitian terdahulu Mita Susilawati²⁸.
4. Pengaruh religiusitas (X_1), promosi (X_2), dan informasi produk (X_3) terhadap minat menabung didukung oleh penelitian terdahulu Muhammad Aris Sulistiyono²⁹.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu pernyataan yang waktu diungkapkan belum diketahui kebenarannya., tetapi memungkinkan untuk diuji dalam kenyataan empiris. Berdasarkan kerangka konseptual di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₁ : Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung remaja masjid pada bank syariah.

H₂ : Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung remaja masjid pada bank syariah.

H₃ : Informasi produk bank syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung remaja masjid pada bank syariah.

²⁸ Mita Susilawati, “Analisa Faoktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah”, (Bogor, 2019)

²⁹ Muhammad Aris Sulistiyono, “Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Informasi Produk, dan Tingkat Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Pada PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Kas FECONDONGCATUR Yogyakarta)”, (Yogyakarta: 2016)

H4 : Religiusitas, promosi, dan informasi produk bank syariah berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat menabung remaja masjid pada bank syariah.