

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Lingkungan Sosial**

##### **1. Pengertian Lingkungan Sosial**

Menurut Tjahjono lingkungan merupakan segala sesuatu disekitar subjek manusia yang terkait dengan aktivitasnya. Elemen lingkungan adalah hal-hal yang terkait tanah, udara, air, sumber daya alam, flora, fauna, manusia, dan hubungan antar faktor-faktor tersebut. Kinerja lingkungan menurut Suratno dalam Rakhiemah dan Agustia adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik atau (*green*). Dimensi lingkungan menyangkut keberlanjutan organisasi berdampak pada kehidupan di dalam sistem alam, termasuk ekosistem, tanah, udara dan air.<sup>28</sup>

Menurut Sumaatmadja lingkungan sosial terdiri dari kelompok manusia sendiri. Lingkungan sosial menurut Purwanto ialah semua orang atau manusia lain yang mempengaruhi kita, baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Setiadi dan Kolip yang dimaksud dengan lingkungan sosial adalah tempat atau suasana dimana sekelompok orang merasa sebagai anggotanya, seperti lingkungan kerja, lingkungan RT, lingkungan pendidikan, lingkungan pesantren, dan sebagainya. Jadi

---

<sup>28</sup>Rifqy Suprpto dan M. Zaky Wahyuddin, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*, (Ponorogo: Myria Publisher, 2020), hal. 6

lingkungan sosial adalah semua orang dan suasana tempat yang dapat mempengaruhi kita baik secara langsung maupun tidak langsung.<sup>29</sup>

Lingkungan sosial adalah lingkungan tempat pergaulan antar satu orang dengan orang lainnya yang terlibat dalam suatu interaksi.<sup>30</sup> Lingkungan sosial juga dapat diartikan sebagai semua lingkungan sosial yang ada pada masyarakat yang terjadi antara konsumen dengan orang di sekelilingnya atau antara banyak orang. Lingkungan sosial adalah orang-orang lain yang berada dalam sekeliling konsumen dan termasuk perilaku dari orang-orang tersebut yang akan mempengaruhi dalam pembelian produk.<sup>31</sup>

## **2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Lingkungan Sosial**

Berdasarkan kedekatannya dengan konsumen, lingkungan sosial konsumen terbagi dalam lingkungan makro dan lingkungan mikro. Lingkungan mikro adalah lingkungan yang sangat dekat dengan dengan konsumen. Lingkungan mikro dapat mempengaruhi langsung perilaku, sikap dan kognitif konsumen secara langsung. Misalnya: keluarga yang tinggal dengan konsumen langsung adalah lingkungan mikro.

Lingkungan makro adalah lingkungan yang ada diluar konsumen. lingkungan makro berskala luas, seperti sistem politik dan hukum,

---

<sup>29</sup>Riana Monalisa Tamara, *Peranan Lingkungan Sosial terhadap Pembentukan Sikap Peduli Lingkungan Peserta Didik di SMA Negeri Kabupaten Cianjur*, Jurnal Pendidikan Geografi, Vol. 16, No. 1, 2016. hal. 45

<sup>30</sup>Andi Ahmad Gunadi, “*Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Imajinasi Anak*”, Jurnal Refleksi Edukatika, Vol. 7, No. 2, Juni 2017, hal. 97

<sup>31</sup>M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: Depublish, 2018, hal. 7

keadaan perekonomian, sosial, budaya. Contoh: penurunan atau kenaikan dolar akan mempengaruhi daya beli konsumen.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi lingkungan sosial, yaitu:<sup>32</sup>

a. Mass media

Pada saat ini peranan mass media dapat membantu para siswa untuk memberikan edukasi atau pengetahuan. Adanya tayangan pada televisi, website, siaran radio ataupun media lain yang kurang baik dapat mempengaruhi siswa dalam pemikiran mereka sehingga membuat pemikiran mereka lebih dewasa sebelum waktunya, dan akibatnya dapat membuat penurunan pada nilai atau hasil belajar para siswa. Dan sebaliknya apabila siswa memperoleh tayangan yang baik pada media tersebut sehingga dapat menambah pengetahuan siswa maka dapat membantu siswa dalam meningkatkan nilai dalam belajarnya.

b. Teman Bergaul

Teman sebagai lingkungan pergaulan anak yang dapat memberikan pengaruh terhadap pola perilaku mereka. Apabila mereka mendapatkan teman dengan lingkungan yang gemar untuk belajar ataupun melakukan kegiatan positif hal tersebut dapat memberikan pengaruh yang baik pada anak. Begitupun sebaliknya apabila teman bergaul mereka lebih cenderung malas belajar dan lebih sering untuk

---

<sup>32</sup>Sugiyanto, *Pengaruh Fasilitas Belajar, Lingkungan Keluarga, dan Lingkungan Sosial, terhadap Hasil Belajar IPS*, Seminar Nasional Universitas PGRI Yogyakarta, 2015, hal. 75

bermain maka akan memberikan pengaruh yang buruk bagi anak tersebut karena dapat mengakibatkan prestasi belajar mereka menurun.

c. **Kehidupan Bermasyarakat**

Dalam kehidupan bermasyarakat misalnya jika warganya memiliki kegiatan yang gemar untuk tolong menolong dan gotong royong maka akan memberikan pengaruh yang positif untuk anak tersebut. Namun apabila dalam lingkungan masyarakat memiliki kebiasaan yang lebih suka untuk berbuat hal negatif seperti malas belajar maka akan membuat prestasi belajarnya menurun.

### **3. Indikator Lingkungan Sosial**

Lingkungan sosial merupakan lingkungan orang lain yang dapat berpengaruh terhadap seseorang baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun indikator yang mempengaruhi lingkungan sosial secara langsung, yaitu:<sup>33</sup>

- 1) Lingkungan keluarga
- 2) Lingkungan sebaya
- 3) Lingkungan sekolah
- 4) Lingkungan masyarakat

### **4. Hubungan Lingkungan Sosial dengan Minat Menabung**

Lingkungan sosial memiliki peranan yang cukup penting dalam diri seseorang. Adanya lingkungan sosial sendiri dapat mendorong minat seseorang dalam suatu pembelian. Minat merupakan ketertarikan

---

<sup>33</sup>Ulfah Annajah dan Nailul Falah, *Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Motivasi Berorestrasi Anak Panti Asuhan Nurul HAQ Yogyakarta*, Jurnal Hisbah, Vol. 13, No. 1, 2016, hal. 104

seseorang untuk melakukan suatu kegiatan atau aktivitas tanpa adanya paksaan dari orang lain. Hal ini dapat dikatakan jika seseorang atau nasabah memiliki lingkungan sosial yang cenderung lebih suka untuk menyimpan uangnya (menabung), maka hal tersebut dapat mendorong minat nasabah tersebut dalam melakukan kegiatan atau aktivitas yang sama. Begitupun sebaliknya, apabila seseorang memiliki lingkungan sosial yang lebih cenderung boros dalam pengeluaran, maka dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan tindakan yang sama. Adanya rasa penasaran dan keingintahuan seseorang terhadap bank syariah dapat mendorong minat seseorang dalam menabung menggunakan bank syariah.

## **B. Emosional**

### **1. Pengertian Emosional**

Kata emosi berasal dari bahasa latin, yaitu *emovere*, yang berarti bergerak menjauh. Arti kata ini menyiratkan bahwa kecenderungan bertindak merupakan hal mutlak dalam emosi. Mendefinisikan emosi ternyata sangat sulit karena tidak mudah mengetahui kapan seorang anak atau seorang dewasa berada di dalam suatu keadaan emosional.

Goleman mendefinisikan bahwa "emosi" merujuk pada suatu perasaan atau pikiran-pikiran khasnya, suatu keadaan biologis dan psikologis serta serangkaian kecenderungan untuk bertindak. Sukmadinata misalnya ia mendefinisikan definisi emosi sebagai perpaduan dari beberapa perasaan yang mempunyai intensitas yang relatif tinggi dan menimbulkan suatu gejolak suasana batin. Emosi merupakan suatu

perasaan atau afraksi yang timbul ketika seseorang sedang berada dalam suatu keadaan atau suatu interaksi yang dianggap penting olehnya, terutama *well-being* dirinya.<sup>34</sup>

Sejumlah teoritikus mengelompokkan emosi dalam golongan-golongan besar. Beberapa anggota golongan tersebut adalah sebagai berikut:<sup>35</sup>

- 1) Amarah: beringas, mengamuk, benci, marah besar, jengkel, kesal hati, terganggu, rasa pahit, berang, tersinggung, bermusuhan dan barangkali yang paling hebat, tindak kekerasan dan kebencian yang patalogis
- 2) Kesedihan: pedih, sedih, muram, suram, melankolis, mengasihani riri, kesepian, ditolak, putus asa, dan kalau menjadi patalogis depresi berat.
- 3) Rasa takut: cemas, takut, gugup, khawatir, waswas, perasaan takut sekali, waspada, sedih, tidak senang, ngeri, kecut, sebagai patalogis fobia dan panic.
- 4) Kenikmatan: bahagia gembira, riang, puas, ringan, senang, terhibur, bangga, kenikmatan indrawi, takjub, rasa terpesona, rasa puas, rasa terpenuhi, kegirangan luar biasa, senang, senang sekali, dan batas ujungnya mania.
- 5) Cinta: penerimaan, persahabatan, kepercayaan, kebaikan hati, rasa dekat, bakti, hormat, kasmaran, kasih.
- 6) Terkejut: terkejut, terkesiap, takjub, terpana.

---

<sup>34</sup>Susianty Selaras Ndari, Amelia Vinayastri dan Khusniyati Masykuroh, *Metode Perkembangan Sosial Emosi Anak Usia Dini*, (Tasikmalaya: Edu Publisher, 2018), hal. 11

<sup>35</sup>Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge, *Perilaku Organisasi Edisi 16*, (Jakarta: Salemba Empat, 2015), hal. 127-128

- 7) Jengkel: hina, jijik, muak, mual, benci, tidak suka, mau muntah.
- 8) Malu: rasa salah, malu hati, kesal hati, hina, aib, dan hati hancur lebur.

Faktor emosional lebih cenderung kepada sikap nasabah ketika memutuskan untuk menyimpan uangnya pada suatu bank dengan dua perspektif. Pertama, persepektif waktu sekarang, yaitu ketika masih hidup didunia. Kedua, perspektif waktu setelah mati, yaitu pada periode sejak nasabah meninggal atau kehidupan alam kubur sampai dengan waktu saat manusia akan dihitung amal baik dan burknya selama hidup di dunia. Adanya waktu perspektif setelah mati pada nasabah muslim ini dapat menjelaskan mengapa seseorang nasabah baik syariah bahkan bisa menerima keuntungan yang kecil sepanjang itu halal.<sup>36</sup>

## 2. Indikator Faktor Emosional

Indikator faktor emosional menurut marslow yang dikutip oleh Hasan adalah sebagai berikut:<sup>37</sup>

- a. Kenyamanan
- b. Kemudahan
- c. Keaktifan
- d. Kebanggaan atas penampilan
- e. Kebanggaan atas kepemilikan
- f. Kerjasama
- g. Empati
- h. Keamanan

---

<sup>36</sup>Susianty Selaras Ndari, Amelia Vinayastri dan Khusniyati Masykuroh, *Metode Perkembangan Sosial* ....., hal. 12

<sup>37</sup>Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hal. 55

- i. Kesehatan, dan
- j. Kenyamanan pribadi

Sedangkan indikator dari faktor emosional menurut Siti Ardella Kamal dalam penelitian Muhammad Fauzi meliputi tingkat ketaatan beragama nasabah dan atribut produk yang berdasarkan dengan prinsip syariah.<sup>38</sup> Dari beberapa faktor emosional tersebut peneliti memiliki kesamaan pendapat menurut beberapa tokoh diatas, yaitu dengan memilih beberapa faktor diantaranya:

1) Ketaatan Beragama

Ketaatan beragama disebut juga dengan religiusitas, dapat didefinisikan sebagai pemenuhan berbagai kewajiban agama, menginginkan untuk melaksanakan kewajiban yang belum tertunaikan, melaksanakan berbagai anjuran agama sekalipun tidak wajib.<sup>39</sup>

2) Keamanan

Keamanan didefinisikan sebagai keadaan yang bebas dari bahaya. Rasa aman pada seseorang dapat dirasakan apabila kegiatan yang dilakukan memiliki kemungkinan yang kecil terhadap adanya suatu resiko sehingga seseorang tersebut akan mendapatkan rasa tenang dalam melakukan aktivitas maupun kegiatannya.

3) Kenyamanan

---

<sup>38</sup>Siti Ardella Kamal, *Pengaruh Emosional dan Faktor Rasional Nasabah dalam Memilih Bank Syariah Mandiri KC. Curup* (Curup: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2019)

<sup>39</sup>Maman, dkk., *Metodologi Penelitian Agama : Teori dan Praktek*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hal. 58-64



Kenyamanan diartikan sebagai keadaan dimana seseorang merasa senang dan tenang atas terpenuhinya suatu kebutuhan dengan baik yang didasarkan pada persepsi masing-masing individu. Seseorang akan memiliki persepsi yang berbeda tentang suatu kenyamanan.

### **3. Hubungan Emosional dan Minat Menabung**

Masing-masing individu memiliki emosional yang berbeda. Kecenderungan untuk melakukan sesuatu didasarkan dari adanya emosi dari diri seseorang. Apabila seseorang timbul rasa senang terhadap apa yang dilakukannya maka akan memperkuat rasa minat terhadap aktivitas tersebut. Begitupun juga dengan minat menabung yang di dorong oleh adanya faktor emosional dari dalam diri seseorang. Faktor emosional sendiri meliputi rasa senang, rasa nyaman, rasa aman maupun yang lain yang dapat menumbuhkan minat seseorang tersebut untuk melakukan suatu kegiatan ataupun aktivitas yang ia sukai. Misalkan mahasiswa yang memiliki rasa percaya terhadap keamanan yang diberikan oleh pihak bank maka dapat menumbuhkan minat dari mahasiswa tersebut untuk menyimpan uang atau menabung di bank syariah. Begitupun juga sebaliknya, apabila seseorang tidak memiliki rasa senang, rasa nyaman maupun yang lain atas apa yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabah maupun calon nasabahnya maka akan membuat seseorang tidak berminat dalam menyimpan uangnya di bank.

## C. Pengetahuan Produk

### 1. Pengertian Produk

Menurut William J. Stanton menjelaskan mengenai definisi produk yaitu sekumpulan atribut yang nyata, didalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, prestise pabrik, prestise pengecer dan pelayanan dari pabrik serta pengecer mungkin diterima oleh pembeli sebagai sesuatu yang mungkin bisa memuaskan keinginannya.<sup>40</sup>

Menurut Fandy Tjiptono mengartikan produk sebagai segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuh kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

Sejalan dengan munculnya kebutuhan, keinginan dan permintaan, perusahaan berusaha keras untuk mempelajarinya, mereka melakukan riset pemasaran, mengenai perilaku konsumen, menganalisis keluhan yang dialami konsumen, mencari jawaban produk atau jasa apa yang sedang disukai atau bahkan produk apa yang tidak disukai, dan lain-lain. Dengan kegiatan diatas akhirnya perusahaan dapat menawarkan segala sesuatu kepada pasar untuk diperhatikan, untuk dimiliki atau dikonsumsi, sehingga konsumen dapat memuaskan kebutuhan sekaligus keinginannya, sesuatu itu disebut produk. Produk tidak mencakup obyek fisik tetapi juga jasa, orang, tempat, organisasi, ataupun gagasan.<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup>Khabib Alia, *Pengetahuan Produk*, (Surakarta: CV Pustaka Bengawan, 2017), hal. 2

<sup>41</sup>Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011), hal. 12

## 2. Pengertian Pengetahuan Produk

Menurut Sumarwan mendefinisikan sebagai kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Menurut Zeithaml dalam Roslina menyebutkan bahwa pengetahuan produk merupakan petunjuk intrinsik yang sangat penting bagi konsumen untuk dipertimbangkan ketika mengevaluasi produk sebelum dilakukannya pembelian.<sup>42</sup> Memahami pengetahuan konsumen sangat penting bagi pemasar. Informasi tentang apa yang akan dibeli, dimana membeli, dan kapan akan membeli tergantung pada pengetahuan konsumen. Pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian bahkan pembelian ulang. Ketika konsumen memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan, lebih efisien, lebih tepat dalam mengolah informasi dan mampu mengingat kembali informasi dengan lebih baik.<sup>43</sup>

Menurut Nitisusastro konsumen harus benar-benar mengetahui tentang karakteristik suatu produk, apabila konsumen kurang memahami suatu informasi tentang karakteristik suatu produk bisa salah dalam mengambil keputusan. Pengetahuan produk merupakan hal penting yang harus dikomunikasikan oleh pemasar dalam memberikan petunjuk atas produk yang ditawarkannya kepada konsumen. Berbagai upaya promosi yang dilakukan oleh pemasar untuk memberikan edukasi kepada

---

<sup>42</sup>Indarto Candra Yoesmanam, "*Pengaruh Pengetahuan Produk* .....", hal. 136

<sup>43</sup>Rifqy Suprpto dan M. Zaky Wahyuddin, "*Buku Ajar Manajemen* .....", hal. 19

konsumen khususnya dalam menunjukkan keunggulan produknya dibandingkan dengan pesaing.

### 3. Indikator Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merk, terminology produk, dan kepercayaan mengenai produk. Menurut Sumarwan juga membagi tiga jenis pengetahuan produk antara lain:<sup>44</sup>

- 1) Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk. Atribut suatu produk dibagi menjadi atribut fisik dan atribut abstrak. Atribut fisik menggambarkan ciri-ciri fisik suatu produk berdasarkan persepsi konsumen.
- 2) Pengetahuan tentang manfaat produk. Konsumen akan merasakan dua jenis manfaat setelah mengkonsumsi suatu produk yaitu manfaat fungsional (manfaat yang dirasakan konsumen secara psikologis) dan manfaat psikososial (yang menyangkut aspek psikologis seperti perasaan, emosi dan suasana hati).

Secara umum terdapat dua jenis manfaat yang dirasakan oleh pelanggan, yaitu:<sup>45</sup>

- a. Manfaat Fungsional. Manfaat yang dirasakan konsumen secara fisiologis dan fungsi dari produknya. Misalnya mobil untuk perjalanan atau transport untuk kegiatan kerja dan keluarga.

---

<sup>44</sup>Ibid., hal. 20

<sup>45</sup>Donny Herdianto, *Creative Selling Everyday*, (Jakarta: PT Gramedia, 2016), hal. 89

- b. Manfaat Emosional. Manfaat dari aspek psikologis (perasaan, emosi dan *mood*) dan aspek sosial. Seseorang membeli mobil mewah sebagai kendaraan sehari-harinya. Maka orang disekelilingnya akan menilainya sebagai orang sukses.
- 3) Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen. pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan oleh suatu produk juga tentu akan mempengaruhi keputusan pembelian.<sup>46</sup>

#### 4. Produk Tabungan di Bank Syariah

Menurut UU Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 1 tentang Perbankan Syariah, tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syari'ah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.<sup>47</sup>

Tabungan merupakan jenis simpanan yang penarikannya dapat dilakukan melalui syarat-syarat tertentu. Penarikannya dilakukan setiap saat melalui kantor bank, ATM, dan kartu debit. Setiap penabung atau nasabah akan diberi buku tabungan sebagai bukti telah menyimpan dananya di bank tersebut. buku tabungan juga berfungsi sebagai catatan bagi setia transaksi keuangan yang dilakukan oleh penabung.<sup>48</sup>

---

<sup>46</sup>Rifqy Suprpto dan M. Zaky Wahyuddin, *Buku Ajar Manajemen...*, hal. 20

<sup>47</sup>Undang-Undang Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008

<sup>48</sup>Ratna Sukmayani, dkk., *Ilmu Pengetahuan Sosial 3*, (Jakarta: Pusat Perbukuan, 2006), hal. 123

Dalam Al-Qur'an Surat al-Nisa' [4]: 29:<sup>49</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam jalan perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu”. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”. (QS. al-Nisa' [4]: 29)

Produk tabungan yang sesuai dengan syariah yang dapat dipraktikkan adalah dengan menggunakan prinsip atau akad *mudharabah* dan *wadi'ah*. Perbedaan keduanya adalah kalau tabungan *wadi'ah* bersifat titipan dan karenanya bank tidak dipersyaratkan untuk memberikan imbalan kepada nasabahnya, kecuali dalam bentuk pemberian bonus secara sukarela. Sedangkan tabungan *mudharabah* bersifat investasi dan karenanya penarikannya tidak dapat dilakukan setiap saat, tetapi berdasarkan kesepakatan dan bank dipersyaratkan untuk memberikan bagi hasil sesuai dengan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.<sup>50</sup>

#### a. Produk dan Akad Tabungan Mudharabah

Tabungan *Mudharabah* adalah tabungan yang operasionalnya berdasarkan akad *mudharabah*. Berbeda dengan tabungan *wadi'ah* yang bersifat titipan, tabungan *mudharabah* bersifat investasi. Dengan produk tabungan *mudharabah* ini, bank syariah menerima investasi

<sup>49</sup>QS. al-Nisa' [4]: 29

<sup>50</sup>Rachmadi Usman, *Produk dan Akad Perbankan Syariah di Indonesia (Implementasi dan Aspek Hukum)*, (Bandung: PT Citra Aditya Bankti, 2009), hal. 155

dari nasabah untuk jangka waktu tertentu. Dana tersebut kemudian diinvestasikan atau digunakan oleh bank ke sektor usaha yang produktif. Keuntungan dari hasil usaha atau investasi ini kemudian dibagikan kepada nasabah dengan prinsi bagi hasil. Bank juga mendapatkan porsinya secara proporsional, sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

Menurut Fatwa (No. 02/DSN-MUI/IV/2000) menetapkan mengenai ketentuan umum Tabungan berdasarkan akad *Mudharabah*.<sup>51</sup>

- 1) Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai shahibul mal atau pemilik dana, dan bank bertindak sebagai mudharib atau pengelola dana.
- 2) Dalam kapasitasnya sebagai mudharib, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syari'ah dan mengembangkannya, termasuk di dalamnya mudharabah dengan pihak lain.
- 3) Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
- 4) Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening.
- 5) Bank sebagai mudharib menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.

---

<sup>51</sup> Fatwa No. 02/DSN-MUI/IV/2000

6) Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.

b. Produk atau Akad Tabungan *Wadi'ah*

Tabungan *wadi'ah* adalah tabungan yang operasionalnya berdasarkan akad *wadi'ah*. Berbeda dengan tabungan *mudharabah* yang bersifat investasi, tabungan *wadi'ah* bersifat titipan. Dalam produk tabungan dengan prinsip *wadi'ah* ini, pemilik dana bertindak sebagai pihak yang penitip (*muwaddi'*), sedangkan bank syariah bertindak sebagai pihak yang menerima titipan (*mustauda'*). Kemudian, bank syariah memperoleh izin dari nasabah untuk menggunakan dana tersebut selama penitipan berlangsung. Nasabah dapat menarik sebagian atau seluruh saldo simpanannya sewaktu-waktu atau sesuai dengan perjanjian. Bank syariah menjamin pembayaran kembali simpanan tersebut. semua keuntungan atas pemanfaatan dana tersebut adalah milik bank. Namun, bank syariah dapat memberikan imbalan keuntungan yang berasal dari sebagian keuntungan bank syariah yang bersangkutan.<sup>52</sup>

Menurut Fatwa (No. 02/DSN-MUI/IV/2000) menetapkan mengenai ketentuan umum Tabungan berdasarkan akad *Wadi'ah*:<sup>53</sup>

- 1) Bersifat simpanan.
- 2) Simpanan bisa diambil kapan saja (*on call*) atau berdasarkan kesepakatan.

---

<sup>52</sup>Rachmadi Usman, *Produk dan Akad Perbankan Syariah di Indonesia (Implementasi dan Aspek Hukum)*, (Bandung: PT Citra Aditya Bankti, 2009), hal. 159

<sup>53</sup>Fatwa No. 02/DSN-MUI/IV/2000



- 3) Tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian ('*ahaya*) yang bersifat sukarela dari pihak bank.

## 5. Hubungan Pengetahuan Produk dengan Minat Menabung

Pengetahuan merupakan hal yang cukup penting dalam pengambilan keputusan sebelum melakukan pembelian. Pengetahuan yang dimiliki terkait dengan bank syariah tentunya dapat mempengaruhi daya tarik nasabah. Pengetahuan dan juga minat merupakan suatu komponen yang saling terikat. Adanya pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah mengenai produk bank syariah dapat menarik minat nasabah dalam melakukan pembelian, begitupun juga sebaliknya apabila seorang nasabah kurang memiliki pengetahuan mengenai bank syariah maka kemungkinan yang akan terjadi adalah kurangnya daya tarik ataupun minat dalam menggunakan bank syariah tersebut.

### D. Minat Menabung

#### 1. Pengertian Minat Menabung

Minat merupakan keadaan dimana seseorang melakukan suatu kegiatan dengan perasaan yang senang sehingga tidak adanya tekanan maupun paksaan dari orang lain dan cenderung melakukan kegiatan tersebut dengan kemauannya sendiri.<sup>54</sup>

Menurut Sumardi Suryabrata definisi minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau suatu aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu

---

<sup>54</sup>Carlos Kambuaya, "Pengaruh Motivasi, Minat, Kedisiplinan Dan Adaptasi Diri Terhadap Prestasi Belajar Siswa Peserta Program Afiriasi Pendidikan Menengah Asal Papua Barat Di Kota Bandung", *Social Work Jurnal*, Vol 5, No. 2, 2015, hal. 160

hubungan antara diri sendiri dengan suatu hal yang diluar dirinya. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar minatnya. Minat dapat diartikan sebagai kecenderungan yang tinggi terhadap sesuatu, tertarik perhatian, gairah dan keinginan. Pendapat lain tentang pengertian minat yaitu yang diungkapkan oleh T. Albertus, suatu soal maupun situasi yang mengandung sangkut paut dnegan dirinya.<sup>55</sup>

Oleh karena itu, minat merupakan aspek psikis yang dimiliki oleh seseorang yang menimbulkan rasa suka atau tertarik terhadap sesuatu dan mampu mempengaruhi tindakan orang tersebut. Minat mempunyai hubungan yang erat dengan dorongan dari dalam individu yang kemudian menimbulkan keinginan untuk berpartisipasi atau terlibat pada suatu yang diminatinya. Seseorang yang berminat pada suatu objek maka akan cenderung merasa senang bila berkecimpung di dalam objek tersebut sehingga cenderung akan memperlihatkan perhatian yang besar terhadap objek. Perhatian yang diberikan tersebut dapat diwujudkan dengan rasa ingin tahun dan mempelajari objek tersebut.

Ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu dorongan dari dalam, motif sosial, dan faktor emosional atau perasaan. Faktor dorongan dari dalam artinya mengarah pada kebutuhan. Kebutuhan yang muncul dari dalam individu, merupakan faktor yang berhubungan dengan kebutuhan fisik, motif, mempertahankan diri dari rasa lapar, rasa takut, rasa sakit, juga dorongan ingin tahu membangkitkan minat untuk

---

<sup>55</sup>Fahmi Gunawan, *Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum, dan Ekonomi*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hal. 4

mengadakan penelitian dan sebagainya. 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. Faktor emosional atau perasaan artinya minat yang erat hubungannya dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam beraktivitas yang di dorong oleh minat yang sudah ada, sebaiknya kegagalan akan mengurangi minat individu tersebut.<sup>56</sup>

KBBI menjelaskan terkait pengertian dari Menabung yaitu kegiatan seseorang menyimpan uang yang dimiliki dengan menggunakan celengan, disimpan di bank, maupun menggunakan media yang lain.<sup>57</sup> Menabung sangatlah penting karena dengan menabung kita dapat memenuhi kebutuhan yang mendesak dan juga belajar mengatur keuangan kita. Walaupun dengan menabung kita harus delay dalam mempergunakan uang kita, bukan berarti dengan menabung, kita tidak dapat membelinya. Justru melalui uang tabungan kita, kita bisa saja membeli barang yang sebelumnya tidak dapat dibeli dengan sisa pengeluaran kita.<sup>58</sup>

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian minat menabung merupakan ketertarikan seseorang untuk melakukan kegiatan atau aktivitas yaitu menabung, dimana rasa tersebut timbul dari dalam

---

<sup>56</sup>Fahmi Gunawan, *Senarai Penelitian Pendidikan ....*, hal. 5

<sup>57</sup>Arti Menabung", tersedia di: Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/menabung>, diakses pada Minggu 17 Januari 2021

<sup>58</sup>Anthony Hoetama dan Michael Jonathan, *Panduan Memiliki Pendapatan dari Tabungan*, (Surabaya: CV Garuda Mas Sejahtera, 2017), hal. 7

dirinya sendiri dan tanpa adanya paksaan dari orang lain, sehingga rasa tertarik tersebut dapat menimbulkan adanya daya tarik dan keinginan untuk menabung.

## 2. Komponen Minat Menabung

Menurut Mowen dalam Oliver menjelaskan mengenai pengertian minat beli konsumen yaitu suatu persepsi yang diperoleh dari adanya proses pemahaman ataupun pembelajaran, suatu pemikiran yang pada akhirnya dapat berpengaruh terhadap suatu pembelian.<sup>59</sup>

Tabungan terdiri dari tiga komponen yaitu untuk menambah kekayaan, yang akan diwariskan pada ahli waris, untuk berjaga-jaga menghadapi ketidakpastian di masa depan, dan untuk konsumsi yang ditunda. Minat menabung didorong oleh kepuasan (*utility*) yang diperoleh dari tiga komponen diatas.<sup>60</sup>

## 3. Indikator Minat Menabung

Minat menabung dapat dilihat dari adanya berbagai ukuran tentang dimensi, menurut Priansa ada beberapa dimensi mengenai minat menabung yaitu: (1) Minat dalam Bertransaksi, (2) Minat Referensial, (3) Minat Preferensial, (4) Minat Eksploratif.<sup>61</sup>

---

<sup>59</sup>Roni Andespa, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah*, Jurnal Lembaga keuangan dan Perbankan, Vol. 2, No. 1, 2017, hal. 44

<sup>60</sup>M. Umar Burhan, *Perilaku Rumah Tangga Muslim dalam Menabung, Berinvestasi, dan Menyusun Portofolio Kekayaan*, (Malang: UB Press, 2012), hal. 50

<sup>61</sup>Hadiyati Fitria dan Endang Ahmad Yani, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Ekonomi Islam (Studi Kasus: STEI SEBI)*, Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, Vol. 2, No. 1, 2014, hal. 106

Menurut Crow and Crow dalam bukunya Abdul Rahman Saleh berpendapat bahwa ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu:<sup>62</sup>

a) Faktor dari dalam diri individu

Misalnya dorongan untuk makan, ingin tahu sesuatu. Dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencapai penghasilan, minat terhadap produksi makanan, dan lain-lain. dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu, melakukan penelitian dan lain-lain.

b) Motif sosial

Dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas. Misalnya minat terhadap pakaian timbul karena ingin mendapat persetujuan atau penerimaan dan perhatian dari orang lain. Minat untuk belajar timbul karena ingin mendapat penghargaan dari masyarakat.

c) Faktor emosional

Minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas yang dilakukannya, maka akan timbul rasa senang dan hal tersebut akan memperkuat rasa minat terhadap aktivitas tersebut, sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan minat terhadap hal tersebut.

---

<sup>62</sup>Abdul Rahman Shaleh dan Ubbid Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hal. 264

Menurut Sukmadinata, ada 4 faktor yang dapat mempengaruhi minat seseorang, yaitu:<sup>63</sup>

- 1) Pengetahuan
- 2) Pengalaman
- 3) Informasi
- 4) Dorongan dari dalam

Beberapa kondisi yang dapat mempengaruhi minat individu sebagai berikut:<sup>64</sup>

- 1) Faktor Sosial - Ekonomi

Kondisi ini merupakan faktor yang akan dilihat oleh seseorang untuk menentukan suatu pilihan.

- 2) Tempat Tinggal

Tempat dimana seseorang tinggal yang banyak dipengaruhi oleh keinginan yang biasa mereka penuhi dalam kehidupan sebelumnya, apakah kebiasaan tersebut masih dapat dilakukan atau tidak.

- 3) Faktor Lingkungan

Lingkungan yang dimaksud ada 3 macam yaitu lingkungan kehidupan masyarakat, lingkungan kondisi sekolah dan lingkungan teman sebaya. Faktor-faktor tersebut akan memberikan pengaruh terhadap kehidupan pendidikan masing-masing individu.

---

<sup>63</sup>Fahmi Gunawan, dkk., *Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum dan Ekonomi di Sulawesi Tenggara*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hal. 5

<sup>64</sup>Hadiyati Fitria dan Endang Ahmad Yani, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat....*, hal. 106

## E. Bank Syariah

### 1. Pengertian Bank Syariah

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 1 tentang Perbankan Syariah:

- a. 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 meningkatkan taraf hidup rakyat.
- b. Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.<sup>65</sup>

Bank memiliki fungsi sebagai lembaga intermediasi keuangan dimana dalam kegiatannya berupa menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk pembiayaan.<sup>66</sup> Sedangkan definisi dari bank syariah adalah lembaga intermediasi keuangan yang melakukan kegiatan kerja berdasarkan dengan prinsip islam yang terbebas dari adanya unsur *riba*, *maysir*, dan *gharar* serta berprinsip sesuai dengan keadilan dan bank syariah tidak membiayai kegiatan usaha yang haram melainkan usaha yang halal.<sup>67</sup>

---

<sup>65</sup> Undang-Undang Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008

<sup>66</sup> Andrianto dan M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)*, (Surabaya: CV Penerbit Qiara Media, 2019), hal. 23

<sup>67</sup> Ascarya dan Diana Yumanita, *Bank Syariah: Gambaran Umum*, (Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan, 2005), hal. 4

Ada beberapa pakar yang memiliki pendapat mengenai definisi bank syariah, yaitu: <sup>68</sup>

- a. Menurut Sudarsono, menjelaskan terkait bank syariah yaitu lembaga keuangan milik negara yang dalam kegiatannya memberikan pembiayaan maupun jasa yang lain dalam lalu lintas pembayaran dengan menganut prinsip syariah islam.
- b. Siamat Dahlam, menjelaskan bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan usahanya didasarkan pada prinsip syariah islam dengan pedoman Al-Qur'an dan Hadits.
- c. Sedangkan menurut Schaik, bank syariah merupakan bentuk bank modern yang kemudian berkembang pada abad pertengahan islam dimana bank ini menganut prinsip hukum islam dengan menerapkan konsep saling menanggung risiko dan menghilangkan sistem yang didasarkan pada kepastian dan keuntungan yang ditentukan sebelumnya.

## **2. Prinsip Dasar Bank Syariah**

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, perbankan syariah memiliki prinsip dasar yang harus dipatuhi. Hal ini dikarenakan bahwa perbankan syariah menjalankan kegiatan syariahnya harus dijalankan oleh beberapa unsur yang diikat dalam prinsip dasar. Unsur-unsur tersebut

---

<sup>68</sup>Andrianto dan M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah...*, hal 24-25



meliputi unsur kesesuaian dengan syariah islam dan unsur legalitas operasi lembaga keuangan.<sup>69</sup>

Bank syariah didirikan dengan tujuan untuk mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip Islam, syariah dan tradisinya ke dalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis lain yang terkait. Prinsip utama yang diikuti oleh bank islami itu adalah:<sup>70</sup>

- (a) Larangan riba dalam berbagai bentuk transaksi.
- (b) Melakukan kegiatan usaha dan perdagangan berdasarkan perolehan keuntungan yang sah.
- (c) Memberikan zakat.

Ada beberapa pendapat yang menjelaskan mengenai riba, namun secara umum terdapat benang merah yang menegaskan bahwa riba adalah pengambilan tambahan, baik dalam transaksi jual beli maupun pinjam-meminjam secara batil atau bertentangan dengan prinsip muamalah dalam islam.<sup>71</sup> Dalam prinsip bank syariah sendiri telah dijelaskan mengenai larangan riba dalam bentuk transaksi apapun, hal ini juga telah dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Ali Imran ayat 130:<sup>72</sup>

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

---

<sup>69</sup>Andrianto dan M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah...*, hal. 31

<sup>70</sup>Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Azkia Publisher, 2009), hal. 3

<sup>71</sup>Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah: dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hal. 37

<sup>72</sup>QS. Ali Imran Ayat 130

*Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan”. (QS. Ali Imran:130)*

### **3. Asas dan Fungsi Bank Syariah**

Lembaga keuangan islam di dalam operasionalnya harus mengikuti ketentuan yang berlaku di dalam ketentuan Al-Qur’an dan Hadits. Hal ini sesuai dengan hukum muamalah dimana semua diperbolehkan kecuali ada larangannya di dalam Al- Qur’an dan Hadits. Diantara lembaga keuangan islam adalah bank syariah, bank syariah dalam kegiatan operasionalnya memiliki asas dan fungsi. Asas perbankan syariah menurut UU No. 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berasaskan prinsip syariah, demokrasi ekonomi dan prinsip kehati-hatian.<sup>73</sup>

Dalam Undang-Undang nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, pasal 4 dijelaskan fungsi bank syariah sebagai berikut:<sup>74</sup>

1. Bank syariah dan UUS wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana dari masyarakat.
2. Bank syariah dan UUS dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga *baitul mal*, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah atau dana sosial lainnya dan menyalurkan kepada organisasi pengelola zakat.

---

<sup>73</sup>Ikit, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: Gava Media, 2008), hal. 17

<sup>74</sup>Wiroso, *Produk Perbankan Syariah*, (Jakarta: LPEE Usakti, 2009), hal. 77

3. Bank syariah dan UUS dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (*wakif*).
4. Pelaksanaan fungsi sosial sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan ayat (3) sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Menurut Antonio bank syariah memiliki beberapa fungsi diantaranya bank syariah sebagai manajemen investasi, sebagai *intermediary agent*, sebagai jasa keuangan dan sebagai jasa sosial.<sup>75</sup>

Berikut penjelasannya:

#### 1) Bank Syariah sebagai Manajemen Investasi

Sebagai manajemen investasi bank syariah memiliki peran untuk membantu masyarakat dalam melakukan kegiatan penyaluran dana dengan investasi yang halal. Dalam hal ini bank syariah menggunakan kontrak *mudharabah* (perwakilan). Bank syariah berperan sebagai manager investasi dari pemilik dana (*shahibul maal*) yang dihimpun dengan kontrak *mudharabah* atau lebih dikenal dalam istilah perbankan yaitu deposito, besar kecilnya bagi hasil yang akan diberikan kepada pemilik dana tergantung terhadap hasil usaha yang didapatkan bank syariah dalam pengelolaan dana tersebut.<sup>76</sup>

Menurut (Fatwa No.115/DSN-MUI/IX/2017) menjelaskan terkait dengan akad *mudharabah* yaitu akad kerja sama suatu usaha antara pemilik modal (*malik/shahib al-mal*) yang menyediakan

---

<sup>75</sup>Fetria Eka Yudiana, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2014), hal. 3

<sup>76</sup>Wiroso, *Produk Perbankan Syariah*, (Jakarta: LPEE Usakti, 2009), hal. 78

seluruh modal dengan pengelola (*'amil mudharib*) dan keuntungan usaha dibagi diantara mereka sesuai nisbah yang disepakati dalam akad.<sup>77</sup>

## 2) Bank syariah sebagai *Intermediary Agent*

Menurut pasal 4 UU Perbankan Syariah No.21 tahun 2008 bank syariah wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat. Bank syariah akan menginvestasikan dana yang dihimpun dari masyarakat pada dunia usaha baik itu sebagai dana modal maupun sebagai dana rekening investasi, dengan menggunakan alat-alat investasi yang sesuai dengan syariah islam.<sup>78</sup>

## 3) Bank Syariah sebagai Jasa Keuangan

Fungsi bank syariah disamping menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat, bank syariah memberikan pelayanan jasa perbankan kepada nasabahnya. Pelayanan jasa bank syariah ini diberikan daam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya.<sup>79</sup> Bank syariah juga dapat menawarkan beberapa jasa keuangan dan mendapatkan upah atau *fee* dalam sebuah kontrak perwakilan atau penyewaan. Beberapa contoh produk bank syariah dalam menjalankan fungsi jasa yaitu seperti garansi, transfer kawat, L/C dan sebagainya.<sup>80</sup>

## 4) Bank Syariah sebagai Jasa Sosial

---

<sup>77</sup>Fatwa No.115/DSN-MUI/IX/2017

<sup>78</sup>Fetria Eka Yudiana, *Manajemen Pembiayaan...*, hal. 4.

<sup>79</sup>Andrianto dan M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah...*, hal. 30

<sup>80</sup>Fetria Eka Yudiana, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2014), hal. 4

Menurut pasal 4 UU Perbankan Syariah no. 21 tahun 2008 fungsi sosial bank syariah dalam bentuk lembaga baitul mal, yang menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat. Konsep perbankan syariah mengharuskan bank islam melaksanakan fungsi jasa sosial yaitu bisa melalui dana *Qardh* pinjaman kebaikan, zakat atau dana sosial yang sesuai dengan ajaran islam.<sup>81</sup>

#### **4. Tujuan Bank Syariah**

Bank syariah memiliki tujuan yang telah diatur dalam Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 pasal 3, dimana dalam undang-undang ini dijelaskan bahwa bank syariah memiliki tujuan sebagai lembaga keuangan yang menunjang pelaksanaan pembangunan nasional untuk meningkatkan kebersamaan, keadilan dan kesejahteraan sosial masyarakat.<sup>82</sup>

Tujuan perbankan syariah ini identik dengan sistem ekonomi islam. Sistem ekonomi islam merupakan sistem yang adil dan saksama serta berupaya menjamin kekayaan tidak terkumpul hanya pada satu kelompok saja, tetapi tersebar kepada seluruh masyarakat.<sup>83</sup>

#### **5. Jenis-jenis Bank Syariah**

Di Indonesia, regulasi mengenai bank syariah tertuang dalam UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. bank syariah bank yang

---

<sup>81</sup>Fetria Eka Yudiana, *Manajemen Pembiayaan ....*, hal. 5

<sup>82</sup>Ibid., hal. 7

<sup>83</sup>A. Wangsawidjaja Z., *Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), hal. 33

menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).<sup>84</sup>

- 1) Bank Umum Syariah (BUS) adalah bank umum syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BUS dapat bekerja sebagai bank devisa dan nondevisa.
- 2) Unit Usaha Syariah (UUS) adalah unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan dengan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan unit syariah.
- 3) Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bentuk hukum BPRS perseroan terbatas.

#### **F. Kajian Penelitian Terdahulu**

Penelitian ini difokuskan pada penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebelumnya. Dari penelitian ini hasilnya akan digunakan sebagai latar belakang serta untuk membandingkan dalam melakukan analisis variabel-variabel yang berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.

---

<sup>84</sup>Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2018), hal. 58-60

Rif'at Maulidi<sup>85</sup>, melakukan studi penelitian dengan judul Pengaruh Pengetahuan, Religusitas, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Siswa SMA Negeri 1 Ambarawa) menunjukkan bahwa Pengetahuan, Religusitas, dan Lingkungan Sosial secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah pada siswa SMAN 1 Ambarawa. Perbedaan penelitian ini adalah terletak pada variabel bebas dimana saya menggunakan variabel tingkat pendapatan dan pada objek yang diteliti. Persamaan penelitian ini adalah terletak pada variabel X yaitu pengetahuan dan lingkungan sosial.

Fifin Zuriatul Casvi<sup>86</sup>, melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Pengetahuan, Lingkungan Sosial, dan Lokasi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Santri di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Rudlatul Qur'an Mangkang Kulon, Tugu, Semarang) pada penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung santri di bank syariah, sementara lingkungan sosial menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung santri di bank syariah dan lokasi bank syariah menunjukkan pengaruh yang negatif terhadap minat menabung santri di bank syariah. Perbedaan antara penelitian saya dengan penelitian ini adalah terletak pada

---

<sup>85</sup>Rif'at Maulidi, *Pengaruh Pengetahuan, Religusitas, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Siswa SMA Negeri 1 Ambarawa)*, (Salatiga: Skripsi tidak Diterbitkan, 2018)

<sup>86</sup>Fifin Zuriatul Casvi, *Pengaruh Pengetahuan, Lingkungan Sosial, dan Lokasi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Santri di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Rudlatul Qur'an Mangkang Kulon, Tugu, Semarang)*, (Semarang: Skripsi tidak Diterbitkan, 2019)

variabel X dimana saya menggunakan variabel tingkat pendapatan dan pada objek yang diteliti. Sedangkan persamaan dengan penelitian terletak pada variabel X yaitu pengetahuan dan lingkungan sosial.

Dalam penelitian Riski Utama<sup>87</sup> yang berjudul Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional terhadap Keputusan Nasabah Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam Memilih Produk Tabungan Lembaga Keuangan Syariah menunjukkan hasil dari uji t variabel bahwa faktor emosional dan faktor rasional secara parsial dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Dan untuk hasil dari uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa faktor emosional lebih dominan dibandingkan dengan faktor rasional dalam mempengaruhi keputusan nasabah mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya memilih produk tabungan di lembaga keuangan syariah. Persamaan dengan penelitian yang saya lakukan adalah terletak pada Variabel X yaitu faktor emosional. Sedangkan perbedaan dengan penelitian yang saya lakukan adalah untuk variabel Y yaitu Keputusan Nasabah sedangkan penelitian yang saya lakukan variabel Y yaitu minat mahasiswa menabung.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yora Melanda<sup>88</sup> dengan judul penelitian Pengaruh Kedekatan Emosional dan *Atmosphere* terhadap Loyalitas Nasabah BRI Link menunjukkan bahwa kedekatan emosional dan *atmosphere* secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas nasabah. Persamaan penelitian yaitu pada variabel X kedekatan emosional, sedangkan perbedaan yaitu pada

---

<sup>87</sup>Riski Utama, *Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional terhadap Keputusan Nasabah Mahasiswa UIN Sunan Amel Surabaya dalam Memilih Produk Tabungan Lembaga Keuangan Syariah*, (Surabaya: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2019)

<sup>88</sup>Yora Melanda, *Pengaruh Kedekatan Emosional dan Atmosphere terhadap Loyalitas Nasabah BRI Link*, (Bengkulu: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2019)



variabel Y pada penelitian saya menggunakan minat mahasiswa menabung sedangkan pada penelitian ini menggunakan loyalitas nasabah BRI Link.

Nugrahainy Siti Nurafifah<sup>89</sup>, dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Pendapatan Mahasiswa dan Pengetahuan Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa FTIK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta) hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pendapatan siswa mempunyai pengaruh negatif terhadap minat menabung di bank syariah, sedangkan variabel pengetahuan tentang bank syariah memberikan pengaruh yang positif terhadap minat nasabah menabung di bank syariah. Perbedaan antara penelitian yang saya lakukan dengan penelitian ini terletak pada variabel X yaitu pada penelitian saya menambahkan variabel lingkungan sosial serta perbedaan terletak pada objek penelitian. Persamaan dengan penelitian yang saya lakukan adalah terletak pada variabel X yaitu pendapatan mahasiswa dan pengetahuan tentang bank syariah.

Dyah Ayu Kartikasari<sup>90</sup> dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Faktor Emosional dan Faktor Rasional terhadap Keputusan Memilih Produk dan Jasa Perbankan Syariah di Tulungagung (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung) menunjukkan bahwa faktor emosional dan faktor rasional secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan memilih produk dan jasa perbankan

---

<sup>89</sup>Nugrahainy Siti Nurafifah, *Pengaruh Pendapatan Mahasiswa dan Pengetahuan Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa FTIK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)*, (Jakarta: Skripsi tidak Diterbitkan 2020)

<sup>90</sup>Dyah Ayu Kartikasari, *Faktor Emosional dan Faktor Rasional terhadap Keputusan Memilih Produk dan Jasa Perbankan Syariah di Tulungagung (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung)*, (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017)

syariah di Tulungagung. Persamaan penelitian yaitu terletak pada variabel X1 yaitu faktor emosional dan perbedaan penelitian terletak pada variabel Y (keputusan memilih produk dan jasa perbankan syariah di Tulungagung) sedangkan penelitian saya variabel Y (Minat mahasiswa menabung di bank syariah).

Sayyidatul Maghfiroh<sup>91</sup>, dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Santri Pesantren Mahasiswa Darush Shalihat, dalam penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah, sedangkan variabel pendapatan menunjukkan pengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah, dan lingkungan sosial berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Selain itu ketiga variabel X tersebut memiliki pengaruh positif terhadap variabel Y. Perbedaan antara penelitian yang saya lakukan yaitu terletak pada variabel X dimana saya menambahkan variabel pengetahuan produk dan terletak pada objek yang diteliti. Persamaan penelitian dengan yang saya lakukan yaitu terletak pada variabel X yaitu pendapatan dan lingkungan sosial.

Khoirun Nisa<sup>92</sup>, dalam penelitian yang berjudul Analisis Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Religiusitas Mahasiswa Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat

---

<sup>91</sup>Sayyidatul Maghfiroh, *Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Santri Pesantren Mahasiswa Darush Shalihat*, (Yogyakarta: Skripsi tidak Diterbitkan, 2018)

<sup>92</sup>Khoirun Nisa, *Analisis Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Religiusitas Mahasiswa terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*, (Lampung: Skripsi tidak Diterbitkan, 2018)

pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa jurusan perbankan syariah di bank syariah. sedangkan religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa jurusan perbankan syariah di bank syariah dengan menunjukkan hasil dari t test  $(-0,194) < t \text{ tabel } (1,98793)$ . Dan hasil dari tingkat pendapatan dan tingkat religiusitas keduanya diuji secara bersama yang menunjukkan bahwa keduanya tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan terletak pada variabel (X) yaitu pada penelitian ini menggunakan religiusitas sedangkan pada penelitian saya menggunakan variabel lingkungan sosial dan pengetahuan produk. Sedangkan persamaan dari penelitian yaitu terletak pada variabel (X1) tingkat pendapatan dan variabel (Y) minat menabung di bank syariah.

Penelitian oleh Uniyanti<sup>93</sup>, dalam judul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah. Hasil dari penelitian tersebut bahwa religiusitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah. variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung. Variabel informasi produk bank syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung. Dari variabel tersebut dapat disimpulkan bahwa antara variabel pendapatan dan informasi produk bank syariah yang paling memiliki pengaruh besar adalah variabel pendapatan. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan terletak pada variabel (X)

---

<sup>93</sup>Uniyanti, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah*, (Makasar: Skripsi tidak Diterbitkan, 2018)

yaitu religiusitas dimana pada penelitian yang saya lakukan menggunakan variabel lingkungan sosial, tingkat pendapatan dan pengetahuan produk. Sedangkan persamaan dengan penelitian yang saya lakukan terletak pada variabel (Y) yaitu minat nasabah menabung di bank syariah.

Menurut Oriesta Dhea Budi Utamy<sup>94</sup> dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Pengetahuan Bank Syariah, Promosi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Menabung sebagai Variabel Intervening. Dalam variabel tersebut memperoleh hasil kesimpulan yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel pengetahuan bank syariah, promosi, fasilitas, dan minat menabung terhadap keputusan menabung di bank syariah pada mahasiswa perbankan syariah FEBI IAIN Purwokerto tahun angkatan 2016-2017. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel pengetahuan bank syariah, promosi, fasilitas, dan minat menabung terhadap minat menabung di bank syariah pada mahasiswa perbankan syariah FEBI IAIN Purwokerto tahun angkatan 2016-2017. Kemudian untuk hasil dari koefisien regresi menunjukkan bahwa minat menabung memiliki pengaruh yang paling besar terhadap keputusan menabung di bank syariah. Perbedaan penelitian yaitu terletak pada variabel (X) promosi dan fasilitas sedangkan variabel pada penelitian saya yaitu lingkungan sosial dan tingkat pendapatan, selain itu pada variabel (Y) dimana pada penelitian ini menggunakan variabel minat menabung sebagai variabel

---

<sup>94</sup>Oriesta Dhea Budi Utamy, *Pengaruh Pengetahuan Bank Syariah, Promosi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Menabung sebagai Variabel Intervening*, (Semarang: Skripsi tidak Diterbitkan, 2019)

intervening. Persamaan dalam penelitian ini terletak pada variabel pengetahuan bank syariah dan minat menabung.

### **G. Kerangka Konseptual**

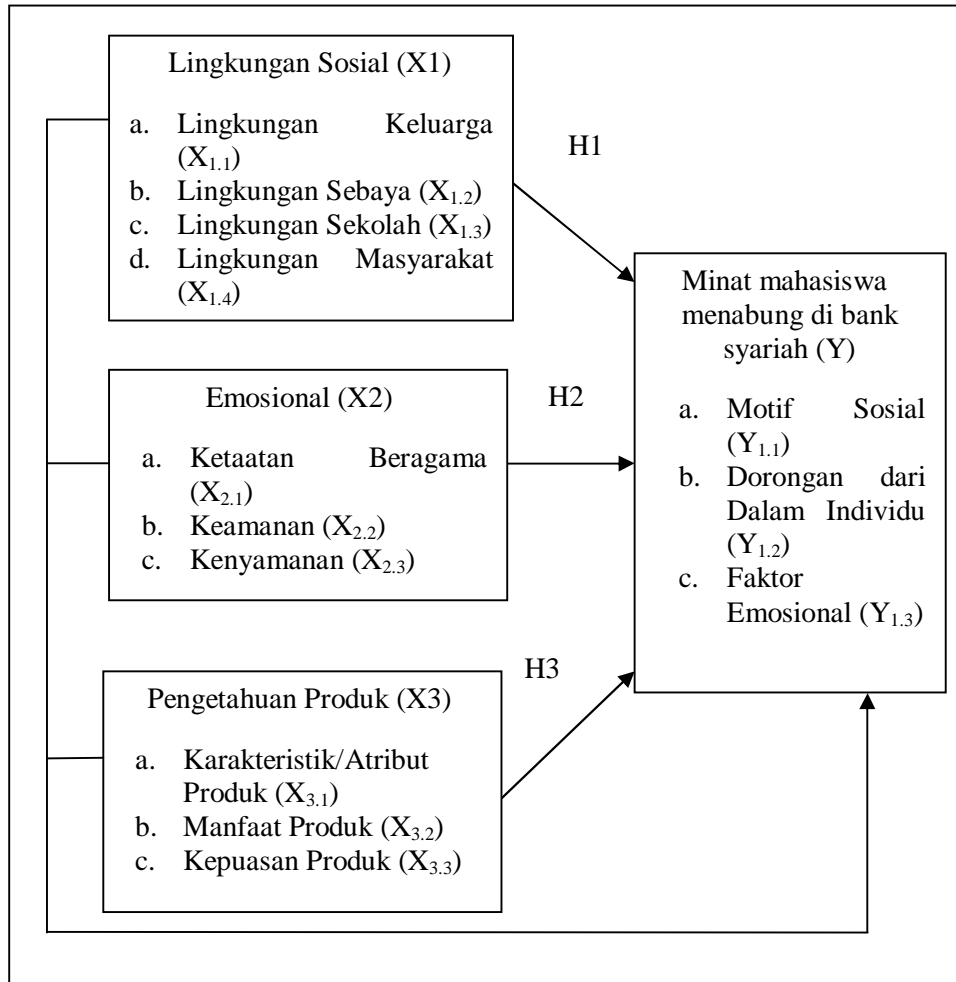
Uma Sekaran dalam bukunya *Business Research* menjelaskan bahwa, kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.<sup>95</sup>

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lingkungan sosial, emosional dan pengetahuan produk terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung). Adapun kerangka konseptual penelitian disajikan pada gambar 2.1 berikut.

---

<sup>95</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hal. 60

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual**



Berdasarkan gambar kerangka konseptual 2.1 diatas maka diperoleh bahwa terdapat tiga variabel bebas yaitu: (X1) Lingkungan Sosial, (X2) Emosional, dan (X3) Pengetahuan Produk. Sedangkan variabel terikatnya yaitu Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah (Y1).

## H. Hipotesis Penelitian

Perumusan hipotesis penelitian merupakan langkah ketiga dalam penelitian, setelah peneliti mengemukakan landasan teori dan kerangka

berpikir.<sup>96</sup> Hipotesis penelitian berupa sebuah dugaan dari adanya masalah yang ditemukan dalam suatu penelitian yang secara teoritis dianggap penting.

Berikut merupakan hipotesis penelitian, yaitu:

1.  $H_0$  = Diduga secara parsial tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara lingkungan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah studi kasus mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung

$H_1$  = Diduga secara parsial terdapat pengaruh secara signifikan antara lingkungan sosial terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah studi kasus mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung.

2.  $H_0$  = Diduga secara parsial tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara emosional terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah studi kasus mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung.

$H_1$  = Diduga secara parsial terdapat pengaruh secara signifikan antara emosional terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah studi kasus mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung.

3.  $H_0$  = Diduga secara parsial tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara pengetahuan produk terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah studi kasus mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung.

$H_1$  = Diduga secara parsial terdapat pengaruh secara signifikan antara pengetahuan produk terhadap minat mahasiswa menabung di bank

---

<sup>96</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hal. 63

syariah studi kasus mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung.

4.  $H_0$  = Diduga secara parsial tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara lingkungan sosial, emosional dan pengetahuan produk terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah studi kasus mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung.

$H_1$  = Diduga secara parsial terdapat pengaruh secara signifikan antara lingkungan sosial, emosional dan pengetahuan produk terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah studi kasus mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung.

## **I. Gambaran Umum dan Objek Penelitian**

### **1. Sejarah IAIN Tulungagung**

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) merupakan pengembangan dan peningkatan serta oemantapan status kelembagaan dari Sekolah Tinggi Islam Negeri (STAIN), dimana STAIN juga merupakan pengembangan peningkatan status dari Fakultas cabang IAIN Sunan Ampel yang berada di luar induknya, yang tersebar di berbagai daerah, menjadi perguruan tinggi yang mandiri. Dengan status kemandiriannya IAIN Tulungagung diharapkan akan mempunyai peran yang semakin penting dan mantap dalam meningkatkan kecerdasan, harkat dan martabat bangsa, dengan menghasilkan tenaga ahli/sarjana Islam yang memiliki wawasan yang luas dan terbuka, kemampuan berfikir integrative dan perspektif dan memiliki



kemampuan manjerial dan profesionalisme sesuai dengan tuntutan kebutuhan masyarakat dalam era globalisasi saat ini.<sup>97</sup>

Sebagai upaya pemerintah untuk mengembangkan lembaga pendidikan tinggi Islam, khususnya yang berstatus Fakultas daerah (cabang), maka diterbitkan Surat Kpeutusan Presiden (Kepres) Nomor 11 Tahun 1997 tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri dan Keputusan Menteri Agama RI No. 315 Tahun 1997 tentang Organisasi dan Tata Kerja STAIN Tulungagung, Keputusan Dirjen Binbaga Islam Nomor: A/136/1997 tentang alih status dari Fakultas daerah menjadi STAIN dan Persetujuan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara (PAN) No.8.589/I/1997 tentang pendirian STAIN, yang telah merubah status semua fakultas cabang yang berada di bawah IAIN di seluruh Indonesia menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN), termasuk Fakultas Tarbiyah di Tulungagung yang semula bagian dari Fakultas cabang IAIN Sunan Ampel.<sup>98</sup>

Perubahan bentuk dari Fakultas Tarbiyah Tulungagung IAIN Sunan Ampel, menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Tulungagung memberikan otonomi yang besar untuk mengembangkan dirim baik dalam pengembangan akademik, manajemen maupun administrasinya, dibandingkan dengan yang dimilikinya semula, berdasarkan otonomi itu, melihat kebutuhan masyarakat akan sarjana

---

<sup>97</sup>Tim Penyusun Buku Pedoman Penyelenggaraan Pendidikan, *Pedoman Penyelenggaraan Pendidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam* Tahun Akademik 2017/2018, (Tulungagung: IAIN Tulungagung Press, 2018), hal. 1

<sup>98</sup>Ibid., hal. 5

agama Islam, maka STAIN Tulungagung membuka beberapa jurusan dan program studi baru, melakukan penyempurnaan kurikulum dan perubahan serta pembaruan berbagai aspek.<sup>99</sup>

Seiring perkembangan dan ketersediaan sarana, prasarana, sumber daya dan perkembangan jumlah mahasiswa yang sangat signifikan, maka sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Tulungagung berusaha meningkatkan status kelembagaannya menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) dan akhirnya pengajuan peningkatan status kelembagaan tersebut disetujui secara resmi oleh Presiden RI yang ditetapkan dalam Peraturan Presiden RI Nomor 50 tahun 2013 dan dikuatkan dengan Peraturan Menteri Agama RI Nomor: 90 Tahun 2013.<sup>100</sup>

Adapun struktur organisasi IAIN Tulungagung disajikan pada tabel 2.1 berikut.

**Tabel 2.1**  
**Struktur Organisasi**  
**Institut Agama Islam Negeri Tulungagung**  
**Periode 2018-2022**

Jabatan	Nama
Rektor IAIN Tulungagung	Prof. Dr. Maftukhin, M.Ag.
Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga	Dr. H. Abd. Aziz, M.Pd.
Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan	Dr. H. M. Saifudin Zuhri, M.Ag.
Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama	Dr. H. Abad Bdruzzaman, Lc., M.Ag.
KaBiro. AUAK	Drs. Samsi, M.M.
Kabag. Perencanaan dan Keuangan	Isno, S.Kom, M.M.
Kabag. Umum	Imam Mutolib, S.Ag., M.M.
Kabag. Akademik	Muhamad Asrori, S.A., M.M
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan	Dr. Hj. Binti Maunah, M.Pd.I.

<sup>99</sup>Ibid., hal. 6

<sup>100</sup>Ibid., hal. 7

<b>Jabatan</b>	<b>Nama</b>
Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum	Dr. H. Ahmad Muhtadi Anshor, M.Ag.
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah	Dr. H. Akhmad Rizqon Khamami, Lc., M.A.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Dr. H. Dede Nurrohman, M.Ag.
Direktur Pascasarjana	Prof. Dr. H. Akhyak, M.Ag.

Sumber: Struktur Organisasi-IAIN Tulungagung [www.iain-tulungagung.ac.id](http://www.iain-tulungagung.ac.id)

## **2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Insitut Agama Islam Negeri Tulungagung (FEBI IAIN) sebenarnya tidak lepas dari cikal akal perjalanan panjang sejarah kelembagaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung berdiri berawal dari Sekolah Persiapan (SP) Singoleksono, kemudian berturut-turut mengalami perubahan dan perkembangan menjadai Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel Tulungagung, Seklah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Tulungagung dan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung. Oleh karena itu, untuk meruntut sejarahh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung dengan sendirinya tidak mungkin menafikan perjalanan sejarah masing-masing dari keempat kelembagaan tersebut yang paparan berikutnya akan dipilah menjadi empat periode kelembagaan, yaitu:

1. Pertama, periode Sekolah Persiapan (SP) IAI Singoleksono.
2. Kedua, periode Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel Tulungagung.
3. Ketiga, periode Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Tulungagung.
4. Keempat, periode Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

Seiring dengan perkembangan dan ketersediaan sarana, prasarana, SDM dan peningkatan jumlah mahasiswa, maka Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Tulungagung ditingkatkan alih status kelembagaannya menjadi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Alih status ini ditetapkan dengan Peraturan Presiden RI Nomor 50 Tahun 2013 pada tanggal 6 Agustus 2013 pada tanggal 6 Agustus 2013 tentang Alih status Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Tulungagung menjadi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, dan dikuatkan dengan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 90 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Peresmian IAIN Tulungagung dilakukan pada tanggal 27 Desember 2013 oleh Menteri Agama RI Suryadharma Ali, M.Sc. Pada saat itu sekaligus dilakukan pelantikan Rektor Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, yaitu Dr. Maftukhin, M.Ag. untuk periode 2013-2017.<sup>101</sup>

Pada tahun akademik 2017/2018, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mengelola 6 (enam) program studi, yaitu:

1. Perbankan Syariah (PS), jenjang S-1 dengan gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
2. Ekonomi Syariah (ES), jenjang S-1 dengan gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
3. Akuntansi Syariah (ASY), jenjang S-1 dengan gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

---

<sup>101</sup>Ibid., hal. 31

4. Manajemen Zakat dan Wakaf (MAZAWA), jenjang S-1 dengan gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
5. Manajemen Bisnis Syariah (MBS), jenjang S-1 dengan gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
6. Manajemen Keuangan Syariah (MKS), jenjang S-1 dengan gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

### **3. Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

#### **a. Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

Terwujudnya fakultas yang mampu bersaing ditingkat nasional dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam berbasis ekonomi kreatif pada tahun 2019.

#### **b. Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

- 1) Menyelenggarakan pendidikan ilmu ekonomi dan bisnis Islam secara teoritik dan praktik
- 2) Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang mampu menjawab problem ekonomi masyarakat.
- 3) Menyelenggarakan pengabdian masyarakat yang bertumpu pada pemberdayaan ekonomi masyarakat.
- 4) Menggali, mengembangkan dan menerapkan aspek-aspek ekonomi kreatif masyarakat.

- 5) Menjalin kerjasama dengan pihak luar dalam skala regional, nasional maupun internasional yang mengarah pada penguatan sumber daya.

**c. Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

- 1) Menghasilkan sarjana ekonomi dan bisnis Islam yang jujur, adil, berjiwa enterpreunership yang mampu menganalisis perkembangan ekonomi dan bisnis secara teoritik dan aplikatif sesuai kebutuhan masyarakat.
- 2) Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang dapat meningkatkan kualitas kehidupan ekonomi masyarakat.
- 3) Melakukan pengabdian kepada masyarakat melalui penyuluhan, pendampingan dan pemberdayaan aktivitas ekonomi yang dilakukan masyarakat.
- 4) Menggali potensi ekonomi yang ada di masyarakat dengan membuka pelunag-peluang usaha yang dapat dikembangkan dengan sentuhan kreativitas yang dapat membuka pangsa pasar baru.
- 5) Menyelenggarakan tata kelola lembaga yang terkordinasi melaluo struktur organisasi yan jelas dan hirarkhis yang masing-masing bidang dapat bekerja sesuai tugas pokok dan fungsinya serta bertanggungjawab.

Adapun struktur organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung disajikan pada tabel 2.2 berikut.

**Tabel 2.2**  
**Stuktur Organisasi**  
**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**  
**IAIN Tulungagung 2020**

<b>Jabatan</b>	<b>Nama</b>
Dekan	Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag.
Wakil Dekan Bidang Akademik	Dr. H. Mashudi, M.Pd.I
Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan	Dr. Nur Aini Latifah, S.E., M.M.
Wakil Dekan Kemahasiswaan dan Alumni	Dr. Sutopo, M.Pd.
Ketua Jurusan Perbankan Syariah	Muhammad Aqim Adlan, S.Ag., S.Pd., M.E.I.
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah	Muhammad Aswad, M.A.
Ketua Jurusan Akuntansi Syariah	Dr. Qomarul Huda, M.Ag.
Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah	Nur Aziz Muslim, M.H.I
Ketua Jurusan Manajemen Keuangan Syariah	Hj. Amalia Nuril Hidayati, S.E., M.Sy.
Ketua Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf	Dyah Pravitasari, S.E., M.S.A.
Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah	Refki Rusyandi, M.Pd.I.
Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah	Suminto, M.Pd.I.
Sekretaris Jurusan Akuntansi Syariah	Dedi Suselo, M.M.
Sekretaris Jurusan Manajemen Bisnis Syariah	Nurul Fitri Ismayanti, M.E.I
Sekretaris Jurusan Manajemen Keuangan Syariah	Moh. Rois Abin, M.Pd.I
Sekretaris Jurusan Manajemen Zakat dan Wakaf	Ahmad Budiman, M.S.I.
Kabag TU Fakultas	Hj. Masrurroh Tri Handayani, S.Ag., M.Pd.
Kasubbag Administrasi dan Keuangan	Apriliyah, S.Kom, M.M.
Kasubbag Akademik Kemahasiswaan dan Alumni	Drs. H. Miftahul Huda
Kepala Laboraturium	Siswahyudianto, S.Pd.I., M.M.
Laboran	Nurhadi Syaifudin Zuhri, S.E.
Staf	Wahyu Nita Kurrotaa'yun Nuriski, S.E.
Staf	Azizul Hanifah Hadi, S.Kom.

<b>Jabatan</b>	<b>Nama</b>
Staf	Moch. Turmudi, S.Kom.

Sumber: Struktur Organisasi-Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam-IAIN Tulungagung [www.febi.iain-tulungagung.ac.id](http://www.febi.iain-tulungagung.ac.id)

#### **4. Jurusan Perbankan Syariah**

##### **a. Visi**

Terwujudnya pusat pengembangan keilmuan dan keahlian dalam menghasilkan sarjana Perbankan Syariah utamannya dalam bidang mikro finance yang berkualitas, professional dan mampu bersaing secara rasional pada tahun 2019 dengan berorientasi pada akhlak karimah.

##### **b. Misi**

- 1) Menyelenggarakan program pendidikan jenjang sarjana bidang Perbankan Syariah, mikro finance yang bermutu, actual, kontekstual dan aplikatif guna mempunyai daya saing dengan penekanan pada akhlak karimah.
- 2) Menyelenggarakan pendidikan dan pembelajaran yang berorientasi pada keahlian dan profesi industry dengan memperdalam praktik mini bank syariah, praktik pengalaman lapangan di Perbankan Syariah dan mikro finance.
- 3) Mengembangkan kemampuan melalui penguatan metodologi dan penelitian terapan yang kreatif, inovatif dan professional di bidang mikro dinance syariah guna membantu pengembangan industry Perbankan Syariah.



- 4) Mengantarkan mahasiswa untuk memiliki jiwa sosial dan kemasyarakatan dalam pengembangan Lembaga Keuangan Syariah melalui kuliah kerja nyata dengan menekankan pada aspek mikro finance masyarakat.
- 5) Bekerjasama, membina dan mengembangkan jaringan kerja sama yang saling menguntungkan dengan perbankan syariah, mikro finance, lembaga pemerintah dan non-pemerintah, baik di dalam maupun di luar negeri.

**c. Tujuan Umum**

Menghasilkan sarjana yang mampu memadukan dan mengembangkan nilai-nilai ekonomi syariah dengan perkembangan teori perbankan modern dan industri perbankan syariah guna menjawab tantangan perkembangan bisnis dan transaksi muamalah dengan tetap memegang prinsip keislaman, kemanusiaan dan kerakyatan.

**d. Tujuan Khusus**

- 1) Menghasilkan lulusan yang memiliki wawasan, pengetahuan, keterampilan dan berakhlak karimah dalam bidang perbankan syariah serta mikro finance.
- 2) Menghasilkan lulusan yang memiliki kemampuan praktik dalam keahliannya di bidang perbankan syariah dan mikro finance secara profesional.

- 3) Menghasilkan lulusan yang memiliki kemampuan metodologi dan penelitian terapan yang kreatif, inovatif dan professional di bidang mikro finance sebagai Sarjana Perbankan Syariah.
- 4) Menghasilkan lulusan yang memiliki jiwa sosial dan kemasyarakatan dalam pengembangan Lembaga Keuangan Syariah dengan bertanggung jawab pada aspek mikro finance di masyarakat.
- 5) Memiliki kerjasama jaringan yang saling menguntungkan dengan perbankan syariah, mikro finance, lembaga pemerintah dan non-pemerintah, baik di dalam maupun di luar negeri.

**e. Profil lulusan**

Profil utama lulusan Program Studi Perbankan Syariah adalah sebagai praktisi di lembaga-lembaga keuangan syariah, baik berjenis bank maupun non bank yang berkepribadian baik, memiliki integritas, berpengetahuan luas dan mutakhir di bidangnya, serta bertanggung jawab terhadap pelaksanaan tugas berlandaskan nilai-nilai universal yang menjunjung tinggi kesetaraan, keadilan dengan etika keislaman, keilmuan dan keahlian serta profesi.

**f. Profil Tambahan/Pendukung**

- 1) Konsultan Lembaga Keuangan Syariah (bank dan non bank)
- 2) Akademisi Lembaga Keuangan Syariah (bank dan non bank)
- 3) Peneliti di bidang Lembaga Keuangan Syariah (bank dan non bank)
- 4) Dewan Pengawas Lembaga Keuangan Syariah.