

**ANALISIS FAKTOR SOSIALISASI DAN EDUKASI
MASYARAKAT TENTANG BANK SYARIAH
TERHADAP MINAT MENABUNG DI BPRS
MUAMALAT HARKAT SUKARAJA**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

OLEH :

FEGA LIANDA PUTRI
NIM. 171 114 0039

**PROGAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
BENGKULU, 2021 M / 1443 H**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skrripsi yang ditulis oleh Fega Lianda Putri, NIM 1711140039
dengan judul “Analisis Faktor Sosialisasi Dan Edukasi Masyarakat
Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di BPRS
Muamalat Harkat Sukaraja”, Program Studi Perbankan Syariah
Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah
diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan
pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk
diujikan dalam sidang Munaqasyah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 18 Agustus 2021 M
09 Muharam 1443 H

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr.Hj. Fatimah Yunus, M.A

Yosy Arisandy, MM

NIP.196303192000032003

NIP.198508012014032001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu 38211
 Telepon (0736) 51276, 51172, 51172 Faksimili (0736) 51171-51172

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "**Analisis Faktor Sosialisasi dan Edukasi Masyarakat Terhadap Minat Menabung Di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja**", oleh Fega Lianda Putri NIM. 1711140039, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Kamis
 Tanggal : 26 Agustus 2021/ 17 Muharam 1443 H

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Perbankan Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Bengkulu, 02 September 2021 M
 24 Muharam 1443 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Eka Sri Wahyuni, S.E., MM

NIP. 197705092008012014

Penguji I

Eka Sri Wahyuni, S.E., MM

NIP. 197705092008012014

Sekretaris

Nonie Afranty, M.E

NIP. 199304242018012002

Penguji II

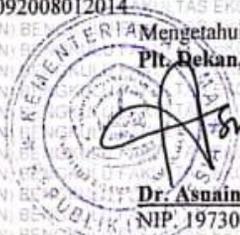
Yetti Afrida Indra, M.Ak

NIDN. 0214048401

Mengetahui
 Pht. Dekan,

Dr. Asnaini, MA

NIP. 197304121998032003



MOTTO

The sky does not need to explain that he is tall. Because people know you're good if you're good”.

“Sometimes life doesn't give you what you want, not because you don't deserve it, but because you deserve so much more”.

“Dunia ini ibarat bayangan. Jika kamu berusaha menggapainya, ia akan lari. Tetapi jika kamu membelakanginya, maka ia tak punya pilihan selain mengikutimu”. (Ibnu Qayyim *Al Jauziyyah*)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur atas anugerah yang diberikan Allah SWT dan salawat beserta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi teladan bagi umatnya, sehingga teukir senyuman bahagia atas kemenangan yang diraih dari perjalanan panjang yang begitu penuh dengan suka maupun duka. Dengan rasa suka cita serta terima kasih yang mendalam kupersembahkan kenangan terindah dengan keberhasilan ini kepada :

1. Kedua orang tuaku, ayahanda ku tercinta Surihan dan Ibundaku tersayang Feti Sunarti yang telah melahirkan, merawat, membesarkan, mendidik dan selalu memberikan kasih sayang tanpa batas yang tidak mungkin bisa aku balas, serta doa yang tidak pernah putus untukku, melalui kerja keras hingga meneteskan air mata dan keringat hanya untuk kesuksesanku dan tercapainya cita-citaku.
2. Kepada kedua adikku, Bella Dwi Agustin dan Ahmad Al Hadi yang selalu memberikan kasih sayang dan semangat. Semoga kita bisa menjadi anak yang membanggakan orang tua dan keluarga.
3. Ibu Yosy Arisandy, MM selaku Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing II yang telah memberikan nasihat, saran dan arahnya selama ini. Semoga Allah SWT membalas

kebaikan ibu serta selalu diberikan kesehatan dan selalu dalam lindungan-Nya

4. Ibu Dr. Hj. Fatimah Yunus, M.A selaku Dosen Pembimbing I yang selalu sabar membimbingku dengan memberikan arahan dan masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya. Semoga Allah SWT membalas kebaikan ibu serta selalu diberikan kesehatan dan selalu dalam lindungan-Nya.
5. Yang penulis kasihi dan sayangi, selalu memberi semangat, memotivasi, serta selalu ada untuk menemani Ilham Norisman, S.P.
6. Sahabatku yang amat sangat aku sayangi Titik Sulandari dan Jeni Citra Kresnesia terima kasih sudah menerima semua keluhan kesah selama pembuatan skripsi ini
7. Sahabat-Sahabatku Novita Sari, S.H, Delvi Robika Oktaviani, S.E, Herly Pebriantiara, Sapto Fiter, Gilang Ramadhan, Dede Sri Ramadhani, S.E, Ade Evi Agustina Hasibuan, S.M yang selalu memberiku semangat sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
8. Sahabat Secepetku Ayu Sutriana W, S.E, Erlita Intan Azhari, S.E , Epan Saputra, S.E, Ike Puspitasari, S.E terima kasih sudah memberikan support, menemani selama ini.
9. Teman-teman seperjuanganku lokal PBS B yang telah menjadi bagian dari cerita panjang ini selama kurang lebih 4 tahun

bersama dengan banyak rasa kekeluargaan dan kekompakan.
Semoga silaturahmi kita selalu terjalin.

10. Almamater Kebanggaanku yang menempahku dan menjadi saksi perjuanganku selama 4 tahun ini.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Fega Lianda Putri
NIM : 1711140039
Jurusan/Program Studi : Ekonomi Islam / Perbankan Syariah

Dengan ini saya menyatakan :

1. Skripsi dengan judul “Analisis Faktor Sosialisasi dan Edukasi Masyarakat Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja”, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 26 Agustus 2021 M

17 Muharam 1443 H

Mahasiswa yang menyatakan,



Fega Lianda Putri
NIM : 1711140039

ABSTRAK

Analisis Faktor Sosialisasi Dan Edukasi Masyarakat Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja oleh Fega Lianda Putri, NIM 1711140039

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui minat nasabah Sukaraja terhadap produk Tabungan Ku di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja. Jenis Penelitian adalah asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menyimpulkan 1) faktor sosialisasi berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja berdasarkan hasil uji parsial dengan kriteria membandingkan nilai signifikansi dengan nilai $\text{sig}_{\text{hitung}}$. adapun nilai diperoleh yaitu $0,046 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis H_{a1} diterima H_0 ditolak, 2) faktor edukasi masyarakat berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja berdasarkan hasil uji parsial dengan kriteria membandingkan nilai signifikansi dengan nilai $\text{sig}_{\text{hitung}}$. adapun nilai diperoleh yaitu $0,015 < 0,05$ maka disimpulkan hipotesis H_{a2} diterima dan H_0 ditolak dan 3) faktor sosialisasi dan edukasi masyarakat dengan uji F (simultan) dengan kriteria membandingkan nilai sig dengan nilai $\text{sig}_{\text{hitung}}$. adapun nilai diperoleh yaitu $0,000 < 0,05$ maka disimpulkan hipotesis H_{a3} diterima dan H_0 ditolak.

Kata Kunci: *Faktor sosialisasi, edukasi minat menabung, di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja*

ABSTRACT

*Analysis Of Socialist Factors And Public Education About Sharia Banks
On Decisions Juxtaposed at Bprs Muamalat Harkat Sukaraja
By Fega Lianda Putri, NIM 1711140039*

The purpose of this study was to determine the interest of Sukaraja customers towards the Tabungan Ku product at BPRS Muamalat Harkat Sukaraja. This type of research is associative with a quantitative approach. The results of the study concluded 1) the socialization factor had a significant effect on the variable of interest in saving at BPRS Muamalat Harkat Sukaraja based on the results of a partial test with the criteria of comparing the significance value with the significant value. As for the value obtained, namely $0.046 < 0.05$, it can be concluded that the hypothesis H_{a1} is accepted, H_0 is rejected, 2) the public education factor has a significant effect on the variable of interest in saving at BPRS Muamalat Harkat Sukaraja based on the results of a partial test with the criteria of comparing the significance value with the significant value. As for the value obtained, namely $0.015 < 0.05$, it is concluded that the hypothesis H_{a2} is accepted and H_0 is rejected and 3) the socialization and education factor is carried out by the F (simultaneous) test with the criteria of comparing the sig value with the sigcount value. As for the value obtained, namely $0.000 < 0.05$, it is concluded that the hypothesis H_{a3} is accepted and H_0 is rejected.

Keywords: *socialization factors, education interest in saving.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Faktor Sosialisasi dan Edukasi Masyarakat Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja”. Shalawat serta salam semoga senantiasa dilimpahkan pada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang menjadi *uswatun hasanah* bagi kita semua. Amin

Penyusun skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE) pada program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini izinkan penulis mengucapkan rasa terima kasih teriring doa semoga menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT, kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, M.H, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu di kampus hijau tercinta.
2. Ibu Dr. Asnaini, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
3. Ibu Desi Isnaini, MA selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam fakultas Ekonomi Dan Bisnis Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu

4. Ibu Yosy Arisandy, M.M, selaku pembimbing II dan Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah meluangkan waktu dan memberikan pengarahan, membimbing dengan penuh kesabaran.
5. Ibu Fatimah Yunus, M.A selaku Pembimbing I yang telah memberi bimbingan, motivasi, semangat dan arahan dengan penuh kesabaran.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
7. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulis ke depan.

Bengkulu, 21 Juli 2021 M
11 Dzulhizah 1442 H

Penulis,

Fega Lianda Putri
NIM. 1711140039

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah	9
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Kegunaan Penelitian	10
F. Penelitian Terdahulu	11
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Sosialisasi.....	22
1. Tinjauan Tentang Sosialisasi.....	22
2. Indikator-indikator Sosialisasi	24
3. Media/ Agen Sosialisasi.....	24
4. Tahap-Tahap Sosialisasi.....	26
B. Edukasi.....	26
1. Tinjauan Tentang Edukasi.....	26

2. Segmentasi Konsumen Bank Syariah	28
3. Metode Edukasi.....	29
4. Faktor Yang Mempengaruhi Pemberian Edukasi	30
C. Minat	32
1. Tinjauan Tentang Minat.....	32
2. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen	33
3. Indikator Minat.....	35

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian.....	36
B. Waktu dan Lokasi Penelitian	36
C. Populasi Dan Sampel	37
D. Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data.....	39
E. Variabel Dan Definisi Operasional	41
F. Instrumen Penelitian.....	44
G. Teknik Analisa Data.....	45

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. BPRS Muamalat Harkat	52
1. Sejarah BPRS Muamalat Harkat.....	52
2. Visi dan Misi BPRS Muamalat Harkat.....	52
3. Kepengurusan BPRS Muamalat Harkat.....	53
4. Pemegang Saham BPRS Muamalat Harkat ..	54
5. Dewan Pengawas Syariah	54

B. Hasil Penelitian	54
1. Data Deskriptif Responden	54
2. Pengujian Kualitas Data	56
3. Deskripsi Data Hasil Penelitian	59
4. Uji Asumsi Dasar	66
5. Uji Asumsi Klasik	68
6. Pengujian Hipotesis	70
C. Pembahasan	75

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	79
B. Saran-Saran	79

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel Independent	42
Tabel 3.2 Variabel Independent	43
Tabel 3.3 Variabel Dependent	43
Tabel 3.4 Kriteria Penelitian Kuesioner/ Angket	44
Tabel 3.5 Koefesien Determinasi	51
Tabel 4.1 Karakter Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2 Karakteristik Umur	55
Tabel 4.3 Hasil Uji Variabel Penelitian	57
Tabel 4.4 Hasil Uji Reabilitas	58
Tabel 4.5 Deskripsi Data Faktor Sosialisasi	60
Tabel 4.6 Frekuensi Data Faktor Sosialisasi	61
Tabel 4.7 Deskripsi Data Faktor Edukasi Masyarakat.....	62
Tabel 4.8 Frekuensi Data Faktor Edukasi Masyarakat	63
Tabel 4.9 Deskripsi Data Variabel Minat Menabung	64
Tabel 4.10 Frekuensi Data Variabel Minat Menabung.....	66
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	67
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolonearitas	68
Tabel 4.13 Uji Hetrokedastitas	69
Tabel 4.14 Hasil Uji Linear Berganda	70
Tabel 4.15 Hasil Uji t	72
Tabel 4.16 Hasil Uji F	73
Tabel 4.17 R Square	74

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Bukti Pengajuan Judul
- Lampiran 2 Daftar Hadir Seminar Proposal
- Lampiran 3 Catatan Perbaikan Proposal Skripsi
- Lampiran 4 Halaman Pengesahan Proposal Skripsi
- Lampiran 5 Surat Penunjukkan Pembimbing Skripsi
- Lampiran 6 Pedoman Wawancara
- Lampiran 7 Halaman Pengesahan Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 8 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 9 Surat Keterangan Selesai Penelitian
- Lampiran 10 Lembar Bimbingan Skripsi
- Lampiran 11 Bukti Plagiasi Skripsi
- Lampiran 12 Dokumentasi Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu faktor penentu meningkatnya perekonomian suatu Negara adalah berkembangnya sektor keuangan. Dalam beberapa dekade terjadi berbagai gejolak pada kondisi keuangan seperti meningkatnya kompleksitas produk dan jasa keuangan, dampak teknologi terhadap produk dan jasa keuangan, meningkatnya akses terhadap kredit dan meluasnya sumber-sumber kredit.¹

Dengan kondisi perekonomian tersebut peran literasi keuangan sangat penting bagi masyarakat agar bisa menjadi sukses dan berkompetitif. Literasi keuangan menjadi semakin kompleks selama beberapa tahun terakhir dengan pengenalan banyak produk keuangan baru.²

Dalam rangka untuk memahami resiko dan keuntungan yang terkait dengan produk keuangan, tingkat minimum literasi keuangan sudah menjadi suatu keharusan. Individu yang

¹ Sri Maharsi, *Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Bidang Akuntansi Manajemen*, (Akuntansi & Keuangan, Vol 2, No 2, 2000), h. 129

² Bhushan, P., & Medury, Y. Financial literacy and its *determinants*. *International Journal of Engineering, Business and Enterprise Applications*. (IJEBA, 2013 dalam Daryanto, 2015)

memiliki literasi keuangan yang tinggi dapat menggunakan produk dan jasa keuangan secara efektif sehingga individu tersebut tidak mudah ditipu oleh orang-orang yang menjual produk-produk keuangan.³

Pada tahun 2019 OJK melakukan survei untuk mengetahui tingkat literasi dan Inklusi keuangan. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) ketiga yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2019 menunjukkan indeks literasi keuangan mencapai 38,03% dan indeks inklusi keuangan 76,19%. Angka tersebut meningkat dibanding hasil survei OJK 2016 yaitu indeks literasi keuangan 29,7% dan indeks inklusi keuangan 67,8%.⁴

Dengan demikian dalam 3 tahun terakhir terdapat peningkatan pemahaman keuangan (literasi) masyarakat sebesar 8,33%, serta peningkatan akses terhadap produk dan layanan jasa keuangan (inklusi keuangan) sebesar 8,39%.

Survei SNLIK OJK 2019 ini mencakup 12.773 responden di 34 provinsi dan 67 kota/kabupaten dengan

³ Bhushan, P., & Medury, Y. Financial literacy and its *determinants*. *International Journal of Engineering, Business and Enterprise Applications*. (IJEBA, 2013 dalam Daryanto, 2015)

⁴ OJK, *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019*, dikutip dari <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-2019.aspx>, pada hari Jumat, tanggal 27 Agustus 2021, pukul 13.28 WIB

mempertimbangkan gender dan strata wilayah perkotaan/perdesaan.⁵

Dari data diatas tingkat literasi masyarakat meningkat tetapi masih tergolong rendah. Terlebih jika masyarakat tersebut tidak pernah mengenyam pendidikan. Tingkat pendidikan yang berbeda mungkin akan menghasilkan tingkat literasi keuangan yang berbeda pula pada masyarakat. Masyarakat dengan tingkat pendidikan yang rendah maka tingkat literasi keuangannya akan rendah dan masyarakat dengan tingkat pendidikan yang tinggi maka literasi keuangannya akan tinggi.⁶

Firman Allah dalam QS: An-Nuur (24): 40.⁷

أَوْ كَظُلُمٍ فِي بَاطِنِ الْبُحْرِ ۖ يَعْشُهُ مَوْجٌ مِّنْ فَوْقِهِ ۗ مَوْجٌ مِّنْ فَوْقِهِ ۗ سَحَابٌ ۗ
 ظُلُمٌ ۗ بَعْضُهَا فَوْقَ بَعْضٍ ۗ إِذَا ۖ أَخْرَجَ يَدَهُ ۗ لَمْ يَكَدْ يَرِبَهَا ۗ وَمَنْ لَّمْ يَجْعَلِ اللَّهُ
 لَهُ نُورًا فَمَا لَهُ ۗ مِنْ نُورٍ ۝

Artinya: "Atau (keadaan orang-orang kafir) seperti gelap

⁵ OJK, *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019*, dikutip dari [https:// www. ojk. go. id /id /berita -dan -kegiatan/ publikasi/ Pages /Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-2019.aspx](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-2019.aspx), pada hari Jumat, tanggal 27 Agustus 2021, pukul 13.28 WIB

⁶ Nujmatul Laily, *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa dalam Mengelola Keuangan*, (Universitas Negeri Malang, tt), h. 4

⁷ Kementrian Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahannya*, Surabaya: Karya Agung, Surabaya, 2006.

gulita di lautan yang dalam, yang diliputi oleh gelombang demi gelombang, di atasnya ada (lagi) awan gelap. Itulah gelap gulita yang berlapis-lapis. Apabila dia mengeluarkan tangannya hampir tidak dapat melihatnya. Barangsiapa tidak diberi cahaya (petunjuk) oleh Allah, maka dia tidak mempunyai cahaya sedikit pun.

Masyarakat Kota Bengkulu termasuk tergolong berpendidikan masih rendah, maka masyarakat belum memiliki tingkat literasi yang baik. Namun fenomena yang ada saat ini tidak mencerminkan masyarakat memiliki tingkat literasi keuangan yang baik. Hal ini terlihat dari tidak adanya pembentukan skala prioritas atas kegiatan ekonominya. Mereka semakin konsumtif dalam melakukan pembelian tanpa pertimbangan.⁸

Dalam sistem perbankan dengan prinsip syariah istilah kredit berubah menjadi istilah pembiayaan, hal ini dapat dilihat dalam Pasal 1 angka 12 Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan yang menyebutkan: Pembiayaan berdasar Prinsip Syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan

⁸ Tingkat Pendidikan Bengkulu Masih Rendah. 2016. Diunduh dari website : www.antara.com, pada tanggal 27 agustus 2021, pukul. 14.01 WIB

pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil⁹.

Karel J. Veeger, mendefinisikan sosialisasi sebagai suatu proses belajar mengajar, melalui individu belajar menjadi anggota masyarakat, di mana prosesnya tidak semata-mata mengajarkan pola-pola perilaku sosial kepada individu, tetapi juga individu tersebut mengembangkan dirinya atau melakukan proses pendewasaan dirinya.¹⁰

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia edukasi adalah proses pembelajaran yang bertujuan untuk mengembangkan potensi diri pada peserta didik dan mewujudkan proses pembelajaran yang lebih baik, edukasi ini bertujuan untuk mengembangkan kepribadian, kecerdasan, dan mendidik peserta untuk memiliki akhlak mulia, mampu mengendalikan diri dan memiliki keterampilan.¹¹

Minat dalam pandangan Islam yaitu Alquran dalam surat Al-Alaq ayat pertama yang berartikan “Bacalah” dimana memerintahkan agar kita membaca, maksudnya membaca

⁹ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan.

¹⁰ Elly M. Setiadi, *Pengantar Ringkas Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial (Teori, Aplikasi dan Pemecahannya)*, (Jakarta: Kencana, 2020), h. 67

¹¹ <https://kbbi.web.id/edukasi>, diakses tanggal 30 Agustus 2021

bukan hanya membaca buku atau dalam arti tekstual saja, akan tetapi juga semua aspek apakah itu untuk membaca cakrawala jasad yang merupakan tanda kekuasaannya kita dapat memahami apa yang sebenarnya menarik minat kita dalam kehidupan ini.¹²

Minat juga dipengaruhi pada faktor internal dan faktor eksternal, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nur Aprilana adanya pengaruh dan signifikan antara variabel sosialisasi terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan amanah di penggadaian syariah cabang Cakranegara Kota Mataram.¹³ Dalam penelitian Sri Indah menyimpulkan bahwa faktor edukasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah studi kasus pada Santri Pondok Pesantren Darul Falah Besongo Semarang Tahun 2018.¹⁴ Dan hasil penelitian Jesi Wulan Dari menjelaskan bahwa ada pengaruh positif signifikan antarpengertian dan sosialisasi perbankan Syariah terhadap keputusan masyarakat dalam

¹² Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*. (Jakarta, Prenada Media Group. 2011), h.64.

¹³ *Amanah Di Penggadaian Syariah Cabang Cakranegara Kota Matara*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram, 2017)

¹⁴ Sri Indah Cahyani, *Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan Dan Persepsi Santri Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darul Falah Besongo Semarang Tahun 2018)*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, 2019)

menggunakan produk penghimpunan dana pada Bank Aceh Syariah.¹⁵

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu diatas maka kesamaan dalam penelitian adalah faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung yang terdiri dari faktor sosialisasi dan faktor edukasi, adapun keterbaruan dalam penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu objek dan subjek dalam penelitian dimana peneliti memilih perbankan BPRS Muamalat Harkat Sukaraja yang berada di Provinsi Bengkulu sebagai lokasi penelitian.

Prinsip syariah oleh Pasal 1 angka 12 Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah¹⁶ (selanjutnya disebut dengan Undang-undang Perbankan Syariah) diberikan defenisi yaitu: prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah. Seperti halnya bank konvensional, bank syariah juga memiliki produk-produk serta jasa perbankan yang dapat dinikmati dan dimanfaatkan oleh masyarakat umum. Produk

¹⁵ Jesi Wulan Dari, *Pengaruh Pengetahuan dan Sosialisasi Tentang Perbankan Syariah terhadap Keputusan Masyarakat dalam Penggunaan Produk Penghimpun Dana (Pada Bank Aceh Syariah Cabang Tapaktuan)*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2020)

¹⁶ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan

perbankan syariah tersebut secara garis besar dapat dibedakan menjadi 3 jenis produk, yaitu produk penghimpunan dana, produk penyaluran dana dan produk jasa perbankan. Minat permintaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penyebab tingginya permintaan nasabah dalam menggunakan produk tabungan ku di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.¹⁷

Menurut salah satu narasumber yaitu Deri Haspriyanti, A.Md. beliau menjelaskan bahwa Bank Muamalat Harkat merupakan Bank yang ikut dalam kepesertaan Lembaga Penjamin Simpanan, sehingga simpanan nasabah dijamin oleh pemerintah hingga Rp. 2 Milyar. Ringan Bebas biaya administrasi bulanan, sehingga tidak ada pemotongan pada saldo tabungan nasabah, serta saldo awal pembukaan rekening minimal hanya Rp.10.000,- Flexibel dapat melakukan transaksi setiap saat. Service Excellent fasilitas antar jemput tabungan pada saat pembukaan rekening dan penyetoran transaksi minimal Rp. 5.000.000,-. Salah satu produk yang dimiliki Bank Muamalat Harkat ialah produk tabungan Ku. Selain untuk menabung produk tabungan Ku ini diperuntukkan juga untuk membantu perekonomian pedagang karena dengan adanya produk ini, pemilik warung dapat menyisihkan sedikit uangnya

¹⁷ Observasi awal peneliti, pada BPRS Muamalat Harkat Sukaraja, tanggal 03 Maret 2021

untuk di tabung sehingga perputan keuntungan uang dari hasil penjualan tersebut tidak hanya habis kembali kemodal saja. Tetapi pada kenyataannya, masih banyak nasabah yang belum tertarik menggunakan produk tabungan KU.¹⁸

Melihat besarnya potensi besarnya nasabah yang berlatar belakang agama Islam di provinsi Bengkulu khususnya di Sukaraja, sudah seharusnya BPRS Muamalat Harkat Sukaraja merupakan salah satu tujuan yang bisa mendominasi minat masyarakat dalam menabung dengan aspek keunggulan secara Syariah dan lokasi perbankan yang strategis, namun kenyataan dilapangan masih kurangnya minat masyarakat dalam menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja dibandingkan dengan perbankan kompetitor yang ada di Sukaraja. Dan untuk itu perlukannya pengkajian dalam bentuk riset faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di perbankan Syariah BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.¹⁹

Dari uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “*Analisis Faktor Sosialisasi*

¹⁸ Wawancara awal peneliti dengan salah satu karyawan BPRS Muamalat Harkat Sukaraja, tanggal 03 Maret 2021

¹⁹ Wawancara awal peneliti dengan salah satu karyawan BPRS Muamalat Harkat Sukaraja, tanggal 03 Maret 2021

dan Edukasi Masyarakat tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja”.

B. Batasan Masalah

Untuk menjaga penyusunan dan penulisan penelitian ini lebih terarah dan menghindari kemungkinan pembahasan yang menyimpang dari pokok permasalahan, maka penulis membatasi permasalahan yaitu hanya pada produk tabungan Ku yang pada umumnya disebut dengan produk Tabungan Wadi'ah.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor sosialisasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja?
2. Apakah faktor edukasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja?
3. Seberapa besar faktor sosialisasi dan faktor edukasi berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Apakah faktor sosialisasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja
2. Untuk mengetahui Apakah faktor sosialisasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di BPRS Muamalat

Harkat Sukaraja

3. Untuk mengetahui seberapa besar faktor sosialisasi dan faktor edukasi berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki kegunaan teoritis maupun praktis, sebagai berikut :²⁰

1. Kegunaan teoritis

Melalui penelitian ini, peneliti mencoba menggali konsep teoritis mengenai sosialisasi dan edukasi tentang Bank Syariah sekaligus penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan memberikan sumbangan konseptual bagi peneliti sejenis maupun civitas akademika lainnya dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan untuk kemajuan ilmu pendidikan.

2. Kegunaan Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak- pihak yang bersangkutan. Khususnya bagi penyusun umumnya bagi lembaga- lembaga yang berkecimpung dalam ekonomi dan bisnis syariah yakni untuk memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dalam

²⁰ S. Notoatmodjo, *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), h. 34

bidang ekonomi Islam, khususnya hal yang berkaitan dengan perbankan syariah.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengambil referensi dari beberapa penelitian terdahulu, yang berbeda namun memiliki point pembahasan yang sama. Di antaranya sebagai berikut :

1. Penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Sri Indah pada tahun 2019, dengan judul "*Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan Dan Persepsi Santri Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darul Falah Besongo Semarang Tahun 2018)*".²¹ Penelitian ini dilatarbelakangi karena banyak masyarakat muslim yang belum mengetahui tentang bank syariah dan masih banyak dari mereka yang masih menjadi nasabah bank konvensional. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh sosialisasi, pengetahuan dan persepsi santri tentang bank syariah terhadap minat menabung di bank syariah. Populasi dalam penelitian ini adalah santri Pondok Pesantren Darul Falah Besongo Semarang sebanyak 72 responden. Adapun

²¹ Sri Indah Cahyani, *Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan Dan Persepsi Santri Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darul Falah Besongo Semarang Tahun 2018)*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, 2019)

penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan teknik penentuan sampel menggunakan teknik random sampling. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Sedangkan data dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda. Variabel dependen dari penelitian ini adalah minat menabung di bank syariah, sedangkan variabel independen meliputi sosialisasi, pengetahuan dan persepsi.²² Adapun Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel sosialisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat santri Pondok Pesantren Darul Falah Besongo Semarang untuk menabung di bank, dengan nilai t hitung -0,494 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,623. Sedangkan variabel pengetahuan dan persepsi yang berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank dengan nilai t hitung sebesar 3,341 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001 dan t hitung sebesar 2,242 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,028.

2. Penelitian terdahulu dilakukan oleh Nur Apriliana pada tahun 2017, dengan judul "*Pengaruh Sosialisasi Produk*

²² Sri Indah Cahyani, *Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan Dan Persepsi Santri Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darul Falah Besongo Semarang Tahun 2018)*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, 2019)

Terhadap Minat Nasabah Memilig Pembiayaan Amanah Di Penggadaian Syariah Cabang Cakranegara Kota Mataram".²³ Penelitian ini dilatarbelakangi karena sebagian masyarakat masih bertahan menjadi nasabah pegadaian konvensional dan belum menjadi nasabah pegadaian syariah. Menyadari kondisi ini pegadaian syariah khususnya pegadaian syariah cabang cakranegara setidaknya memberikan pemahaman terhadap masyarakat, misalnya mengenai ragam produk yang dimiliki oleh pegadaian syariah cabang cakranegara lebih menarik dari perusahaan lain, sehingga dapat menarik masyarakat untuk mencoba produk yang ditawarkan. Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh sosialisasi produk terhadap minat nasabah memilih pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah Cabang Cakranegara. Dalam penelitian ini metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui tingkat hubungan antara variable independen dengan variable dependen. Data diambil dari hasil penyebaran kuesioner dengan 181 orang nasabah/

²³ Nur Apriliana, *Pengaruh Sosialisasi Produk Terhadap Minat Nasabah Memilig Pembiayaan Amanah Di Penggadaian Syariah Cabang Cakranegara Kota Matara*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram, 2017)

responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sosialisasi produk memiliki pengaruh yang rendah terhadap minat nasabah memilih pembiayaan amanah di Pegadaian Syariah Cabang Cakranegara. Berdasarkan hasil analisis bahwa pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 36,5% dan 63,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

3. Penelitian terdahulu dilakukan oleh Mustari Faisal pada tahun 2018, dengan judul "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)*"²⁴. Penelitian ini dilatarbelakangi karena Mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam perkuliahannya diberikan mata kuliah yang sesuai dengan jurusannya, belajar tentang pemahaman apa itu bank syariah, bagaimana cara bermuamalat sesuai syariat islam, bagaimana memberikan pelayanan yang baik terhadap nasabah, menjelaskan produk-produk yang ada dalam bank syariah, dan sebagainya yang berkaitan dengan perbankan

²⁴ Mustari Faisal, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UMY, Yogyakarta 2018)

syariah. Peneliti mengambil responden mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam UMY karena mahasiswa ini mempunyai pengetahuan yang kompeten tentang perbankan syariah, selain itu mereka juga memiliki pengetahuan agama yang cukup luas sehingga hasil dari penelitian nantinya dapat dipertanggungjawabkan dan praktik-praktik perbankan syariah yang menyimpang dari prinsip-prinsip syariah dapat dihindari bahkan dapat dihilangkan. Menganalisis pengaruh variabel reliusitas, fasilitas, pengetahuan dan promosi terhadap minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk menjadi nasabah di bank syariah. penelitian ini peneliti menggunakan uji validitas dan reliabilitas sebagai alat untuk menguji pertanyaan-pertanyaa dalam kuisisioner dan menggunakan regresi linier berganda sebagai alat untuk menganalisis data. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan model regresi berganda yaitu untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.²⁵ Adapun hasil penelitian ini Variabel

²⁵ Mustari Faisal, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UMY, Yogyakarta

religiusitas tidak memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk menjadi nasabah di Bank Syariah, dengan nilai signifikansi diatas nilai *alpha* ($\alpha = 0.05$). Variabel fasilitas tidak memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk menjadi nasabah di Bank Syariah, dengan nilai signifikansi diatas nilai *alpha* ($\alpha = 0.05$). Variabel pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk menjadi nasabah di Bank Syariah, dengan nilai signifikansi dibawah nilai *alpha* ($\alpha = 0.05$). Variabel promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk menjadi nasabah di Bank Syariah, dengan nilai signifikansi dibawah nilai *alpha* ($\alpha = 0.05$).²⁶

4. Penelitian terdahulu dilakukan oleh Khoirani, Andri

2018)

²⁶ Mustari Faisal, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UMY, Yogyakarta 2018)

Brawijaya, M. Komaruddin pada tahun 2020, dengan judul *"Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Pendidikan Berasuransi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Bogor"*²⁷. Penelitian ini dilatarbelakangi karena kehidupan manusia semakin hari tidak pernah luput dari ancaman dan juga risiko yang berbahaya. Ancaman dan risiko tersebut bisa dipicu dari kelemahan diri sendiri, kesalahan-kesalahan yang diperbuat, dan tidak mengertinya terhadap masalah yang akan dihadapi. Adapun tujuan penelitian adalah Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tanggapan nasabah tentang produk tabungan pendidikan berasuransi dan faktor apa saja yang dapat mempengaruhi secara parsial dan simultan terhadap minat nasabah. Metode penelitian adalah survei, bentuk penelitian kuantitatif dan jenis data rasio dengan objek penelitian sebanyak 100 nasabah yang menggunakan produk tabungan pendidikan berasuransi di Kota Bogor. Berdasarkan hasil penelitian, secara simultan dan parsial variabel yang terdiri dari Pelayanan, Informasi, Reputasi,

²⁷ Khoirani, Andri Brawijaya, M. Komaruddin, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Pendidikan Berasuransi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Bogor*, (Jurnal, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Djuanda, 2020)

dan Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan dan adapun faktor religiusitas yang tidak berpengaruh tetapi signifikan terhadap minat nasabah produk tabungan pendidikan berasuransi pada bank syariah mandiri cabang Kota Bogor. Adapun hasil penelitian ini adalah penelitian menunjukkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan secara langsung dan memiliki pengaruh yang paling tinggi diantara variabel-variabel lainnya. Hal ini menyatakan secara langsung bahwa variabel pelayanan menjadi faktor yang dominan mempengaruhi minat terhadap produk tabungan investasi cendekia. Argumen ini diperkuat karena banyak nasabah menyatakan bahwa pelayanan Bank Syariah Mandiri sangat baik, sopan dan santun.

5. Penelitian terdahulu dilakukan oleh Shinta Wahyu Hati, Windy Septiani Harefa pada tahun 2019, dengan judul *"Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Bagi Generasi Milenial (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Batam)"*²⁸. Penelitian ini

²⁸ Shinta Wahyu Hati, Windy Septiani Harefa, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Bagi Generasi Milenial (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Batam)*, (Journal of Business Administration, Politeknik Negeri Batam, 2019)

dilatarbelakangi karena Generasi milenial dewasa saat ini berada pada situasi beriklim resiko tinggi yang memaksa untuk bertahan dalam keadaan resesi ekonomi. Mahasiswa-mahasiswi yang saat ini sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi merupakan generasi milenial dewasa yang berada pada titik penentuan dimana setelah lulus, maka akan mulai bekerja dan harus mulai memikirkan keuangan dan masa depan mereka. Perguruan Tinggi Negeri Politeknik Negeri Batam memiliki mata kuliah terkait pasar modal dalam kurikulum akademik pada jurusan Manajemen Bisnis dimana jurusan Manajemen Bisnis tersebut terbagi atas tiga program studi yaitu D3 Akuntansi, D4 Akuntansi Manajerial, dan D4 Administrasi Bisnis Terapan. Namun, hanya mahasiswa-mahasiswi dengan program studi Akuntansi Manajerial dan pogram studi Administrasi Bisnis Terapan yang mendapatkan edukasi terkait pasar modal tersebut. Program studi Akuntansi Manajerial dengan mata kuliah Pasar Modal dan pogram studi Administrasi Bisnis Terapan dengan mata kuliah Keuangan Bisnis. Politeknik Negeri Batam juga merupakan salah satu Perguruan Tinggi yang memiliki Galeri Investasi (pojok bursa).²⁹ Galeri Investasi ini dibuat

²⁹Shinta Wahyu Hati, Windy Septiani Harefa, *Analisis Faktor-Faktor*

agar para mahasiswa dan civitas akademika kampus dapat memanfaatkan galeri ini untuk mempelajari seluk beluk pasar modal lebih jauh tidak hanya dari sisi teori saja melainkan juga prakteknya. Seminar motivasi berinvestasi juga pernah diadakan oleh pihak kampus ataupun organisasi kampus guna meningkatkan motivasi untuk dapat berinvestasi khususnya di pasar modal. Adapun tujuan penelitian adalah Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi, pengetahuan pasar modal, dan preferensi risiko terhadap minat berinvestasi generasi milenial. Jenis penelitian yang digunakan adalah eksplanatory research dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah mahasiswa jurusan manajemen bisnis yang sudah mengikuti matakuliah pasar modal dan manajemen keuangan. Teknik sampling menggunakan purposive sampling, pengambilan data menggunakan kuesioner. Sampel penelitian ini adalah mahasiswi Jurusan Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Batam yang telah mendapatkan mata kuliah Keuangan Bisnis ataupun Pasar Modal. Jumlah sampel sebanyak 67 orang.³⁰ Hasil

Yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Bagi Generasi Milenial (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Batam), (Journal of Business Administration, Politeknik Negeri Batam, 2019)

³⁰ Shinta Wahyu Hati, Windy Septiani Harefa, *Analisis Faktor-*

penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh motivasi terhadap minat berinvestasi generasi milenial, terdapat pengaruh pengetahuan pasar modal terhadap minat berinvestasi generasi milenial, terdapat pengaruh preferensi risiko terhadap minat berinvestasi generasi milenial. Terdapat pengaruh simultan antara motivasi, pengetahuan pasar modal, dan preferensi risiko terhadap minat berinvestasi pada generasi milenial di Politeknik Negeri Batam. Adapun hasil dari penelitian ini adalah pada hasil uji regresi berganda, variabel yang di teliti hanya berpengaruh sebesar 31.8% dan sisanya 68,2% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.³¹

Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Bagi Generasi Milenial (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Batam),(Journal of Business Administration, Politeknik Negeri Batam, 2019)

³¹ Shinta Wahyu Hati, Windy Septiani Harefa, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Bagi Generasi Milenial (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Batam),(Journal of Business Administration, Politeknik Negeri Batam, 2019)*

BAB II KAJIAN TEORI

A. Sosialisasi

1. Tinjauan Tentang Sosialisasi

a. Pengertian Sosialisasi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) sosialisasi adalah usaha mengubah milik perseorangan menjadi milik umum³². Berikut pendapat para ahli tentang sosialisasi antara lain:

Sosialisasi merupakan proses membantu individu belajar dan menyesuaikan diri, dengan cara hidup dan berpikir kelompok agar dapat berperan dan berfungsi dalam kelompok tersebut.³³

Peter L Berger, mendefinisikan sosialisasi sebagai suatu proses di mana seseorang belajar menjadi anggota yang berpartisipasi dalam masyarakat.³⁴

Bruce J. Cohen, mendefinisikan sosialisasi

³² Hamzah Samsuri, Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern, (Surabaya: Greisinda Press Surabaya, 2006), h.544

³³ Muchamad Choirudin, *Penyusaian Diri: Sebagai Upaya Mencapai Kesejahteraan Jiwa*, (Artikel: Neliti.com), h. 7

³⁴ Muria Herlina, *Sosiologi Kesehatan Paradigma Kontruksi Sosial Perilaku Hidup Bersih dan Sehat dalam Perspektif Peter L. Barger & Thomas Luckmann*, (Surabaya: Ikapi, 2017), h. 8

sebagai suatu proses manusia untuk mempelajari tentang tata cara kehidupan dalam bermasyarakat, guna menyesuaikan diri sebagai individu di dalam kelompok. Karel J. Veeger, mendefinisikan sosialisasi sebagai suatu proses belajar mengajar, melalui individu belajar menjadi anggota masyarakat, di mana prosesnya tidak semata-mata mengajarkan pola-pola perilaku sosial kepada individu, tetapi juga individu tersebut mengembangkan dirinya atau melakukan proses pendewasaan dirinya. Robert M.Z. Lawang, berpendapat sosialisasi merupakan proses mempelajari norma, nilai, peran, dan semua persyaratan lainnya untuk memungkinkan partisipasi yang efektif dalam kehidupan sosial. Sitorus, sosialisasi merupakan proses di mana seseorang mempelajari pola-pola hidup dalam masyarakat sesuai dengan nilai-nilai, norma dan kebiasaan yang berlaku untuk berkembang sebagaimana anggota masyarakat dan sebagai individu (pribadi).³⁵

Jadi sosialisasi adalah sebagai suatu proses yang membantu individu melalui belajar dan penyesuaian diri agar dapat berperan di dalam kelompok.

³⁵ Elly M. Setiadi & Usman kolip, *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi dan Pemecahannya*, Cet. Ke-3 (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2013), h. 155.

2. Indikator-indikator Sosialisasi

Menurut Subadi Indikator Sosialisasi terdiri dari :

- a. Meningkatnya status yang seringkali diikuti dengan meningkatnya kepercayaan dan meningkatnya kepercayaan peranan sosial di lingkungan sosial yang baru.
- b. Terintegrasi secara kuat dengan masyarakat setempat dalam setiap aktifitas yang ditandai dengan keakraban dan persaudaraan diantara individu tersebut dengan masyarakat lain.
- c. Dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial maupun lingkungan fisiknya.³⁶

3. Media/ Agen Sosialisasi

Menurut Subadi agen sosialisasi meliputi dari :³⁷

- a. Keluarga.

Orang pertama yang mengajarkan hal-hal yang berguna bagi perkembangan dan kemajuan hidup manusia adalah anggota keluarga. Oleh karena itu, keluarga dikatakan sebagai tempat pertama dan utama dalam sosialisasi.

- b. Teman sepermainan dan sekolah.

³⁶ Tjipto Subadi, *Sosiologi*, (Surakarta: BP-FKIP UMS, 2008), h. 20

³⁷ Tjipto Subadi, *Sosiologi*, h. 16

Ketika anak berhubungan dengan nilai-nilai yang bertentangan dengan nilai-nilai yang dimiliki keluarga, hal ini menunjukkan awal sosialisasi kedua yang terjadi di sekolah dan antara kelompok sebaya serta teman sepermainan. Disini anak mulai mengenal harga diri, citra diri, dan hasrat pribadi. Kaidah-kaidah kehidupan seperti ini dijalani oleh anak melalui interaksi.

c. Lingkungan Kerja.

Lingkungan kerja merupakan proses sosialisasi lanjutan. Ditempat kerja itulah, seseorang memulai berorganisasi secara nyata melalui suatu sistem. Banyak hal yang perlu dipelajari, seperti bagaimana menyelesaikan pekerjaan, bagaimana berhubungan dengan bagian lain dalam berorganisasi, dan bagaimana melakukan adaptasi dengan sesama rekan kerjanya.

d. Media Massa.³⁸

Dikatakan sebagai sarana dalam proses sosialisasi karena media ini banyak memberikan informasi yang dapat menambah wawasan untuk lebih memberikan dan memahami keberadaan manusia dan

³⁸ Hendi Suhendi & Ramdani Wahyu, *Pengantar Studi Sosiologi Keluarga* (Bandung Pustaka Setia, 2001), h. 100.

permasalahan yang ada disekitarnya.

4. Tahap-Tahap Sosialisasi

Sosialisasi dapat dilakukan dengan dua tahap, yaitu:

- 1) Sosialisasi Primer, yaitu sosialisasi yang pertama dijalankan individu semasa kecil, yang harus dijalaninya apabila dia akan menjadi anggota masyarakat Dalam hal ini keluarga yang berperan sebagai agen sosialisasi.
- 2) Sosialisasi Sekunder, yaitu proses yang dialami individu yang telah disosialisasikan ke dalam sectorbaru dari dunia objektif masyarakatnya. Lembaga pendidikan dan lembaga lain diluar keluarga merupakan agen sosialisasi sekunder.³⁹

B. Edukasi

1. Tinjauan Tentang Edukasi

a. Pengertian Edukasi⁴⁰

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia edukasi adalah proses pembelajaran yang bertujuan untuk

³⁹ Hendi Suhendi & Ramdani Wahyu, *Pengantar Studi Sosiologi*, h.101.

⁴⁰ Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Bandung: Balai Pustaka:2012), h. 232

mengembangkan potensi diri pada peserta didik dan mewujudkan proses pembelajaran yang lebih baik, edukasi ini bertujuan untuk mengembangkan kepribadian, kecerdasan, dan mendidik peserta untuk memiliki akhlak mulia, mampu mengendalikan diri dan memiliki keterampilan.⁴¹

Menurut Bambang Waluyo Dalam cetak biru BI Edukasi atau pendidikan masyarakat dalam bidang Perbankan adalah edukasi yang dilakukan pada intinya merupakan pemberian informasi dan pemahaman kepada masyarakat mengenai fungsi dan kegiatan usaha Bank, serta produk dan jasa yang ditawarkan Bank kepada nasabah⁴².

Jadi edukasi nasabah merujuk pada pemberian informasi dan pemahaman kepada nasabah tentang fungsi dan kegiatan usaha Bank, serta produk dan jasa yang ditawarkan Bank Syariah. Edukasi tersebut sangat diperlukan untuk mendukung kesetaraan hak dan kewajiban antara nasabah sebagai konsumen produk dan jasa Perbankan dengan Bank sebagai pelaku usaha yang

⁴¹ Hasan Alwi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Bandung: Balai Pustaka:2012), h. 232

⁴² Bambang Wuluyo, at., al, *Sosialisasi dan Edukasi Publik Perbankan Syariah di Indonesia, dalam Account Akuntansi Keuangan dan Perbankan*, vol. I,43.

menyediakan produk dan jasa kepada nasabah. Pada dasarnya nasabah perlu memahami secara baik produk dan jasa Perbankan yang akan digunakan sehingga keputusannya menjadi nasabah tidak salah. Termasuk tingkat risiko yang akan dihadapi (*risk awareness*).

2. Segmentasi Konsumen Bank Syariah

Riset pengembangan pasar yang dilakukan oleh BI bersama MarkPlus.co meng-hasilkan pemetaan yang berdasarkan segmentasi konsumen sebagai berikut:⁴³

- a. *Syariah Loyalis* yaitu segmen pokoknya syariah yang dalam kondisi apapun akan menggunakan bank syariah.
- b. *Follower*, yaitu segmen ikut-ikutan yang akan menggunakan bank syariah jika orang lain menggunakannya.
- c. *Functional Benefit*, yaitu segmen yang akan menggunakan bank syariah, ataupun bank konvensional tergantung fungsi atau kegunaan.
- d. *Obligatory*, yaitu segmen yang terpaksa menggunakan jasa perbankan syariah karena sesuatu hal misalnya

⁴³ Bambang Waluyo, Sylvia Rozza, dan Sujarwo, *Model Edukasi Berdasarkan Segmentasi Konsumen Untuk Membangun Minat Masyarakat Pada Perbankan Syariah*, Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora Vol. 20, No. 3, Nopember 2018: 261

menerima gaji atau pembayaran transaksi harus melalui bank syariah.

- e. *Essentially Conventional*, yaitu segmen pokoknya konvensional yang dalam kondisi apapun hanya menggunakan bank konvensional.

3. Metode Edukasi

Berdasarkan pendekatan sasaran yang ingin dicapai, penggolongan metode edukasi yaitu:⁴⁴

- 1) Metode berdasarkan pendekatan perorangan

Metode ini bersifat individual dan biasanya digunakan untuk membina perilaku baru, atau membina seseorang yang mulai tertarik pada suatu perubahan perilaku atau inovasi. Dasar digunakannya pendekatan individual ini karena setiap orang mempunyai masalah atau alasan yang berbeda-beda sehubungan dengan penerimaan atau perilaku baru tersebut. Ada 2 bentuk pendekatannya yaitu :⁴⁵

- a) Bimbingan dan penyuluhan
- b) Wawancara

- 2) Metode berdasarkan pendekatan kelompok

⁴⁴ S. Notoatmodjo, *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), h. 34

⁴⁵ S. Notoatmodjo, *Promosi Kesehatan*, h. 34

Penyuluhan berhubungan dengan sasaran secara kelompok. Dalam penyampaian edukasi dengan metode ini kita perlu mempertimbangkan besarnya kelompok sasaran serta tingkat pendidikan formal dari sasaran. Berdasarkan metode dan banyaknya peserta, edukasi kelompok dibagi menjadi dua kelompok yaitu kelompok besar dan kelompok kecil.⁴⁶

Kelompok besar yaitu suatu kelompok yang jumlah pesertanya lebih dari 15 orang. Metode yang baik dalam kelompok ini adalah ceramah dan seminar. Sedangkan Kelompok kecil merupakan suatu metode dalam edukasi kesehatan dengan jumlah peserta kurang dari 15 orang. Di dalam kelompok kecil terdapat beberapa metode yang bisa dilakukan yaitu diskusi kelompok, bermain peran dan permainan simulasi.⁴⁷

3) Metode berdasarkan pendekatan massa

Metode pendekatan massa ini cocok untuk mengkomunikasikan nilai-nilai perbankan yang akan ditujukan kepada masyarakat. Sehingga sasaran dari metode ini bersifat umum, dalam arti tidak

⁴⁶ S. Notoatmodjo, *Promosi Kesehatan dan*, h. 45

⁴⁷ S. Notoatmodjo, *Promosi Kesehatan dan*, h. 45

membedakan golongan umur, jenis kelamin, pekerjaan, status social ekonomi, tingkat pendidikan, dan sebagainya.⁴⁸

4. Faktor Yang Mempengaruhi Pemberian Edukasi

Beberapa faktor yang perlu diperhatikan agar pemberian edukasi dapat mencapai sasaran yaitu⁴⁹

1) Tingkat pendidikan

Pendidikan dapat mempengaruhi cara pandang seseorang terhadap informasi baru yang diterimanya. Maka dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikannya, semakin mudah seseorang menerima informasi yang didapatnya.

2) Tingkat sosial ekonomi

Semakin tinggi tingkat sosial seseorang, semakin mudah pula dalam menerima informasi baru.

3) Adat istiadat

Masyarakat kita sangat menghargai dan menganggap adat istiadat sebagai sesuatu yang tidak boleh diabaikan.

4) Kepercayaan masyarakat

Masyarakat lebih memperhatikan informasi

⁴⁸ S. Notoatmodjo, *Promosi Kesehatan dan*, h. 45

⁴⁹ Widyawati, *Pendidikan dan Promosi Kesehatan Untuk Mahasiswa Keperawatan*, (Medan: BSM, 2020), h. 89

yang disampaikan oleh orang-orang yang sudah kenal, karena sudah ada kepercayaan masyarakat dengan penyampaian informasi.

5) Ketersediaan waktu dimasyarakat

Waktu penyampaian informasi harus memperhatikan tingkat aktifitas masyarakat untuk menjamin tingkat kehadiran masyarakat dalam penyuluhan.⁵⁰

C. Minat

1. Tinjauan Tentang Minat

a. Pengertian Minat

Dalam kamus Bahasa Indonesia, minat diartikan sebagai niat atau kehendak. Menurut *Theory of Reasoned Action (Teori Tindakan beralasan)* dari Fishbein dan Ajzen yaitu perilaku manusia dipengaruhi oleh kehendak/niat/minat. Minat merupakan keinginan individu untuk melakukan perilaku tertentu sebelum perilaku tersebut dilaksanakan. Adanya niat/minat untuk melakukan suatu tindakan akan menentukan apakah kegiatan

⁵⁰ Widyawati, *Pendidikan dan Promosi Kesehatan Untuk Mahasiswa Keperawatan*, (Medan: BSM, 2020), h. 89

tersebut akhirnya akan dilakukan.⁵¹

Minat nasabah adalah suatu rasa suka serta rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas tanpa adanya dorongan dari pihak lain, minat beli ini merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen.⁵² Keputusan untuk meninggikan produk, merk, dan jasa ini semata-mata untuk memuaskan kebutuhan mereka.⁵³

Selain itu, minat konsumen ditafsirkan sebagai sebuah sumber keyakinan yang terdalem dalam mementingkan kepentingan konsumen dan menciptakan suatu nilai positif seperti kejujuran, sifat sebenarnya, kewajaran dan kemauan untuk meningkatkan bentuk ketertarikan lain yang lebih dalam diri konsumen. Menandakan bahwa minat konsumen juga sangat berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen.⁵⁴

Dari pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa

⁵¹ Maulida Isnaine, *Analisis Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Minta Nasabah Menabung pada BMT Taruna Sejahtera Cabang Tuntang*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga 2016), h.9

⁵² Komaruddin, *Ensiklopedia Manajemen*, (Jakarta: Bina Aksara, 1994), h.94

⁵³ Boyd, dkk. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. (Jakarta: Erlangga, 2000), h. 6

⁵⁴ Yuliana Siti Chotifah, *Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Program Office Channeling*, *Journal of Finance and Islamic Banking* Vol.1 No.1 Januari-Juni2018, h. 67

minat konsumen yaitu suatu keinginan konsumen untuk menggunakan produk atau jasa berdasarkan melihat karakter-karakter produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen namun tindakan tersebut belum ada keputusan atau belum terealisasi dengan nyata.⁵⁵

2. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen

Cukup banyak faktor yang mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, secara garis besarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu:⁵⁶

1. Bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan (Misalnya: bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, dan kepribadian)
2. Berasal dari luar yang mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan masyarakat.

Ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu:⁵⁷

1. Dorongan dari dalam individu, misalnya dorongan untuk makan. Dorongan untuk makan akan membangkitkan untuk bekerja atau mencari

⁵⁵ Yuliana Siti Chotifah, *Peningkatan Minat Menabung....*, h.67

⁵⁶ Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), h.

⁵⁷ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 263

penghasilan, minat terhadap produksi makanan, dan lain-lain.

2. Motif sosial, dapat juga menjadi faktor yang dapat membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas, tertentu. Misalnya minat terhadap pakaian timbul karena ingin mendapatkan persetujuan atau penerimaan dan perhatian orang lain.
3. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas menimbulkan perasaan senang, hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut, sebaliknya kegagalan akan menghilangkan minat terhadap hal tersebut.

3. Indikator Minat

Minat merupakan kecendrungan seseorang yang berasal dari luar maupun dalam diri yang mendorongnya untuk merasa tertarik terhadap suatu hal sehingga timbul perasaan senang.⁵⁸

Menurut Ferdinand, minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:⁵⁹

⁵⁸ Syardiansyah, *Hubungan Motivasi Belajar dan Minat Belajar Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Mata Kuliah Pengantar Manajemen*, (Manajemen dan Keuangan, Vol 5, NO 1, 2016), h. 444

⁵⁹ Ferdinand, Augusty, *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*,

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- d. Minat eksploratif, menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk menc
sifat-sifat positif dari produk tersebut.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan oleh penulis adalah jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif atau hubungan adalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.⁶⁰

(Semarang, 2002), h.129

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2018), h.92

Yaitu variabel sosialisasi, dan edukasi masyarakat tentang bank syariah terhadap minat menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

Dalam pendekatan kuantitatif hubungan diantara variabel-variabelnya dianalisis dengan menggunakan teori yang obyektif.⁶¹ Adapun tujuan memilih jenis penelitian dengan pendekatan kuantitatif adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh sosialisasi (X_1) dan edukasi (X_2) masyarakat tentang bank syariah terhadap minat menabung (Y) di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari September 2020 sampai Agustus 2021.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di lingkungan sekitar BPRS Muamalat Harkat Sukaraja. Jln.Raya Bengkulu Seluma Km.32 Kec.Sukaraja.

36

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, h.80

Populasi berasal dari kata bahasa Inggris *population*, yang berarti jumlah. Dalam metode penelitian kata populasi amat populer, digunakan untuk menyebutkan serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian, pengambilan sampel dapat mewakili seluruh populasi.⁶²

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat di lingkungan BPRS Muamalat Harkat Sukaraja. Berdasarkan data yang diperoleh dari Data Kependudukan Nasional Semester II tahun 2020 adalah sejumlah 2.103 jiwa yang merupakan populasi dalam penelitian ini.⁶³

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.⁶⁴ Bila populasi besar maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk

⁶² Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana Prenamedia Group, 2014), h.141

⁶³ Dukcapil provinsi Bengkulu. Data Kependudukan Nasional Semester II tahun 2020, dikutip dari <https://dukcapil.bengkuluprov.go.id/wp-content/uploads/2021/03/Master-Buku-Semester-II-Tahun-2020.pdf>, pada Jumat 27 Agustus 2021, pukul 17.00 WIB.

⁶⁴ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), h.310

sampel yang diambil dari populasi harus mewakili (representatif).⁶⁵

Teknik dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* menurut Sugiyono adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun langkah-langkah untuk mengambil subjek yang menjadi sampel ini dilakukan dengan cara:

1. Menentukan tempat untuk dijadikan penelitian dengan pertimbangan lokasi ± 1 KM dari lokasi.
2. Menentukan subjek yang akan dijadikan responden penelitian dengan kriteria laki-laki dan perempuan usia produktif 17-66 Tahun.

Mengingat keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, maka penulis menentukan sampel dengan menggunakan rumus Slovin berikut ini:⁶⁶

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2018), h.80

⁶⁶ Bambang Prasetyo dan Lina, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali, 2014), h.137

N = ukuran populasi

e = nilai kritis (batas ketelitian) yaitu sebesar 10%

Dalam penelitian ini jumlah populasi 2.103 dengan batas kesalahan yang diinginkan adalah 10%. maka pengoperasian rumus Slovin diatas sebagai berikut :

$$n = \frac{2.103}{1 + 2.103(10\%)^2}$$

$$n = \frac{2.103}{1 + 2.103 (0,01)}$$

$$n = \frac{2.103}{1 + 21,03}$$

$$n = \frac{2.103}{22,03}$$

$$n = 95,46$$

$$n = 95 \text{ orang}$$

Jadi, dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah sebanyak 95 orang dari jumlah populasi.

D. Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data

1) Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah:⁶⁷

1. Data primer.

⁶⁷ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: Rajagrafindo, 2012), h. 21

Dimana merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian.⁶⁸ Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner dan observasi pada masyarakat di sekitar BPRS Muamalat Harkat Sukaraja dengan jumlah 95 orang menjadi sampel.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang mendukung atas permasalahan yang akan dibahas, yang diperoleh dari hasil studi perpustakaan baik jurnal, artikel, buku, skripsi, dll.⁶⁹

2) Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data yaitu suatu metode dimana peneliti melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap kegiatan yang diteliti untuk memperkuat penelitian ini.⁷⁰ Adapun metode yang digunakan sebagai berikut :

1. Kuesioner (Angket)

⁶⁸ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: Rajagrafindo, 2012), h. 21

⁶⁹ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, h. 21

⁷⁰ Jogiyanto Hartono, *Metode Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*, (Yogyakarta: Andi, 2018), h. 3

Kuesioner merupakan salah satu alat yang penting untuk pengambilan data.⁷¹ Kuesioner dalam penelitian ini dikumpulkan dengan cara mengirim suatu daftar pertanyaan kepada responden untuk di isi. Hal ini dimaksudkan untuk memperoleh data tentang pengaruh sosialisasi dan edukasi masyarakat tentang bank Syariah terhadap minat menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode untuk memperoleh bukti dalam bentuk dokumen atau tulisan.⁷² Metode ini digunakan untuk mendapatkan informasi tentang profil sejarah BPRS Muamalat Harkat Sukaraja. Dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan dokumentasi file dan foto-foto pada saat penelitian dilakukan.

E. Variabel Dan Definisi Operasional

1. Variable Bebas (Independent Variables)

Variabel bebas (independent) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya

⁷¹ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*, (Jakarta: Prenemedia, 2012), h. 139

⁷² Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi...*, h. 139

atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁷³ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah:

- a. Variabel X1 adalah sosialisasi dengan indikator sebagai berikut:
1. Sikap
 2. Intraksi
 3. Pengetahuan
 4. Motivasi
 5. Peningkatan

Tabel 3.1
Variabel Independent

Variabel	Definisi Oprasional	Indikator
Sosialisasi (X1)	Proses pengenalan atau pembelajaran untuk saling mempengaruhi satu sama lain.	Sikap
		Interaksi
		Pengetahuan
		Motivasi
		Peningkatan

- b. Variabel X2 adalah edukasi dengan indikator sebagai berikut:⁷⁴

1. Pengajaran
2. Pendidikan

⁷³ Nanang Sunarto, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h.61

⁷⁴ Hasbullah, *Dasar-Dasar Ilmu Pendidikan*, (Jakarta: Rajawali, 2013). h.8

3. Bimbingan
4. Pelatihan
5. Kualitas

Tabel 3.2
Variabel Independent

Variabel	Definisi Oprasional	Indikator
Edukasi (X2)	Proses pemberian pengetahuan dan kemampuan seseorang melalui pembelajaran dan pelatihan.	Pengajaran
		Pendidikan
		Bimbingan
		Pelatihan
		Kualitas

Sumber: Hasbullah, 2013

c. Variabel terikat (Dependen Variable)

Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah variabel (Y) Minat nasabah dalam menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja dengan indikator sebagai berikut :⁷⁵

1. Minat Transaksional
2. Minat Refrensial
3. Minat Preferensial
4. Minat Eksploratif

Tabel 3.3
Variabel Dependen

Variabel	Definisi Oprasional	Indikator
Minat Menabung	Rasa suka atau rasa ketertarikan terhadap objek tertentu yang	Minat Transaksional
		Minat Refrensial

⁷⁵ Ferdinand, Augusty, *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*, Semarang, 2002

	menurutnya menarik.	Minat Preferensial
		Minat Eksploratif

Sumber: Ferdinad, Agusty, 2002

F. Instrumen Penelitian

Instrument penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh, mengolah dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari responden. Instrument penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut:⁷⁶

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam bentuk kumpulan pertanyaan yang disusun secara sistematis dalam sebuah daftar pertanyaan, kemudian diberikan kepada responden untuk diisi. Setelah diisi oleh responden, kuesioner diambil kembali oleh peneliti.

Jenis angket yang digunakan adalah angket tertutup dengan sistem pengukuran berdasarkan skala likert. Kategori skala terdiri dari 5 (lima) tingkatan dengan skor 1 sampai 5. Kriteria skor tersebut sebagai berikut:

Tabel 3.4
Kriteria Penelitian Kuesioner/Angket

No	Kategori	Nilai
1	Sangat Setuju	5

⁷⁶ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi*, h. 163

2	Setuju	4
3	Ragu-Ragu	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Juliansyah Noor, 2012

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dalam penelitian ini metode dokumentasi digunakan untuk melengkapi data yang berhubungan dengan gambaran umum BPRS Muamalat Harkat Sukaraja adalah file yang diberikan oleh pihak pegadaian syariah dan brosur. Data yang diperoleh adalah sebagai berikut:⁷⁷

- a. Profil Lembaga BPRS Muamalat Harkat Sukaraja
- b. Letak Geografis BPRS Muamalat Harkat Sukaraja
- c. Visi dan misi BPRS Muamalat Harkat Sukaraja
- d. Struktur Organisasi BPRS Muamalat Harkat Sukaraja
- e. Mekanisme Produk

G. Teknik Analisa Data

1. Pengujian Kualitas Data
 - a. Validitas dan Reliabilitas

⁷⁷ Dokumentasi BPRS Muamalat Harkat Sukaraja tahun 2021

1) Validitas

Instrumen yang valid alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.⁷⁸

$$R_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

X = Variabel bebas

Y = Variabel terikat

N = Jumlah sampel

$\sum X$ = Jumlah skor X

$\sum Y$ = Jumlah skor Y

$\sum XY$ = Jumlah perkalian antara X dan

r_{xy} = Koefisien korelasi antara X dan Y

Konsistensi alat ukur yang digunakan dalam uji validitas memiliki kriteria apabila suatu indikator dinyatakan valid dengan syarat jika nilai r hitung $> r$ tabel.

2) Reabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup atau dapat

⁷⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D*. (Bandung: Alfabeta, 2011), hal. 173

dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik.⁷⁹ Suatu instrument dikatakan realible apabila jawaban seseorang (responden) terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan konsisten. Reliabilitas suatu variabel dikatakan baik jika nilai *Conbach Alpha* lebih dari 0,60.

b. Normalitas

Normalitas bertujuan untuk melihat apakah pada model regresi, data variable dependen dan independen berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji persyaratan analisis data atau uji asumsi klasik, artinya sebelum kita melakukan analisis yang sesungguhnya, data penelitian tersebut harus di uji kenormalan distribusinya.

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui kenormalan distribusi sebaran skor variabel apabila terjadi penyimpangan tersebut. Dalam penelitian untuk menguji normalitas data, peneliti menggunakan rumus Kolmogrov-Smirnov dengan ketentuan sebagai

⁷⁹Sofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, hal. 55

berikut :⁸⁰

- 1) Jika Signifikansi (*Significance level*) > 0.05 maka Distribusi normal
- 2) Jika signifikansi (*Significance level*) < 0.05 maka Distribusi tidak normal

c. Asumsi Klasik Multikolinearitas dan Heteroskedastisitas

1) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara variabel yang satu dengan variabel bebas yang lain dalam model regresi yang digunakan. Semakin kecil korelasi diantara variabel bebasnya maka semakin baik model regresi yang akan diperoleh. metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas yaitu dengan menggunakan *Tolerance* dan *Varianceinflation Faktor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka model regresi dapat dikatakan bebas dari masalah multikolinearitas.⁸¹

2) Uji Heteroskedastisitas

⁸⁰ Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate ...*, h.160

⁸¹Duwi Priyanto, *Analisis Korelasi Regresi dan Multivariate dengan SPSS* (Yogyakarta: Gava Media, 2011), h.60

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas:

- a) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Pengujian Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis digunakan hipotesis statistik yang merupakan pernyataan atau dugaan mengenai keadaan populasi yang sifatnya masih sementara atau lemah kebenarannya. Hipotesis statistik akan diterima jika pengujian membenarkan pernyataan dan akan ditolak jika terjadi penyangkalan dari pernyataannya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan hipotesis untuk memperjelas permasalahan dan memudahkan dalam

menyusun cara-cara penelitian, yaitu harus logis, jelas dan dapat di uji.⁸²

1. Analisa Regresi Berganda

Digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Adapun bentuk persamaannya sebagai berikut:⁸³

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dengan :

Y = variabel dependen (minat menabung)

β_0 = konstanta

β_1, β_2 = koefisien regresi masing-masing variable

X1 = variabel independen (Sosialisasi)

X2 = variabel independen (Edukasi)

2. Uji F

Uji F atau Uji koefisien secara serentak, yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) secara serentak terhadap variabel dependen (Y), apakah pengaruhnya signifikan atau tidak, adapun cara pengujiannya sebagai berikut :

1. Taraf Signifikansi $\alpha = 0,05$

⁸² Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik 2*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), h.255

⁸³ Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik 2*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), h.255

2. $\text{Sig} < \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
 3. Jika $\text{sig} > \alpha$, H_0 diterima dan H_a ditolak.
3. Uji t

Uji T untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Adapun cara pengujiannya sebagai berikut:

1. Taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
 2. $\text{Sig} < \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
 3. Jika $\text{sig} > \alpha$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
3. Koefisien Determinasi ⁸⁴

Koefisien determinasi (Coefficients of Determination) R^2 merupakan ukuran yang mengatakan seberapa besar baik garis regresi sampel cocok atau sesuai dengan datanya.⁸⁵

Tabel 3.5
Koefisien Determinasi

Proporsi/ Internal Koefisien	Keterangan
0%- 19,99%	Sangat rendah
20%- 39,99%	Rendah

⁸⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D*. (Bandung: Alfabeta, 2011), hal. 173

⁸⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D*. (Bandung: Alfabeta, 2011), hal. 173

40%- 59,99%	Sedang
60%- 79,99%	Kuat
80%- 100%	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, 2018:274

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. BPRS Muamalat Harkat

1. Sejarah BPRS Muamalat Harkat

Pendirian BPRS Muamalat Harkat Dimulai sejak tahun 1994, Bank Muamalat Harkat sudah beroperasi sejak tahun 1996. Merupakan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Pertama di propinsi Bengkulu.⁸⁶

Sebagai katalisator pengembangan lembaga–lembaga keuangan syariah di provinsi Bengkulu.

- a. Memberikan kontribusi yang positif kepada umat islam.
- b. Memberikan keuntungan yang wajar kepada para pemegang saham
- c. Mengusahakan pertumbuhan perusahaan yang optimal
- d. Meningkatkan dan Mengembangkan mutu kehidupan bekerja
- e. Mempunyai komitmen KeIslaman yang tinggi, secara khusus kepada Karyawan dan secara umum kepada Nasabah dan masyarakat.⁸⁷

2. Visi dan Misi BPRS Muamalat Harkat

⁸⁶ Dokumentasi BPRS Muamalat Harkat Sukaraja tahun 2021

⁸⁷ Dokumentasi BPRS Muamalat Harkat Sukaraja tahun 2021

a. Visi

BPRS Muamalat Harkat Mempunyai Visi:⁸⁸

- 1) Menjadi Bank Syariah Utama Di Bengkulu
- 2) Menjadi ⁵⁴ Dominan Diemotional/ethical market
- 3) Menjadi Pemain Yang Dikagumi di relational market (BMH:2004).

b. Misi

Turut berperan dalam menunjang pembangunan ekonomi umat islam, terutama upaya peningkatan peranan pedagang kecil bawah muslim dalam perekonomian yang selama ini tidak terjangkau oleh Bank.⁸⁹

“...Agar harta itu jangan hanya beredar di lingkungan orang kaya saja diantara kamu” (Al-hasyr : 7)

3. Kepengurusan Misi BPRS Muamalat Harkat Sukaraja

Pengelola PT .BPRS Muamalat Harkat Merupakan Sinergi antara cendikiawan Ulama dan Bankir sehingga diharapkan dapat memberikan rasa aman dan menumbuhkan kepercayaan nasabah, karena dikelola secara Profesional.⁹⁰

⁸⁸ Dokumentasi BPRS Muamalat Harkat Sukaraja tahun 2021

⁸⁹ Dokumentasi BPRS Muamalat Harkat Sukaraja tahun 2021

⁹⁰ Dokumentasi BPRS Muamalat Harkat Sukaraja tahun 2021

- a. Direksi
 - 1) Dharma Setiawan,SE Direktur Utama
 - 2) Deri Haspriyanti, A.Md Direktur
- b. Komisaris
 - 1) Yefriza,SE. MPPM. Ph.D Kom. Utama
 - 2) H. Zulkarnain Hazairin Sekretaris
4. Pemegang Saham
 1. Drs.H.A Razie Jachya 36.54%
 2. H. Iskandar Ramis, SIP. M.Si 14.95%
 3. H. Zulkarnain Hazairin, SH 12.56%
 4. H. Budi Hermanto, SH.MM 8.97%
 5. Drs. H. Muslihan DS 7.03%
 - 6 . Lainnya 19.95%
5. Dewan Pengawas Syariah
 1. Dr. H.M. Djupri, Drs, M. Si Ketua
 2. Drs. H. Iskandar Rami,SIP, M.Si Anggota

B. Hasil Penelitian

1. Data Deskriptif Responden

Data deskriptif yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden merupakan informasi tambahan untuk menguatkan hasil penelitian. Pada penelitian ini, peneliti menyebarkan angket (kuesioner) kepada sampel sebanyak 95 responden. Responden dalam penelitian ini memiliki

karakteristik sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Jenis Kelamin

l		Frequency	Percent
Valid	Laki-Laki	38	40.0
	Perempuan	57	60.0
	Total	95	100.0

Sumber: Data Primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa total responden dalam penelitian berjumlah 95 orang, dengan pembagian persentase sebanyak 60% orang responden berjenis kelamin laki-laki dan 40 berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.2
Karakteristik Umur

		Frequency	Percent
Valid	17	1	1.1
	19	6	6.3
	20	7	7.4
	21	9	9.5
	22	9	9.5
	23	12	12.6
	24	10	10.5
	25	10	10.5
	26	4	4.2
	27	4	4.2
	28	5	5.3
	29	1	1.1
	30	3	3.2
	31	1	1.1

	32	1	1.1
	33	1	1.1
	34	3	3.2
	35	1	1.1
	37	1	1.1
	38	1	1.1
	40	2	2.1
	42	1	1.1
	57	1	1.1
	66	1	1.1
	Total	95	100.0

Sumber: Data Primer yang diolah 2021

Tabel di atas menjelaskan bahwa karakteristik umur responden dalam penelitian usia termuda responden dalam penelitian adalah 17 tahun dengan banyak responden 1 orang dengan persentase kumulatif 1,1% dan usia tertua adalah 66 tahun dengan jumlah responden 1 orang dengan persentase kumulatif 1,1%, sedangkan usia terbanyak responden penelitian adalah usia 23 tahun dengan jumlah responden 12 orang dengan persentase kumulatif 12,6%.

2. Pengujian Kualitas Data

a. Pengujian Validitas

Uji validitas ini digunakan sebelum kuisioner disebarkan kepada objek penelitian untuk mengukur tingkat keakuratan sebuah instrument penelitian. Adapun metode yang digunakan pada uji validitas ini menggunakan Pearson Corelation, dimana dikatakan valid

jika nilai konsistensi alat ukur yang digunakan dalam uji validitas memiliki kriteria apabila suatu indikator dinyatakan valid dengan syarat $r_{hitung} > r_{tabel}$. Adapun r_{tabel} dalam penelitian adalah 0,169.⁹¹

Tabel 4.3
Hasil Uji Variabel Penelitian

No	Variabel	Item Angket	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Variabel X1	1	0.517	0.169	Valid
		2	0.543	0.169	Valid
		3	0.640	0.169	Valid
		4	0.501	0.169	Valid
		5	0.624	0.169	Valid
		6	0.612	0.169	Valid
		7	0.609	0.169	Valid
		8	0.502	0.169	Valid
		9	0.674	0.169	Valid
		10	0.603	0.169	Valid
2	Variabel X2	1	0.421	0.169	Valid
		2	0.564	0.169	Valid
		3	0.681	0.169	Valid
		4	0.583	0.169	Valid
		5	0.543	0.169	Valid
		6	0.587	0.169	Valid
		7	0.571	0.169	Valid
		8	0.639	0.169	Valid

⁹¹ Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*, (Andi: Yogyakarta, 2011), h. 310

		9	0.593	0.169	Valid
		10	0.473	0.169	Valid
	Variabel XY	1	0.191	0.169	Valid
		2	0.395	0.169	Valid
		3	0.478	0.169	Valid
		4	0.465	0.169	Valid
		5	0.661	0.169	Valid
		6	0.519	0.169	Valid
		7	0.424	0.169	Valid
		8	0.452	0.169	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah 2021

b. Pengujian Realibilitas

Uji reliabilitas data digunakan penyebaran kepada responden sudah dapat dipercaya. Suatu instrumen dikatakan reliable apabila jawaban seseorang (responden) terhadap pertanyaan atau pernyataan yang diajukan konsisten atau stabil. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus Alpha Cronbach.

Konstanta alat ukur yang digunakan dalam uji realibilitas ini memiliki kriteria apabila suatu indikator dinyatakan realibel dengan syarat Cronbach Alpha lebih besar 0.60, maka dinyatakan realibel, sedangkan jika Cronbach Alpha lebih kecil 0.60, maka dinyatakan tidak

realibel.⁹²

Tabel 4.4
Hasil Uji Realibilitas

No	Keterangan	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1	X1	0,784	Realibilitas
2	X2	0,781	Realibilitas
3	Y	0,644	Realibilitas

Sumber: Data Primer yang diolah 2021

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai cronbach alpha untuk ke 3 variabel penelitian yang diteliti memiliki nilai koefisien *Cronbach alpha* yang lebih besar dari 0,60. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa alat ukur atau instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat mengukur analisis faktor sosialisasi dan edukasi masyarakat tentang bank syariah terhadap minat menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

3. Deskripsi Data Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap 95 orang responden, dengan tingkat partisipasi responden 100% dari angket yang disebarkan semuanya dikembalikan dengan terisi lengkap. Data penelitian telah disusun dalam bentuk tabulasi skor analisis analisis faktor sosialisasi dan edukasi

⁹² Imam Ghozali. *Aplikasi Multivariate dengan...*, h. 48

masyarakat tentang bank syariah terhadap minat menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

Dengan selalu bersumber pada hasil penelitian tersebut deskriptif data disajikan secara bertahap dari masing-masing variabel, baik variabel bebas maupun terikat. Deskriptif data hasil penelitian ditampilkan dalam beberapa macam ukuran tendensi sentral, yaitu *mean*, *median*, *modus*, *maximum*, *minimum* dan *sum*. Penyajian deskriptif data ini untuk mengetahui gambaran dari masing-masing indikator variabel secara keseluruhan. Masing-masing deskriptif data variabel dengan uraian seperti berikut :

1. Deskriptif Data Faktor Sosialisasi

Angket untuk faktor sosialisasi disebarkan kepada responden sebanyak 95 responden yang merupakan nasabah dari BPRS Muamalat Harkat Sukaraja. Dan dijawab atau dikembalikan sebanyak jumlah yang sama yaitu 95 (100%) angket. Adapun deskriptif data faktor sosialisasi (X_1) dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.5

Deskripsi Data Faktor sosialisasi

Statistics		
Faktor Sosialisasi		
N	Valid	95
	Missing	0
Mean		37.61

Median	36.00
Mode	35
Std. Deviation	4.520
Variance	20.432
Range	19
Minimum	30
Maximum	49
Sum	3573

Sumber: Data Primer yang diolah 2021

Dari tabel di atas dapat dilihat, valid menunjukkan 95, berarti semua responden sesuai dengan jumlah N-nya yaitu 95. Besarnya angka missing nol (0), berarti tidak ada yang kosong pada skor variabel yang dianalisis. *Mean* 37,61 yang berarti nilai rata-rata dari faktor sosialisasi (X_1). Median adalah nilai yang membagi distribusi data kedalam dua bagian yang sama besar atau suatu nilai yang membagi 50% nilai atas dan 50% frekuensi nilai bawah, pada faktor sosialisasi adalah 36 sehingga frekuensi yang terdapat di atas sama dengan frekuensi yang terdapat di bawah. *Mode* (modus) adalah skor paling banyak, yaitu 35. Skor *maximum* skor atau nilai tertinggi adalah 49, *mimimum* atau skor terendahnya adalah 30, dan *sum* jumlah skor keseluruhan adalah 3573.

Selanjutnya untuk mendapatkan gambaran tentang distribusi skor faktor sosialisasi dapat dilihat

pada sumbangan frekuensi data dibawah ini :

Tabel 4.6
Frekuensi Data Faktor sosialisasi

Faktor Sosialisasi					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	30	1	1.1	1.1	1.1
	31	4	4.2	4.2	5.3
	32	6	6.3	6.3	11.6
	33	4	4.2	4.2	15.8
	34	10	10.5	10.5	26.3
	35	12	12.6	12.6	38.9
	36	11	11.6	11.6	50.5
	37	5	5.3	5.3	55.8
	38	11	11.6	11.6	67.4
	39	2	2.1	2.1	69.5
	40	6	6.3	6.3	75.8
	42	4	4.2	4.2	80.0
	43	11	11.6	11.6	91.6
	45	1	1.1	1.1	92.6
	46	1	1.1	1.1	93.7
	47	3	3.2	3.2	96.8
	48	2	2.1	2.1	98.9
	49	1	1.1	1.1	100.0
		Total	95	100.0	100.0

Sumber: Data Primer yang diolah 2021

2. Deskriptif Data Faktor Edukasi Masyarakat

Angket untuk faktor edukasi disebarkan kepada responden sebanyak 95 orang yang merupakan nasabah BPRS Muamalat Harkat Sukaraja. Dan dijawab atau

dikembalikan sebanyak jumlah yang sama yaitu 95 (100%) angket. Angket yang dikembalikan semuanya terisi dengan baik. Adapun deskriptif data faktor edukasi (X_2) dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.7
Deskripsi Data Faktor Edukasi Masyarakat

Statistics		
Edukasi Masyarakat		
N	Valid	95
	Missing	0
Mean		37.66
Median		37.00
Mode		37
Std. Deviation		4.653
Variance		21.651
Range		26
Minimum		22
Maximum		48
Sum		3578

Sumber: Data Primer yang diolah 2021

Dari tabel di atas valid menunjukkan 95, berarti semua responden dianalisis semua sesuai dengan jumlah sampelnya yaitu 95. Besarnya angka missing nol (0), berarti tidak ada yang kosong pada skor variabel yang dianalisis. *Mean* 37,66 yang berarti nilai rata-rata dari faktor edukasi (X_2). Median adalah nilai yang membagi distribusi data kedalam dua bagian yang sama besar atau

suatu nilai yang membagi 50% nilai atas dan 50% frekuensi nilai bawah, pada faktor edukasi (X_2) adalah 37 sehingga frekuensi yang terdapat di atas sama dengan frekuensi yang terdapat di bawah. *Mode* (modus) adalah skor paling banyak, yaitu 37 Skor *maximum* skor atau nilai tertinggi adalah 48, *mimumum* atau skor terendahnya adalah 22 dan *sum* jumlah skor keseluruhan adalah 3578.

Selanjutnya untuk mendapatkan distribusi frekuensi faktor sosialisasi dapat dilihat pada histogram dibawah ini :

Tabel 4.8
Frekuensi Data Faktor edukasi masyarakat

Edukasi Masyarakat					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	22	1	1.1	1.1	1.1
	30	2	2.1	2.1	3.2
	31	6	6.3	6.3	9.5
	33	9	9.5	9.5	18.9
	34	5	5.3	5.3	24.2
	35	6	6.3	6.3	30.5
	36	10	10.5	10.5	41.1
	37	12	12.6	12.6	53.7
	38	8	8.4	8.4	62.1
	39	7	7.4	7.4	69.5
	40	5	5.3	5.3	74.7
41	3	3.2	3.2	77.9	

	42	5	5.3	5.3	83.2
	43	7	7.4	7.4	90.5
	45	1	1.1	1.1	91.6
	46	4	4.2	4.2	95.8
	47	3	3.2	3.2	98.9
	48	1	1.1	1.1	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah 2021

3. Deskriptif Data Variabel Minat Menabung

Angket untuk variabel minat menabung disebarkan kepada responden sebanyak 95. Dan dijawab atau dikembalikan sebanyak jumlah yang sama yaitu 95 (100%). Angket yang dikembalikan semuanya terisi dengan baik. Adapun gambaran atau deskriptif data variabel minat menabung (Y) dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.9

Deskripsi Data Variabel Minat Menabung

Statistics		
Minat Menabung		
N	Valid	95
	Missing	0
Mean		31.04
Median		31.00
Mode		30
Std. Deviation		2.862
Variance		8.190
Range		14
Minimum		25

Maximum	39
Sum	2949

Sumber: Data Primer yang diolah 2021

Dari tabel di atas dapat dilihat, valid menunjukkan 95, berarti semua responden dianalisis semua sesuai dengan jumlah sampelnya yaitu 95. Besarnya angka missing nol (0), berarti tidak ada data yang kosong pada skor variabel yang dianalisis. *Mean* 31,04 yang berarti nilai rata-rata dari variabel minat menabung (Y). Median adalah nilai yang membagi distribusi data kedalam dua bagian yang sama besar atau suatu nilai yang membagi 50% nilai atas dan 50% frekuensi nilai bawah, pada variabel minat menabung (Y) adalah 31 sehingga frekuensi yang terdapat di atas sama dengan frekuensi yang terdapat di bawah. *Mode* (modus) adalah skor paling banyak, yaitu 30 Skor *maximum* skor atau nilai tertinggi adalah 39, *mimimum* atau skor terendahnya adalah 25 dan *sum* jumlah skor keseluruhan adalah 2949.

Selanjutnya untuk mendapatkan distribusi frekuensi skor variabel minat menabung (Y) dapat dilihat pada histogram dibawah ini:

Tabel 4.10
Frekuensi Data Minat Menabung

Minat Menabung					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	25	1	1.1	1.1	1.1
	26	4	4.2	4.2	5.3
	27	5	5.3	5.3	10.5
	28	9	9.5	9.5	20.0
	29	9	9.5	9.5	29.5
	30	16	16.8	16.8	46.3
	31	13	13.7	13.7	60.0
	32	10	10.5	10.5	70.5
	33	4	4.2	4.2	74.7
	34	10	10.5	10.5	85.3
	35	12	12.6	12.6	97.9
	38	1	1.1	1.1	98.9
	39	1	1.1	1.1	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah 2021

4. Uji Asumsi Dasar

1. Pengujian Normalitas⁹³

Normalitas digunakan untuk melihat apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan kolmogorov smirnov dengan kriteria jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal. Sebaliknya Jika nilai sigifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut tidak

^{93 93} V.Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonom...*

berdistribusi normal.⁹⁴

Pengujian normalitas yang digunakan adalah teknik kolmogorov smirnov, untuk menentukan normalitas digunakan pedoman sebagai berikut:

Signifikan uji (α) = 0.05

Jika $\text{sig} > \alpha$ maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Jika $\text{sig} < \alpha$ maka sampel tidak berasal dari populasi yang tidak normal.⁹⁵

Tabel 4.11
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.13407122
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.075
	Negative	-.046
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 2021

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai kolomogorov smirnov *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar

⁹⁴ V.Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonom...*, h.

⁹⁵Suliyanto. *Ekonometrika Terapan...* , h. 75

0,200 > dari nilai kritis 0,05. maka hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel berdistribusi normal dan layak dilanjutkan untuk dilakukan pengujian kualitas data selanjutnya.

5. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Multikolinearitas

Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas yaitu dengan menggunakan *tolerance* dan variance inflation factor (VIF). Uji multikolinearitas yaitu dengan menggunakan *tolerance* dan *variance inflation faktor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka model regresi dapat dikatakan bebas dari masalah multikolinearitas.

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	TOL	VIF	Keterangan
X1	0,265	3,780	Bebas Multikolinearitas
X2	0,265	3,780	Bebas Multikolinearitas

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 2021

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* faktor sosialisasi dan edukasi lebih besar dari 0.1, dan nilai VIF₁, faktor sosialisasi dan edukasi lebih kecil dari 10 artinya model regresi dikatakan bebas dari

masalah multikolinearitas. Jadi berdasarkan hasil uji multikolinearitas penelitian selanjutnya bisa menggunakan statistik parametris dalam uji hipotesisnya menggunakan uji regresi berganda.

b) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan nilai signifikansi antara variabel independent dengan absolut residual $> 0,05$ tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Adapun identifikasi heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan metode Glesjer, adapun hasil penelitian menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.13
Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Sig _{hitung}	Keterangan
X1	0,05	0,266	Bebas Heteroskedastisitas
X2	0,05	0,803	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 2021

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan faktor sosial adalah sebesar 0,266 lebih besar dari 0,05 dan edukasi bernilai 0,803 lebih besar dari 0,05. Jadi berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas penelitian ini bebas dari masalah heteroskedastisitas, selanjutnya hasil

data dapat menggunakan statistik analisis parametris dalam uji hipotesisnya menggunakan uji regresi berganda.

6. Pengujian Hipotesis

a. Hasil Uji Regresi Berganda

Pada penelitian ini, uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah dengan menggunakan model regresi berganda. Hal ini dikarenakan pada penelitian ini peneliti ingin meneliti pengaruh dari dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat. Berikut disajikan hasil dari analisis regresi linear berganda.

Tabel 4.14
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.838	1.910		7.769	.000
	Faktor Sosialisasi	.194	.096	.306	2.025	.046
	Edukasi Masyarakat	.237	.093	.385	2.546	.013

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 2021

Berdasarkan tabel hasil uji regresi linear berganda di atas, maka dapat dibuat suatu persamaan regresi linear seperti berikut ini:

$$Y = 14,838 + 0,194X_1 + 0,237X_2$$

Dari persamaan regresi linear diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta atau β_0 dari persamaan regresi linear adalah sebesar 14,838 yang berarti tanpa adanya faktor sosialisasi (X_1), faktor edukasi masyarakat (X_2), maka minat menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja (Y) sebesar 14,838.
- 2) Nilai koefisien regresi faktor sosialisasi (X_1) adalah sebesar 0,194 yang berarti jika faktor sosialisasi dimanfaatkan atau ditingkatkan akan memberikan efek kenaikan terhadap minat menabung masyarakat di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja sebesar 0,194 dan variabel lain dianggap tetap.
- 3) Nilai koefisien regresi edukasi masyarakat (X_2) adalah sebesar 0,237 yang berarti jika edukasi masyarakat dimaksimalkan dan dinaikkan dalam satu satuan maka akan menyebabkan kenaikan terhadap minat menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja sebesar 0,237 dan variabel lain dianggap tetap .

b. Uji-t

Uji statistik t merupakan pengujian secara parsial apakah terdapat perubahan antara variabel indepent terhadap variabel dependent dalam penelitian yaitu

faktor sosialisasi terhadap minat menabung dan faktor edukasi masyarakat terhadap minat menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja. Jika hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai signifikan (sig) < hitung 0,05 maka terdapat perubahan. Sedangkan jika nilai signifikan (sig) > alpha 0,05 maka tidak terdapat perubahan. Berikut disajikan hasil penelitian uji t.

Tabel 4.15

Hasil uji t

Coefficients^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	14.838	1.910		7.769	.000
	Faktor Sosialisasi	.194	.096	.306	2.025	.046
	Edukasi Masyarakat	.237	.093	.385	2.546	.013

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 2021

Berdasarkan hasil uji t di atas, maka dapat dilihat pada penjelasan berikut:

- 1) Nilai (sig) untuk faktor sosialisasi (X_1) sebesar 0,046 yang berarti lebih kecil dari nilai α 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial faktor sosialisasi

mempengaruhi minat menabung masyarakat di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

- 2) Nilai (sig) dari faktor edukasi masyarakat (X_2) sebesar 0,013 yang berarti lebih kecil dari nilai α 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial faktor edukasi masyarakat mempengaruhi terhadap minat menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

c. Hasil Uji –F

Teknik uji F dengan metode uji anova yaitu untuk melihat apakah ada perubahan dari semua variabel bebas (independent) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (dependent). Uji F ini digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan koefisien variabel bebas mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikat,⁹⁶

Uji F ini untuk mengetahui faktor sosialisasi (X_1) dan edukasi masyarakat (X_2) mempengaruhi minat menabung (Y) di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja. Keputusan dari uji F ini bisa didapatkan dinilai dengan membandingkan antara nilai sig dengan taraf signifikan

⁹⁶ Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2011, h.

(Sig) sebesar 0,05. Jika nilai sig kurang dari 0,05 maka uji F dinyatakan memiliki pengaruh, maka berikut disajikan hasil dari penelitian uji F.

Tabel 4.16
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	341.731	2	170.866	36.719	.000 ^b
	Residual	428.100	92	4.653		
	Total	769.832	94			
a. Dependent Variable: Minat Menabung						
b. Predictors: (Constant), Edukasi Masyarakat, Faktor Sosialisasi						

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 2021

Berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil uji F (Anova) nilai signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa faktor sosialisasi (X_1) dan faktor edukasi (X_2) mempengaruhi minat menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

d. Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi dalam penelitian ini menggunakan Adjusted R square (R^2) yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen.⁹⁷

⁹⁷ Setiawan dan Dwi Endah Kusri, *Ekonomitrika*, ...h. 64

Koefisien determinasi R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase kontribusi faktor sosialisasi dan edukasi dalam mempengaruhi minat menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

Tabel 4.17
R Square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.666 ^a	.444	.432	2.157
a. Predictors: (Constant), Edukasi Masyarakat, Faktor Sosialisasi				

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 2021

Pada tabel diatas, maka diperoleh nilai koefisien determinasi atau r square sebesar 0,444 hal ini dapat diartikan bahwa kemampuan faktor sosialisasi (X_1) dan faktor edukasi (X_2) dalam mempengaruhi minat menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja adalah sebesar 0.444 atau 44,40% sisanya 55,60% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diriset dalam penelitian ini.

C. Pembahasan

1. Faktor sosialisasi berpengaruh terhadap minat menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja, Hasil perhitungan uji parsial diperoleh hasil sig sebesar 0.046 lebih kecil dari nilai signifikansi 0.05.

Karel J. Veeger, mendefinisikan sosialisasi sebagai suatu proses belajar mengajar, melalui individu belajar menjadi anggota masyarakat, di mana prosesnya tidak semata-mata mengajarkan pola-pola perilaku sosial kepada individu, tetapi juga individu tersebut mengembangkan dirinya atau melakukan proses pendewasaan dirinya. Sosialisasi merupakan proses di mana seseorang mempelajari pola-pola hidup dalam masyarakat sesuai dengan nilai-nilai, norma dan kebiasaan yang berlaku untuk berkembang sebagaimana anggota masyarakat dan sebagai individu (pribadi).⁹⁸

Hasil riset peneliti sejalan dengan riset yang dilakukan oleh Suryadi, Hasil penelitian bahwa variabel sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung. Variabel pribadi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung. Variabel psikologis tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat menabung.⁹⁹

⁹⁸ Elly M. Setiadi & Usman Kolip, *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi dan Pemecahannya*, Cet. Ke-3 (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2013), h. 155.

⁹⁹ Suyadi, *Analisis Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Minat Nasabah Menabung di Kssps Bmt Baskara Asri Sejati Cabang Sekampung di Kabupaten Lampung Timur*, (Fidusia: Vol 1, No 1, 2018), h.14

2. Edukasi masyarakat berpengaruh terhadap minat menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja, Hasil perhitungan uji parsial diperoleh hasil sig sebesar 0.013 lebih kecil dari nilai signifikansi 0.05.

Menurut Bambang Waluyo Dalam cetak biru BI Edukasi atau pendidikan masyarakat dalam bidang Perbankan adalah edukasi yang dilakukan pada intinya merupakan pemberian informasi dan pemahaman kepada masyarakat mengenai fungsi dan kegiatan usaha Bank, serta produk dan jasa yang ditawarkan Bank kepada nasabah, edukasi nasabah merujuk pada pemberian informasi dan pemahaman kepada nasabah tentang fungsi dan kegiatan usaha Bank, serta produk dan jasa yang ditawarkan Bank Syariah. Edukasi tersebut sangat diperlukan untuk mendukung kesetaraan hak dan kewajiban antara nasabah sebagai konsumen produk dan jasa Perbankan dengan Bank sebagai pelaku usaha yang menyediakan produk dan jasa kepada nasabah. Pada dasarnya nasabah perlu memahami secara baik produk dan jasa Perbankan yang akan digunakan sehingga keputusannya menjadi nasabah tidak salah. Termasuk tingkat risiko yang akan dihadapi (*risk awareness*).

Hasil riset peneliti sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurul Saraswati¹⁰⁰, adapun hasil riset menjelaskan variabel pengetahuan masyarakat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah. Hal ini dibuktikan bahwa variabel pengetahuan konsumen dengan nilai t hitung untuk variabel pengetahuan diperoleh sebesar 12,100 sedangkan signifikansinya 0,000 (lebih kecil dari taraf signifikan 0,05). Dan dari hasil uji koefisien determinasi model summary diperoleh nilai R Square (R²) adalah 0.599 atau 59,9%, jadi sebesar 59,9% pengambilan keputusan menjadi nasabah di Bank Muamalat KCP Magelang dipengaruhi oleh variabel pengetahuan masyarakat.

Faktor sosialisasi dan edukasi masyarakat terhadap minat menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja, berdasarkan hasil analisis uji F (Simultan), dihasilkan kesimpulan adanya pengaruh faktor sosial dan edukasi masyarakat terhadap minat menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja dengan hasil uji F lebih kecil 0,000 dari nilai signifikansi sebesar 0,05.

¹⁰⁰ Nurul Saraswati, *Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Muamalat KCP Magelang (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Magelang)*, (Skripsi: UIN Walisongo Semarang, 2016), h.ix

Hasil riset sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sri Indah Cahyani¹⁰¹, yang dalam penelitiannya menyimpulkan hasil variabel sosialisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat santri Pondok Pesantren Darul Falah Besongo Semarang untuk menabung di bank, dengan nilai t hitung $-0,494$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,623$. Sedangkan variabel pengetahuan dan persepsi yang berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank dengan nilai t hitung sebesar $3,341$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,001$ dan t hitung sebesar $2,242$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,028$

¹⁰¹ Sri Indah Cahyani, *Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan Dan Persepsi Santri Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darul Falah Besongo Semarang Tahun 2018)*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, 2019)

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Faktor sosialisasi berpengaruh terhadap variabel minat menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja berdasarkan hasil uji t dengan kriteria membandingkan nilai signifikansi dengan nilai $\text{sig}_{\text{hitung}}$. adapun nilai diperoleh yaitu $0,046 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis H_{a1} diterima H_0 ditolak.
2. Faktor edukasi masyarakat berpengaruh terhadap variabel minat menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja berdasarkan hasil uji t dengan kriteria membandingkan nilai signifikansi dengan nilai $\text{sig}_{\text{hitung}}$. adapun nilai diperoleh yaitu $0,013 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis H_{a2} diterima dan H_0 ditolak.
3. Faktor sosialisasi dan edukasi masyarakat dengan uji F dengan kriteria membandingkan nilai sig dengan nilai $\text{sig}_{\text{hitung}}$. adapun nilai diperoleh yaitu $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis H_{a3} diterima dan H_0 ditolak.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan riset tersebut, maka penulis memberi saran sebagai berikut:

1. Bagi Perbankan Syariah
 - a. Bagi Perbankan Syariah diharapkan dapat memberikan sosialisasi dan pengetahuan lebih kepada masyarakat terkait dengan bank syariah, seperti keuntungan menggunakan produk bank syariah, dasar hukum dan regulasi bank syariah melalui kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan perbankan dan *workshop* atau seminar.
 - b. Perlu diadakan kerjasama antara bank syariah sekaligus sektor terkait dengan ekonomi agar masyarakat bisa lebih mudah dalam mendapatkan informasi dan mendapat fasilitas jasa perbankan syariah.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Dalam memperoleh hasil penelitian yang lebih baik, maka perlu dilakukan kajian yang sifatnya terus-menerus dalam hal minat menabung di bank syariah dengan menambahkan variabel bebas yang lebih banyak seperti tingkat religiusitas, preferensi, iklan/informasi, pengalaman, pelayanan, produk, nilai syariah, dll.
 - b. Menambah objek penelitian bukan hanya di satu tempat saja.

- c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti lain untuk mengoreksi dan melakukan perbaikan seperlunya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aan Slamet Rusydiana, *Analiaia Masalah Pengembangan Perbankan Syariah Di Indonesia: Aplikasi Metode Analytic Network Process, Jurnal Bisnis dan Manajemen Volume 6 (2)*, Oktober 2016 P-ISSN: 2087-2038; E-ISSN:2461-1182
- Alwi, Hasan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Bandung: Balai Pustaka: 2012
- Anshori, A. G. *Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Perss. 2007.
- Apriliana, Nur. *Pengaruh Sosialisasi Produk Terhadap Minat Nasabah Memilig Pembiayaan Amanah Di Penggadaian Syariah Cabang Cakranegara Kota Matara*. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram,2017.
- Arifin, Z. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah, Cet.7*. Jakarta: Azkia . 2009.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.2013.
- Bhushan, P., &Medury,Y. *Financial literacy and its determinants. International Journal of Engineering, Business and Enterprise Applications*. (IJEBEA, 2013 dalam Daryanto, 2015
- Bungin, B. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana. 2014.
- Cahyani, Sri Indah. *Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan Dan Persepsi Santri Tentang Bank Syariah Terhadap Minat*

Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darul Falah Besongo Semarang Tahun 2018). Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, 2019.

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

Dinas Dukcapil Provinsi Bengkulu. Data Kependudukan Nasional Semester II tahun 2020, dikutip dari <https://dukcapil.bengkuluprov.go.id/wpcontent/uploads/2021/03/Master-Buku-Semester-II-Tahun-2020.pdf>, pada Jumat 27 Agustus 2021, pukul 17.00 WIB.

Elly, M. S dan Usman Kolip. *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori Aplikasi dan Pemecahannya*. Cet. Ke-3. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2013

Elly, M. S. *Pemahaman Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi dan Pemecahannya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2011.

Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta:CV Andi Offset.2013.

Faisal, Mustari. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UMY, Yogyakarta 2018.

Ferdinand, Augusty. *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2002.

- Firdaus, M. *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*. Jakarta: Bumi Aksara. 2004.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Semarang:BPUD.2013.
- Hamzah, S. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern*. Surabaya: Greisinda Press Surabaya. 2001.
- Harefa, Windy Septiani. Shinta Wahyu Hati, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Bagi Generasi Milenial (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Batam)*. Journal of Business Administration, Politeknik Negeri Batam. 2019.
- Hasan, I. *Pokok-Pokok Materi Statistik 2*. Jakarta: Bumi Aksara. 2012.
- Hasbullah. *Dasar-dasar Ilmu Pendidikan*. Jakarta: Rajawali.2013.
- Hendi Suhendi & Ramdani Wahyu. *Pengantar Studi Sosiologi Keluarga*. Bandung: Pustaka Setia. 2001.
- Isnaine, Maulida. *"Analisis Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Minta Nasabah Menabung pada BMT Taruna Sejahtera Cabang Tuntang"* Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga. 2016.
- Kementrian Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Surabaya: Karya Agung Surabaya.2006.
- Lina, B. P. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali. 2014.
- M. Komaruddin, Khoirani, Andri Brawijaya. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Pendidikan Berasuransi Pada Bank*

Syariah Mandiri Cabang Kota Bogor. Jurnal, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Djuanda. 2020.

Mamang Sangadji, E. d. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi . 2013.

Mutasowifin, A. *Menggagas Strategi Pengembangan Perbankan Syariah di Pasar Non Muslim*. Jurnal Universitas Paramadina, Vol. 3 No.1. 2003.

OJK, *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019*, dikutip dari <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-2019.aspx>, pada hari Jumat, tanggal 27 Agustus 2021, pukul 13.28 WIB

Pransiska, Nanda. *Analisis minat nasabah kecamatan Sukaraja terhadap Produk Tabungan Ku Pada Bprs Muamalat Harkat Seluma*. IAIN Bengkulu : Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2019.

Prayitno, Duwi. *Analisis Korelasi Regresi dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta :Gava Media.2011.

Prayitno, Duwi. *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*. Andi: Yogyakarta.2012.

Rusydiana, A. S. Analisis Masalah Pengembangan Perbankan Syariah Di Indonesia Aplikasi Metode Analytic Network Process. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 6 (2). 2016.

Saraswati, Nurul. *Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Muamalat KCP Magelang (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Magelang)*. Skripsi:UIN Walisongo Semarang 2016.

- Setiawan, Budi. *Menganalisa Statistik Bisnis dan Ekonomi dengan SPSS 21*, Andi:Yogyakarta:2013.
- Siregar, Sofian. *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana. 2015.
- Sugiono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D*. Bandung:Alfabeta.2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evakuasi)*. Bandung: Alfabeta. 2018.
- Sujarweni, V. Wiranata. *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta:Pustaka Baru.2015.
- Sujarweni, V. Wiranata. *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta:Pustaka Baru.2015.
- Suliyanto. *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Andi:Yogyakarta.2011.
- Sunarto, N. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers. 2016.
- Sunyoto, D. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academy Publishing Service). 2012.
- Suyadi. *Analisis Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Minat Nasabah Menabung di KSSPS BMT Baskara Asri Sejati Cabang Sekampung di Kabupaten Lampung Timur*. Fidusia: Vol 1. No.1. 2018.

- Tingkat Pendidikan Bengkulu Masih Rendah. 2016. Diunduh dari website:<https://bengkulu.antaranews.com/berita/35889/tingkat-pendidikan-di-bengkulu-masih-rendah>, pada tanggal 27 Agustus 2021, pukul. 14.01 WIB
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan
- Wahyu, S. H. *Pengantar Studi Sosiologi Keluarga*. Bandung: CV. Pustaka Setia. 2001.
- Waluyo, Bambang, Sylvia Rozza, dan Sujarwo. *Model Edukasi Berdasarkan Segmentasi Konsumen Untuk Membangun Minat Masyarakat Pada Perbankan Syariah*, Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora Vol. 20, No. 3. 2018.
- Waluyo, Bambang. *Sosialisasi dan Edukasi Publik Perbankan Syariah di Indonesia*, dalam *Account Akuntansi Keuangan dan Perbankan*, Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta. 2013.
- Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*. Jakarta, Prenada Media Group. 2011

**L
A
M
P
I
R
A
N**

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.
Bapak/ Ibu/ Sdr/i Nasabah BPRS MUAMALAT HARKAT
SUKARAJA
di tempat-

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "*Analisis Faktor Sosialisasi Dan Edukasi Masyarakat Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja*". Maka dengan kerendahan hati, saya mohon kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan untuk nantinya menjadi bekal saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Bersamaan dengan ini, perlu saya sampaikan bahwa data yang anda berikan hanya untuk kepentingan pengerjaan skripsi semata, dan dijamin kerahasiaannya. Atas perhatian dan kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Bengkulu, 23 Juni 2021
Hormat Saya,

FEGA LIANDA PUTRI
NIM. 1711140039

KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS FAKTOR SOSIALISASI DAN EDUKASI MASYARAKAT TENTANG BANK SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG DI BPRS MUAMALAT HARKAT SUKARAJA

A. Identitas Responden

Nama :
Jenis Kelamin :
Umur :
Pendidikan Terakhir :
Pekerjaan :
Pendapatan :

B. Petunjuk Pengisian Angket :

Berikan tanda centang (√) pada masing-masing petunjuk dibawah ini :

Keterangan :

No	Kategori	Nilai
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-Ragu	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

C. Pertanyaan

Variabel Sosialisasi (X1)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)

Sikap					
1	Dalam mensosialisasikan produk pihak BPRS Muamalat Harkat Sukaraja sangat ramah dan cekatan dalam melayani nasabah				
2	Kepentingan nasabah lebih diutamakan yang membuat saya berminat menjadi nasabah				
Interaksi					
3	Saya berminat menjadi nasaabah karena BPRS Muamalat Harkat Sukaraja memberikan saya keyakinan pada produk yang mereka tawarkan				
Pengetahuan					
4	Bank Syariah adalah bank yang berdasarkan hukum Al-Quran, Assunnah, fatwa ulama, dan pemerintah.				
5	Penetapan keuntungan bank syariah dengan sistem bagi hasil				
6	Sistem bunga didalam bank konvensional tidak digunakan didalam bank syariah karena riba				
7	Istilah kredit tidak digunakan di bank syariah				
Motivasi					
8	Biaya administrasi lebih murah				
Peningkatan					

9	Saya berminat menjadi nasabah setelah mendapatkan sosialisasi					
10	Pengetahuan tentang bank syariah bertambah setelah mendapatkan sosialisasi					

Sumber: Sri Indah Cahyani. Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan Dan Persepsi Santri Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darul Falah Besongo Semarang Tahun 2018), (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, 2019).

Variabel Edukasi (X2)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)
Pengajaran						
1	Mempermudah nasabah jika ingin mendapatkan informasi yang jelas					
2	Memberikan pemahaman secara langsung sangat efektif untuk nasabah yang awam					
Pendidikan						
3	Faktor pendidikan berpengaruh kepada pengetahuan nasabah tentang bank syariah					
4	Tidak mengetahui tentang perbankan berpengaruh terhadap minat transaksi					
Bimbingan						
5	Perlunya bimbingan terhadap nasabah yang awam					

	pengetahuan tentang bank syariah					
6	Saat transaksi mendapatkan masalah dibantu untuk memecahkan masalah					
Pelatihan						
7	Karyawan yang terlatih berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi					
8	Perlunya pelatihan secara berkala kepada karyawan agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan					
Kualitas						
9	Didalam bank syariah keuntungan dibagi secara adil sesuai dengan kesepakatan					
10	Adanya petugas keamanan di lingkungan BPRS Muamalat Harkat Sukaraja membuat saya merasa aman saat bertransaksi					

Sumber: Sri Indah Cahyani. Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan Dan Persepsi Santri Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darul Falah Besongo Semarang Tahun 2018), (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, 2019).

Variabel Minat Menabung (Y)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)
Minat Transaksional						

1	Saya berminat menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja					
2	Saya bersedia untuk selalu bertransaksi di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja					
3	Menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja adalah pilihan utama saya					
Minat Refrensial						
4	Saya suka mengajak orang lain untuk menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja					
Minat Preferensial						
5	Dari pada Bank konvensional saya lebih memilih Bank syariah					
6	Saya lebih senang bertransaksi di Bank Syariah daripada Bank Konvensional					
Minat Eksploratif						
7	Saya mempelajari detail produk tabungan yang akan saya pilih di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja					
8	Saya menumpulkan informasi sebanyak mungkin sebelum memilih menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja					

Sumber: Sri Indah Cahyani. Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan Dan Persepsi Santri Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darul Falah Besongo Semarang Tahun 2018), (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, 2019).

Bengkulu, 23 Juni 2021M
12 Zulkaidah 1442 H

Mengetahui

Pembimbing I



Dra. Fatimah Yunus, M. A
NIP. 196303192000032003

Pembimbing II



Yosy Arisandy, MM
NIP. 198508012014032001

TABULASI DATA SETELAH UJI COBA

NO1	Nama Responden	JK	Umur	Vw XI										Jb	NO	
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			11
1	Responden 1	1	22	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	1	4
2	Responden 2	2	27	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5	3
3	Responden 3	1	21	5	4	3	4	5	5	4	5	3	4	4	4	4
4	Responden 4	1	23	3	3	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
5	Responden 5	1	42	4	3	2	5	3	4	3	3	4	3	3	3	4
6	Responden 6	1	19	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
7	Responden 7	1	20	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3
8	Responden 8	2	30	3	4	3	4	5	3	4	3	4	3	4	3	3
9	Responden 9	2	21	4	3	4	5	4	3	3	4	3	3	3	3	3
10	Responden 10	1	19	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
11	Responden 11	2	38	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
12	Responden 12	1	24	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3
13	Responden 13	2	23	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
14	Responden 14	1	35	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3
15	Responden 15	2	33	4	4	4	4	3	3	5	4	4	3	3	3	3
16	Responden 16	1	23	4	5	5	4	4	4	5	3	4	5	4	3	3
17	Responden 17	2	27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	Responden 18	2	34	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3
19	Responden 19	1	19	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3
20	Responden 20	4	23	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3
21	Responden 21	1	28	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3
22	Responden 22	2	22	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3
23	Responden 23	2	30	4	4	5	3	3	4	3	5	3	4	3	3	3
24	Responden 24	2	21	4	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4
25	Responden 25	1	28	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
26	Responden 26	1	26	3	4	3	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4
27	Responden 27	2	19	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
28	Responden 28	2	21	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4
29	Responden 29	2	22	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4
30	Responden 30	2	22	4	5	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3
31	Responden 31	2	25	3	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
32	Responden 32	1	24	4	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
33	Responden 33	2	17	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3
34	Responden 34	2	24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
35	Responden 35	1	25	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
36	Responden 36	1	22	3	5	4	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3
37	Responden 37	2	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
38	Responden 38	1	40	3	3	3	3	3	3	4	5	4	3	3	3	3
39	Responden 39	1	31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	Responden 40	2	19	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4
41	Responden 41	2	24	5	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
42	Responden 42	2	24	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
43	Responden 43	2	32	3	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4
44	Responden 44	2	28	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
45	Responden 45	2	11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
46	Responden 46	2	23	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47	Responden 47	2	28	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
48	Responden 48	1	26	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
49	Responden 49	1	25	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
50	Responden 50	2	25	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4
51	Responden 51	1	22	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
52	Responden 52	2	20	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
53	Responden 53	2	20	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
54	Responden 54	2	20	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
55	Responden 55	2	17	3	3	4	3	4	3	5	4	4	5	3	3	3
56	Responden 56	2	24	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
57	Responden 57	1	24	4	3	3	4	4	5	4	3	3	4	3	3	3
58	Responden 58	1	17	3	5	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3
59	Responden 59	1	17	5	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
60	Responden 60	2	24	3	4	4	4	4	3	5	3	5	3	3	3	3
61	Responden 61	2	25	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4
62	Responden 62	2	23	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
63	Responden 63	2	23	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
64	Responden 64	2	17	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
65	Responden 65	1	21	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4
66	Responden 66	4	21	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
67	Responden 67	2	30	5	5	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3
68	Responden 68	1	25	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
69	Responden 69	1	23	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3
70	Responden 70	2	22	4	4	4	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3
71	Responden 71	2	25	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
72	Responden 72	1	26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
73	Responden 73	1	25	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
74	Responden 74	2	19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
75	Responden 75	2	26	4	3	3	4	5	2	4	5	3	4	3	3	3
76	Responden 76	2	22	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3
77	Responden 77	2	21	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
78	Responden 78	2	28	3	4	3	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4
79	Responden 79	2	24	3	4	4	4	5	4	3	5	3	3	3	3	3
80	Responden 80	2	40	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
81	Responden 81	2	66	4	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3
82	Responden 82	2	23	4	5	5	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4
83	Responden 83	2	20	3	3	3	4	4	5	3	4	3	3	3	3	3
84	Responden 84	2	25	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5
85	Responden 85	2	22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
86	Responden 86	2	20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
87	Responden 87	2	20	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
88	Responden 88	2	27	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
89	Responden 89	2	24	4	4	5	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4
90	Responden 90	2	24	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
91	Responden 91	1	24	3	4	4	5	4	2	3	4	3	4	3	3	3
92	Responden 92	1	23	3	3	3	3	3	3	4	5	3	4	3	3	3
93	Responden 93	1	24	3	3	3	4	5	3	5	3	3	3	3	3	3
94	Responden 94	2	25	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
95	Responden 95	2	23	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3

TABULASI DATA SETELAH UJI COBA

Var X2										Jumlah
2	3	4	5	6	7	8	9	10		
5	5	5	5	5	5	5	5	4		48
3	3	5	5	3	3	4	4	4		37
4	4	4	5	4	4	5	3	4		41
3	4	4	4	3	3	3	3	3		35
3	2	5	3	4	3	2	4	3		33
4	5	5	5	5	5	4	5	4		47
4	3	3	4	3	3	5	4	4		37
4	3	3	5	3	4	3	4	4		36
3	3	5	4	3	4	4	2	3		35
3	3	3	3	3	5	3	3	5		34
3	3	3	3	4	3	4	3	3		31
3	3	4	5	4	4	4	3	4		38
3	3	4	3	3	3	3	3	3		31
4	3	4	4	4	4	3	4	4		37
4	4	3	3	3	3	4	3	3		36
5	5	4	4	4	5	3	4	4		42
4	4	4	4	4	4	4	4	4		40
4	4	4	4	4	4	5	3	4		39
4	4	4	4	4	4	4	3	3		38
4	4	4	4	4	3	4	3	4		38
4	4	4	4	3	3	3	3	3		34
3	3	5	4	5	4	5	5	4		43
3	3	3	4	4	4	5	4	4		37
5	4	5	4	5	4	3	4	4		42
3	4	4	5	3	3	3	3	4		36
3	3	5	4	3	5	4	5	4		39
4	4	3	3	4	3	3	3	3		35
3	5	5	4	5	5	5	5	5		46
5	4	4	5	5	4	3	4	3		42
5	5	4	5	4	4	4	3	3		39
4	4	4	4	5	5	5	5	4		43
4	4	2	3	4	3	5	4	4		37
4	4	4	4	3	4	2	4	4		37
4	4	4	5	4	5	4	5	5		43
4	2	3	3	4	3	3	4	3		31
4	5	3	5	3	4	3	3	5		38
3	3	4	4	5	3	3	3	4		36
3	3	3	3	3	3	3	4	3		35
3	3	5	4	3	3	4	3	3		35
5	5	5	5	4	4	5	4	5		47
3	2	3	3	3	3	3	3	3		29
3	2	2	3	5	5	2	3	4		33
3	5	5	4	5	5	3	5	2		45
5	4	3	3	5	4	3	4	4		40
2	3	4	3	4	3	4	3	3		33
5	3	5	4	5	4	4	4	4		41
5	4	4	5	3	3	5	5	4		41
2	3	3	4	3	4	4	4	4		33
2	3	3	3	3	4	3	3	3		30
5	5	5	5	5	5	4	5	5		47
3	2	2	3	4	5	5	4	5		37
3	3	3	4	3	3	4	5	5		36
4	3	3	3	3	3	4	3	3		33
4	3	3	5	3	3	2	4	3		34
5	3	5	4	3	4	4	5	3		38
5	3	5	4	3	4	4	3	3		31
3	3	3	3	3	3	3	3	3		27
3	3	2	5	4	3	5	2	4		34
3	3	4	3	3	4	3	3	3		31
3	5	4	3	5	5	5	5	3		43
4	5	4	4	4	4	3	5	3		37
4	5	5	5	3	5	5	4	3		42
5	3	3	4	4	3	2	3	3		36
4	4	4	5	3	4	3	4	3		35
5	5	4	4	5	4	2	5	5		46
3	4	5	4	5	5	4	4	5		42
5	4	5	3	5	3	4	2	3		39
3	5	3	5	5	6	3	4	5		43
5	4	4	3	3	3	3	3	4		37
4	4	4	5	4	4	5	5	5		43
3	3	3	5	4	3	3	2	2		31
4	4	4	4	3	4	3	4	2		38
4	4	4	4	4	4	6	3	4		37
5	5	4	3	3	3	4	2	5		38
3	3	4	3	5	3	4	5	3		36
3	3	4	5	2	3	2	3	4		34
3	3	4	4	3	4	5	5	4		39
3	3	4	4	3	4	5	5	4		40
3	3	4	4	5	4	4	4	3		40
4	4	4	3	4	3	3	5	2		36
4	5	3	4	3	3	3	4	5		39
5	4	5	5	5	4	3	5	4		46
5	5	3	5	4	4	4	3	4		41
3	3	4	4	5	3	4	4	3		36
5	4	4	4	3	2	4	3	3		38
3	3	3	3	4	4	2	3	4		33
5	4	4	3	4	3	4	3	5		40
2	5	3	4	3	3	5	4	5		43
4	4	3	3	4	4	3	4	4		36
3	3	3	2	3	4	3	3	3		31
4	4	4	4	3	3	3	3	3		33
3	3	3	3	3	4	4	4	3		33
2	2	2	2	2	2	2	2	4		22

Correlations

		VAR00010	Jin_X1
VAR00001	Pearson Correlation	.185	.617**
	Sig. (2-tailed)	.110	.000
N		95	95
VAR00002	Pearson Correlation	.117	.643**
	Sig. (2-tailed)	.288	.000
N		95	95
VAR00003	Pearson Correlation	.343**	.640**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000
N		95	95
VAR00004	Pearson Correlation	.091	.601**
	Sig. (2-tailed)	.383	.000
N		95	95

Correlations

	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009
VAR00005	Pearson Correlation	.157	.165	.239*	.523**	.307**	.351**	.346**	.330**
	Sig. (2-tailed)	.130	.072	.021	.000	.002	.000	.001	.001
	N	95	95	95	95	95	95	95	95
VAR00006	Pearson Correlation	.182	.239*	.212*	.207**	.307**	1	.345**	.272**
	Sig. (2-tailed)	.078	.020	.039	.045	.002	.000	.001	.008
	N	95	95	95	95	95	95	95	95
VAR00007	Pearson Correlation	.208*	.186	.186	.077	.351**	.345**	1	.175
	Sig. (2-tailed)	.046	.071	.071	.457	.000	.001	.090	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95
VAR00008	Pearson Correlation	.174	-.014	.176	.236*	.346**	.272**	.175	1
	Sig. (2-tailed)	.092	.882	.088	.021	.001	.008	.090	.015
	N	95	95	95	95	95	95	95	95
VAR00009	Pearson Correlation	.223*	.301*	.338**	.078	.330**	.411**	.505**	.249*
	Sig. (2-tailed)	.030	.003	.001	.452	.001	.000	.000	.015
	N	95	95	95	95	95	95	95	95
VAR00010	Pearson Correlation	.165	.117	.349**	.081	.208*	.310*	.539**	.314**
	Sig. (2-tailed)	.110	.258	.001	.383	.043	.002	.000	.002
	N	95	95	95	95	95	95	95	95
Jhu_X1	Pearson Correlation	.517**	.543**	.640**	.501**	.624**	.612**	.609**	.502**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95

Correlations

		VAR00010	Jih_X1
VAR00005	Pearson Correlation	.208*	.624**
	Sig. (2-tailed)	.043	.000
	N	95	95
VAR00006	Pearson Correlation	.310**	.612**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000
	N	95	95
VAR00007	Pearson Correlation	.539**	.609**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	95	95
VAR00008	Pearson Correlation	.314**	.502**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000
	N	95	95
VAR00009	Pearson Correlation	.467**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	95	95
VAR00010	Pearson Correlation	1	.603**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	95	95
Jih_X1	Pearson Correlation	.603**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	95	95

- ** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
- * Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

```
SAVE OUTFILE='D:\VEGA_DATA\VAKLIDTAS & REABILITAS N-95\DATA X1.sav'  
/COMPRESSED.  
CORRELATIONS  
/VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006 VAR00007 VAR00008 VAR00009  
VAR00010 J1h X2  
/PRINT=*WOTAIL NOSIG  
/MISSING=PAIRWISE.
```

Correlations

Correlations

	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009
VAR00001	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 .442** 95							
VAR00002	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.000 442** 95	1 .619** 95						
VAR00003	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.000 325** 95	.000 619** 95	1 .345** 95					
VAR00004	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.001 220* 95	.000 229** 95	.001 343** 95	1 .345** 95				
VAR00005	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.032 114 95	.026 222* 95	.001 336** 95	.001 345** 95	1 .102 95			
VAR00006	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.263* 263* 95	.223* 227* 95	.227* 286** 95	.286** 102 95	.324 324 95	1 .346** 95		
VAR00007	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-.067 517 95	.073 482 95	.254* 013 95	.220* 032 95	.193 081 95	.348** 001 95	1 .306** 95	
VAR00008	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.055 126 95	.055 126 95	.055 126 95	.055 126 95	.055 126 95	.055 126 95	.055 126 95	1 .494** 95
VAR00009	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-.077 198 95	-.077 198 95	-.077 198 95	-.077 198 95	-.077 198 95	-.077 198 95	-.077 198 95	-.077 198 95

Correlations

		VAR00010		jlb_X2	
VAR00001	Pearson Correlation	-.007	.421**		
	Sig. (2-tailed)	.946	.000		
	N	95	95		
VAR00002	Pearson Correlation	.188	.594**		
	Sig. (2-tailed)	.098	.000		
	N	95	95		
VAR00003	Pearson Correlation	.259*	.681**		
	Sig. (2-tailed)	.011	.000		
	N	95	95		
VAR00004	Pearson Correlation	.023	.583**		
	Sig. (2-tailed)	.826	.000		
	N	95	95		
VAR00005	Pearson Correlation	.134	.543**		
	Sig. (2-tailed)	.195	.000		
	N	95	95		
VAR00006	Pearson Correlation	.115	.587**		
	Sig. (2-tailed)	.288	.000		
	N	95	95		
VAR00007	Pearson Correlation	.443**	.571**		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		
	N	95	95		

Correlations

	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009
VAR00008	Pearson Correlation	.198	.128	.301**	.298**	.351**	.333**	.308**	1
	Sig. (2-tailed)	.056	.224	.003	.003	.000	.001	.002	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95
VAR00009	Pearson Correlation	-.077	.044	.159	.343**	.275**	.402**	.484**	.401**
	Sig. (2-tailed)	.461	.672	.124	.001	.007	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95
VAR00010	Pearson Correlation	-.007	.188	.259**	.023	.134	.115	.443**	.276**
	Sig. (2-tailed)	.946	.068	.011	.826	.195	.288	.000	.007
	N	95	95	95	95	95	95	95	95
Jln_X2	Pearson Correlation	.421**	.594**	.881**	.583**	.543**	.587**	.571**	.539**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95

VAR00010		Jlh_X2	
VAR00008	Pearson Correlation	.276**	.639*
	Sig. (2-tailed)	.007	.000
	N	95	95
VAR00009	Pearson Correlation	.291**	.593*
	Sig. (2-tailed)	.004	.000
	N	95	95
VAR00010	Pearson Correlation	1	.473*
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	95	95
Jlh_X2	Pearson Correlation	.473*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	95	95

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

```

SAVE OUTFILE='D:\VEGA_DATA\VAKIDITRAS & REABILITRAS N-95\DATA_X.sav'
/COMPRESSED.
CORRELATIONS
/VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006 VAR00007 VAR00008 Jlh_X
/PRINT=TWOCELL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

Correlations

	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	Jul_Y	
VAR00001	Pearson Correlation	1	.386*	.326**	-.104	-.183	-.027	-.205*	-.233*	.191
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.314	.082	.792	.047	.023	.064
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
VAR00002	Pearson Correlation	.386*	1	.427**	.077	.003	-.165	-.001	-.137	.395**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.458	.974	.110	.994	.184	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
VAR00003	Pearson Correlation	.326**	.427**	1	.030	.167	.083	-.045	-.026	.478**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.772	.105	.424	.652	.801	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
VAR00004	Pearson Correlation	-.104	.077	.030	1	.341**	-.005	.131	.119	.465**
	Sig. (2-tailed)	.314	.458	.772		.001	.959	.205	.252	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
VAR00005	Pearson Correlation	-.183	.003	.167	.341**	1	.384**	.185	.374**	.661**
	Sig. (2-tailed)	.092	.974	.105	.001		.000	.073	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
VAR00006	Pearson Correlation	-.027	-.165	.083	-.005	.384**	1	.202*	.288**	.519**
	Sig. (2-tailed)	.792	.110	.424	.959	.000		.050	.005	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
VAR00007	Pearson Correlation	-.205*	-.001	-.045	.131	.185	.202*	1	.110	.424**
	Sig. (2-tailed)	.047	.994	.652	.205	.073	.050		.289	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95

Correlations

	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	Juln_Y
VAR00008	Pearson Correlation	-.233*	-.137	-.028	.119	.374**	.289**	-.110	1
	Sig. (2-tailed)	.023	.184	.801	.252	.000	.005	.289	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95
Juln_Y	Pearson Correlation	.191	.395**	.478**	.465**	.661**	.519**	.424**	.452**
	Sig. (2-tailed)	.084	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	95	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	95	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.784	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	34.0316	17.925	.377	.775
VAR00002	33.9158	17.780	.409	.771
VAR00003	33.9895	16.819	.513	.758
VAR00004	33.9895	18.159	.367	.776
VAR00005	33.8632	17.077	.500	.760
VAR00006	33.9474	16.838	.470	.764
VAR00007	33.8842	17.316	.487	.762
VAR00008	33.9368	17.996	.357	.778
VAR00009	34.0316	16.627	.558	.752
VAR00010	33.9474	17.540	.488	.762

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	95	100.0
	Excluded ^a	0	.0
Total		95	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.781	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	34.0316	17.925	.377	.775
VAR00002	33.9158	17.780	.409	.771
VAR00003	33.9895	16.819	.513	.758
VAR00004	33.9895	18.159	.367	.776
VAR00005	33.8632	17.077	.500	.760
VAR00006	33.9474	16.838	.470	.764
VAR00007	33.8842	17.316	.487	.762
VAR00008	33.9368	17.996	.357	.778
VAR00009	34.0316	16.627	.558	.752
VAR00010	33.9474	17.540	.488	.762

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	95	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	95	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.644	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	27.0000	8.000	-.045	.494
VAR00002	27.1895	7.113	-.131	.438
VAR00003	27.1368	6.928	.279	.383
VAR00004	27.1789	6.744	.193	.412
VAR00005	27.2842	5.801	.442	.289
VAR00006	27.2000	6.460	.250	.385
VAR00007	26.9684	6.925	.137	.438
VAR00008	27.2632	6.813	.180	.417

```

FREQUENCIES VARIABLES=X1
/STATISTICS=STDDEV VARIANCE RANGE MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE SUM
/BCHART FREQ
/ORDER=ANALYSIS.

```

Frequencies

Statistics

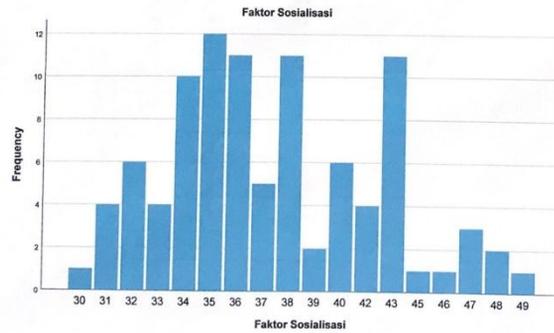
Faktor Sosialisasi		
N	Valid	95
	Missing	0
Mean		37.61
Median		36.00
Mode		35
Std. Deviation		4.520
Variance		20.432
Range		19
Minimum		30
Maximum		49
Sum		3573

Faktor Sosialisasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	30	1	1.1	1.1
	31	4	4.2	5.3

Faktor Sosialisasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
32	6	6.3	6.3	11.6
33	4	4.2	4.2	15.8
34	10	10.5	10.5	26.3
35	12	12.6	12.6	38.9
36	11	11.6	11.6	50.5
37	5	5.3	5.3	55.8
38	11	11.6	11.6	67.4
39	2	2.1	2.1	69.5
40	6	6.3	6.3	75.8
42	4	4.2	4.2	80.0
43	11	11.6	11.6	91.6
45	1	1.1	1.1	92.6
46	1	1.1	1.1	93.7
47	3	3.2	3.2	96.8
48	2	2.1	2.1	98.9
49	1	1.1	1.1	100.0
Total	95	100.0	100.0	



```

FREQUENCIES VARIABLES=X2
/STATISTICS=STDDEV VARIANCE RANGE MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE SUM
/BARCHART FREQ
/ORDER=ANALYSIS.
    
```

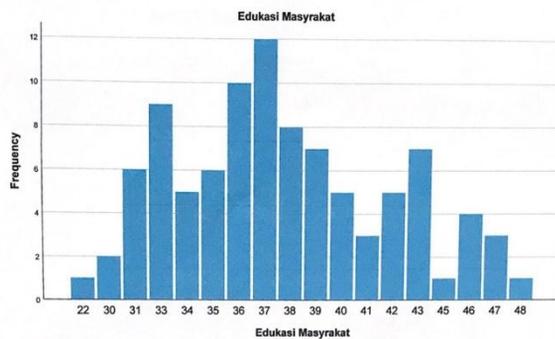
Frequencies

Statistics

Edukasi Masyarakat		
N	Valid	95
	Missing	0
Mean		37.66
Median		37.00
Mode		37
Std. Deviation		4.663
Variance		21.651
Range		26
Minimum		22
Maximum		48
Sum		3578

Edukasi Masyarakat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	22	1.1	1.1	1.1
	30	2.1	2.1	3.2
	31	6.3	6.3	9.5
	33	9.5	9.5	18.9
	34	5.3	5.3	24.2
	35	6.3	6.3	30.5
	36	10.5	10.5	41.1
	37	12.6	12.6	53.7
	38	8.4	8.4	62.1
	39	7.4	7.4	69.5
	40	5.3	5.3	74.7
	41	3.2	3.2	77.9
	42	5.3	5.3	83.2
	43	7.4	7.4	90.5
	45	1.1	1.1	91.6
	46	4.2	4.2	95.8
	47	3.2	3.2	98.9
	48	1.1	1.1	100.0
Total	95	100.0	100.0	



```

FREQUENCIES VARIABLES=Y
  /STATISTICS=STDDEV VARIANCE RANGE MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE SUM
  /BARCHART FREQ
  /ORDER=ANALYSIS.

```

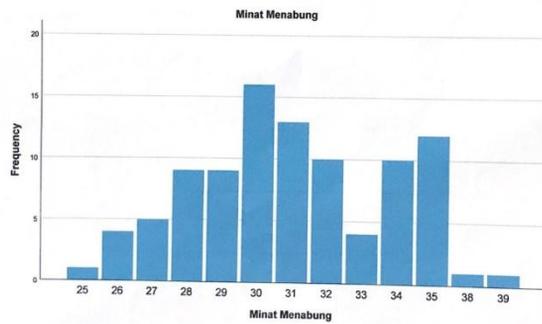
Frequencies

Statistics

Minat Menabung		
N	Valid	95
	Missing	0
Mean		31.04
Median		31.00
Mode		30
Std. Deviation		2.862
Variance		8.190
Range		14
Minimum		25
Maximum		39
Sum		2949

Minat Menabung

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	25	1	1.1	1.1
	26	4	4.2	5.3
	27	5	5.3	10.5
	28	9	9.5	20.0
	29	9	9.5	29.5
	30	16	16.8	46.3
	31	13	13.7	60.0
	32	10	10.5	70.5
	33	4	4.2	74.7
	34	10	10.5	85.3
	35	12	12.6	97.9
	38	1	1.1	98.9
	39	1	1.1	100.0
Total	95	100.0	100.0	



```

REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y
/METHOD=ENTER X1 X2
    
```

/SAVE RESID.

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Edukasi Masyarakat, Faktor Sosialisasi ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: Minat Menabung
b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.666 ^a	.444	.432	2.157

- a. Predictors: (Constant), Edukasi Masyarakat, Faktor Sosialisasi
b. Dependent Variable: Minat Menabung

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	341.731	2	170.866	36.719	.000 ^b
	Residual	428.100	92	4.653		
	Total	769.832	94			

- a. Dependent Variable: Minat Menabung
b. Predictors: (Constant), Edukasi Masyarakat, Faktor Sosialisasi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	14.838	1.910		7.769	.000
	Faktor Sosialisasi	.194	.096	.306	2.025	.046
	Edukasi Masyarakat	.237	.093	.385	2.546	.013

- a. Dependent Variable: Minat Menabung

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	26.25	35.46	31.04	1.907	95
Residual	-4.336	5.955	.000	2.134	95
Std. Predicted Value	-2.515	2.317	.000	1.000	95
Std. Residual	-2.010	2.761	.000	.989	95

a. Dependent Variable: Minat Menabung

NPAR TESTS

```
/K-S(NORMAL)=RES_1  
/MISSING ANALYSIS.
```

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.13407122
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.075
	Negative	-.046
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

REGRESSION

```
/MISSING LISTWISE  
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL  
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)  
/NOORIGIN  
/DEPENDENT Y  
/METHOD=ENTER X1 X2.
```

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Edukasi Masyarakat, Faktor Sosialisasi ^b		Enter

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.666 ^a	.444	.432	2.157

a. Predictors: (Constant), Edukasi Masyarakat, Faktor Sosialisasi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	341.731	2	170.866	36.719	.000 ^b
	Residual	428.100	92	4.653		
	Total	769.832	94			

a. Dependent Variable: Minat Menabung

b. Predictors: (Constant), Edukasi Masyarakat, Faktor Sosialisasi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.838	1.910		7.769	.000
	Faktor Sosialisasi	.194	.096	.306	2.025	.046
	Edukasi Masyarakat	.237	.093	.385	2.546	.013

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Faktor Sosialisasi	.265	3.780
	Edukasi Masyarakat	.265	3.780

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	(Constant)	Variance Proportions	
					Faktor Sosialisasi	Edukasi Masyarakat
1	1	2.989	1.000	.00	.00	.00
	2	.009	18.216	.99	.06	.08
	3	.002	38.094	.00	.94	.92

a. Dependent Variable: Minat Menabung

```

COMPUTE ABS_RES=ABS (RES_1) .
EXECUTE .
REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN (.05) POUT (.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT ABS_RES
/METHOD=ENTER X1 X2
/RESIDUALS DURBIN.
    
```

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Edukasi Masyarakat, Faktor Sosialisasi ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: ABS_RES
 b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.262 ^a	.069	.049	1.28458	1.370

a. Predictors: (Constant), Edukasi Masyarakat, Faktor Sosialisasi
 b. Dependent Variable: ABS_RES

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11.213	2	5.607	3.398	.038 ^b
	Residual	151.813	92	1.650		
	Total	163.026	94			

a. Dependent Variable: ABS_RES

b. Predictors: (Constant), Edukasi Masyarakat, Faktor Sosialisasi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	4.593	1.137		4.038	.000
	Faktor Sosialisasi	-.064	.057	-.219	-1.120	.266
	Edukasi Masyarakat	-.014	.055	-.049	-.251	.803

a. Dependent Variable: ABS_RES

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	.8141	2.2485	1.6704	.34539	95
Residual	-1.94408	3.92593	.00000	1.27084	95
Std. Predicted Value	-2.479	1.674	.000	1.000	95
Std. Residual	-1.513	3.056	.000	.989	95

a. Dependent Variable: ABS_RES

```
REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y
/METHOD=ENTER X1 X2.
```

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Edukasi Masyarakat, Faktor Sosialisasi ^b		Enter

- a. Dependent Variable: Minat Menabung
 b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.666 ^a	.444	.432	2.157

- a. Predictors: (Constant), Edukasi Masyarakat, Faktor Sosialisasi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	341.731	2	170.866	36.719	.000 ^b
	Residual	428.100	92	4.653		
	Total	769.832	94			

- a. Dependent Variable: Minat Menabung
 b. Predictors: (Constant), Edukasi Masyarakat, Faktor Sosialisasi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	14.838	1.910		7.769	.000
	Faktor Sosialisasi	.194	.096	.306	2.025	.046
	Edukasi Masyarakat	.237	.093	.385	2.546	.013

- a. Dependent Variable: Minat Menabung

1. Terpenuhinya prinsip syariah dalam operasional perbankan.
2. Diterapkannya prinsip kehati-hatian dalam operasional perbankan syariah.
3. Terciptanya sistem perbankan syariah yang kompetitif dan efisien, serta
4. Terciptanya stabilitas sistem serta terrealisasinya kemanfaatan bagi masyarakat luas.

Demikian mewujudkan sasaran-sasaran tersebut, Bank Indonesia telah merancang *insentif-insentif strategies*, yang pelaksanaannya dapat dibagi dalam empat fokus area pengembangan, yakni mendukung kegiatan pada prinsip-prinsip syariah secara konsisten, mempromosikan regulasi dan sistem pengawasan yang sesuai dengan karakteristik perbankan syariah, mendukung terciptanya efisiensi operasional dan daya saing bank syariah, serta meningkatkan kestabilan sistem, peran, dan kemanfaatan perbankan syariah bagi perekonomian secara umum.

Sebagai upaya pencapaian efisiensi operasional dan daya saing bank syariah seperti tersebut di atas, perlu diperhatikan pencapaian *economies of scale* serta *economies of scope* dari perbankan syariah. Dalam hal ini dengan hal inilah diperlukan cakupan pasar dengan juga memberikan perhatian pada pasar riil dan non riil dan mempromosikan relevansinya. Sebagaimana kita ketahui, hingga saat ini pengembangan perbankan syariah semesta-masih terfokus pada pasar riil, yakni kelompok nasabah yang terutama memperhatikan keabsahan dan kemanfaatan transaksi keuangan, serta mengabaikan pasar non riil.

Dalam proses perluasan pengembangan Perbankan Syariah juga terhalang oleh pengetahuan konsumen. Bagi perbankan yang berurusan dengan menggunakan sistem syariah, memahami konsumen sangat penting karena apa yang dibeli, dimana membeli, kapan membeli, dan berapa banyak yang dibeli akan tergantung kepada pengetahuan konsumen mengenai hal-hal tersebut. Pengetahuan konsumen tentang informasi perbankan syariah akan memberikan dampak terhadap perilaku konsumen.

Pada Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia (PKSI) tahun 2018, berdasarkan statistik *Market Share* Perbankan Syariah, jumlah perbankan syariah hanya 5,90% lebih kecil dibandingkan konvensional 94,09%. Dimana *share aset* perbankan syariah terdapat jumlah 20,18% (Unit Usaha Syariah), 16,71% (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah), dan 14,81% (Bank Umum Syariah).

Dari data diatas, efisiensi perbankan syariah memiliki arti penting bagi pembangunan ekonomi berawasan syariah terutama dalam memberikan solusi bagi permasalahan sosial kecil dan menengah serta menjadi sisi kekuatan ekonomi yang berbasis kerakyatan dan sekaligus menjadi penyangga utama sistem perekonomian nasional.

Direktor Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan Dhami Guruhonofah pada wawancara yang diterbitkan oleh Tempo.com pada hari Minggu, 22 November 2015 (4/39 WJ) mengatakan bahwa "Terdapat tujuh masalah yang menjadi tantangan dan perlu diatasi oleh perbankan syariah agar dapat maju dan berkembang". Dari ketujuh point tersebut salah satunya adalah keterkaitan dengan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah yang masih kurang. "Tidak ada terwujud, tetapi generasi baru terus muncul, jadi ini proses yang tidak akan selesai". Dhami Guruhonofah.

Banyak faktor dan variabel yang menyebabkan mengapa tingkat keraguan masyarakat Indonesia terhadap Bank Syariah masih rendah. Pertama, tingkat pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang keuangan syariah masih sangat rendah. Inilah istilah Arab yang memuat nama produk keuangan syariah menjadi alasan mengapa tingkat pemahaman masyarakat akan produk syariah, belum lagi sistem, konsep dan mekanisme masing-masing akad dan produk. Masih terlalu banyak yang belum mengerti dengan sistem dan produk keuangan syariah, apa perbedaannya dan keunggulannya dengan keuangan konvensional. Kedua, belum ada gerakan bersama dalam skala besar untuk mempromosikan keuangan syariah secara simultan, terencana dan berkesinambungan. Ketiga, terbatasnya peran dan SDM (Sumber Daya Manusia) keuangan syariah untuk mengedukasi keuangan syariah. Keempat, peran para ulama, ustad, dan dai masih relatif kecil dan tingkat pengetahuan mereka tentang keuangan syariah masih sangat rendah. Utama yang memang kerah mendakwahkan keuangan syariah selama ini terbatasi pada Dewan Syariah Nasional (DSN) dan kalangan akademisi yang telah teredukasi. Kelima, para akademisi di berbagai perguruan tinggi, termasuk perguruan tinggi Islam belum memanfaatkan peran yang optimal dalam sosialisasi edukasi ekonomi syariah. Kenyataan, peran ulama juga belum optimal membantu dan mendukung gerakan keuangan syariah di Indonesia yang masih sangat rendah.

Keluhan terkait dengan pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang perbankan syariah yang masih kurang, permasalahan produk perbankan syariah yang tidak variatif, serta belum dapat diakses masyarakat, sebelumnya dapat diatasi dengan strategi literasi keuangan syariah. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) yang melakukan penelitian menyeluruh pada struktur populasi Indonesia setiap dekade, dengan jumlah umat muslim 87,81% dan populasi penduduk Indonesia perlu adanya intersepsi antara para ulama, dai, dan akademisi muslim untuk memberantas kemiskinan dengan upaya membangun literasi keuangan syariah pada masyarakat muslim. Diharapkan ketika mereka mempunyai well literate dampak terhadap penggunaan jasa perbankan syariah juga akan ikut naik, prestasinya.

Masalah inilah yang menjadi fokus utama sampai saat ini, dimana masih banyak daerah yang mayoritas penduduknya adalah muslim, dan dihalangi oleh tinggalkan sekolah, tetapi masih minim nasabah. Sebelumnya menjadi pasar yang besar bagi Bank Syariah jika diperoleh solusi terbaik dalam melakukan sosialisasi dan edukasi. Dan berdasarkan hal tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "*Analisis Faktor Sosialisasi dan Edukasi Masyarakat Tentang Bank Syariah Terhadap Kepuasan Menabung Di BMH Sukaraja*".

Rumusan Masalah***

Dari latar belakang dapat dirumuskan masalah agar dibahasannya terfokus, diantaranya adalah:

1. Seberapa besar analisis faktor sosialisasi dan edukasi masyarakat tentang bank syariah berpengaruh terhadap keputusan menabung di BMH Sukaraja?

Judul 2*

Latar Belakang Masalah (Lampirkan)**

Rumusan Masalah* (Lampirkan)**

Judul 3*

Latar Belakang Masalah (Lampirkan)**

Rumusan Masalah* (Lampirkan)**

III Proses Konsultasi

1. Validasi Judul oleh Pengelola Perpustakaan Fakultas

Catatan

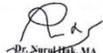
Pengelola Perpustakaan

2. Konsultasi dan Persetujuan dengan Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir

Catatan

Setuju dilanjutkan

Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir


Dr. Nurul-Hikmah MA
NIP.19660616 199503 1002

IV Judul Yang Disahkan

Penunjukkan Dosen Penyeminar:

Bengkulu, 1 Februari 2021

Mengesahkan

Kapal Keres/Manajemen


NIP. 74120220604 2001

Mahasiswa


FEGA LIANA PUTRI
NIM. 171114039

- * Jelas, spesifik, tidak disingkat, rentang 6 (enam) sampai dengan 12 (dua belas) kata
- ** Minimal 5 (lima) paragraf berisi ide atau gagasan yang mengungkapkan masalah penelitian (kesenjangan antara ideal/teori dan praktik/pelaksanaannya)
- *** Jelas, spesifik dan tidak ambigu

1. Apakah sosialisasi dan edukasi masyarakat tentang bank syariah berpengaruh terhadap keputusan menabung di BMH Sukaraja?
2. Seberapa besar pengaruh sosialisasi dan edukasi masyarakat tentang bank syariah terhadap keputusan menabung di BMH Sukaraja?

2. Judul 2:

Latih Belakang Masalah :

Rumusan Masalah :

3. Judul 3 :

Latih Belakang Masalah :

Rumusan Masalah :

III. Proses Konsultasi

1. Validasi Judul oleh Pengelola Perpustakaan Fakultas

Catatan

Pengelola Perpustakaan


Debbi Ariandi, MBA
NIP. 198609192019032012

2. Konsultasi dan Persetujuan dengan Pembimbing Akademik

Catatan masalah yang diteliti sama dengan beberapa skripsi terdahulu, sebaiknya judul mengangkat fenomena terbaru dan hubungannya dengan edukasi. misal: "strategi edukasi menabung selama masa pandemi studi pada bank syariah."


Yora Ariandi, MM
NIP. 198508012014032001

IV. Judul Yang Diusulkan

Penunjukkan Dosen Penyeminar:

Mengesahkan
Kajar Ekis/Manajemen


Diti Isnani, M.A
NIP. 197412022006042001

Bengkelu
Mahasiswa

Fera Lisda Putri
NIM. 1711140039

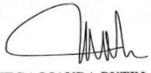
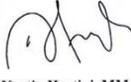


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

DAFTAR HADIR SEMINAR PROPOSAL MAHASISWA

Hari/Tanggal : Selasa, 23 Maret 2021
Nama Mahasiswa : FE GA LIANDA PUTRI
NIM : 1711140039
Jurusan/Prodi : PERBANKAN SYARIAH

Judul Proposal	Tanda Tangan Mahasiswa	Penyeminar
Analisis Faktor Sosialisasi dan Edukasi Masyarakat Tentang Bank Syariah Terhadap Keputusan Menabung di BMH Sukaraja	 FEGA LIANDA PUTRI NIM. 1711140039	 Kustin Hartini, MM NIDN. 2002038102

Mengetahui,
a.n. Dekan
Wakil Dekan I,



Dr. Nurul Hak, M.A.
NIP 196606161995031003

Catatan:
Mohon Berkas ini dikembalikan kepada Pengelola
Fotokopi dan Cap 1 (Satu) Rangkap



**PEMERINTAH KABUPATEN SELUMA
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN
PERIZINAN TERPADU SATU PINTU**

Jalan Raya Bangkulu-Monra, Km. 09 Simpang Empat - Telp. 07136-791132 Suku-Pin 38770, Peringkat Bangkulu

IZIN PENELITIAN

Nomor : 070/68/DPMPPTSP-11/VII/2021

- Dasar:
1. Peraturan Bupati Seluma Nomor 47 Tahun 2010 tentang pelimpahan Kewenangan Proses Perizinan dan Non Perizinan Kepada Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kabupaten Seluma
 2. Peraturan Bupati Seluma Nomor 29 Tahun 2013 tentang Pelimpahan Kewenangan Penandatangan Perizinan dan Non Perizinan kepada Kepala Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kabupaten Seluma
 3. Peraturan Bupati Seluma Nomor 03 Tahun 2014 Tentang Tentang Perubahan Atas Peraturan Bupati Seluma No 29 Tahun 2013 tentang Pelimpahan Kewenangan Penandatangan Perizinan dan Non Perizinan Pemeintah Kabupaten Seluma kepada Kepala Pelayanan Perizinan Terpadu Kabupaten Seluma

Memperhatikan: Kelemdangr Kepala Badan Kasatuan Bangsa dan tndak Kabupaten Seluma Dengan Nomor : 070/76/B.III/B.KB.P/VII/2021 Tanggal 07 Juli 2021 .

DENGAN INI MENYATAKAN BAHWA

Nama/NPM : **FEGA LIANDA PUTRI / 1711140039**
 Pekerjaan : **MAHASISWA**
 Fakultas : **Ekonomi Diji Islam**
 Judul Penelitian : **Analisis Faktor Sosialisasi dan Edukasi Masyarakat Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di BMH Sukaraja**
 Daerah Penelitian : **BPRS Muamalat Harakat Sukaraja**
 Waktu Penelitian : **07 Juli 2021 s.d 07 Agustus 2021**
 Penanggung Jawab : **Dr. Nurul Haki, M.A.**

- Dengan Kebertuan
1. Tidak dibenarkan mengadakan kegiatan yang tidak sesuai dengan penelitian yang dimaksud.
 2. Harus mentaati peraturan dan perundang-undangan yang berlaku serta mengindahkan adat istiadat setempat.
 3. Apabila masa berlaku surat keterangan penelitian ini sudah berakhir, sedangkan pelaksanaannnya belum selesai maka yang bersangkutan harus mengajukan surat perpanjangan keterangan penelitian.
 4. Surat keterangan penelitian ini akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang surat ini tidak mentaati ketentuan seperti tersebut di atas.

Demikian Surat Keterangan ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan sebagaimana semestinya.

TIDAK DIPUNGUT BIAYA

Dikeluarkan di : **Tala**
 Pada Tanggal : **09 Juli 2021**



KEPALA
 KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN PERIZINAN TERPADU SATU PINTU

(Signature)

Dr. MAINAN JAYADI
 Pembina Utama Muda
 NIP. 19620212 198303 1 016



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

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211 Telp. (0736) 51276, 51771 Fax (0836) 51771
Website: www.iainbengkulu.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Fega Lianda Putri Program Studi : Perbankan Syariah
NIM : 1711140039 Pembimbing I : Dra. Fatimah Yunus, M. A
Judul Skripsi : Analisis Faktor Sosialisasi Dan Edukasi Masyarakat Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bmhs Sukaraja.

NO	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1	Selasa, 25 Mei 2021	Masalah	Pastikan masalah penelitian (Responden, metode)	
2	Jumat, 11 Juni 2021	Rumusan Masalah	Tentang faktor yang mempengaruhi keputusan? Minat?	
3	Jumat, 11 Juni 2021		Acc dilanjutkan penelitian	
4	Jumat, 23 Juli 2021	Metode Penelitian Efektif	<ul style="list-style-type: none">• Sampel 95• Tabulasi Data	
5	Jumat, 13 Agustus 2021	Metode Penelitian	<ul style="list-style-type: none">• Ralat ulang karena pada sampel hal 31 95 orang• Tabulasi data dihapus x1, x2, y hanya 30?• Daftar pustaka ditambah	
6	Senin, 16 Agustus 2021	Abstrak	Abstrak diperbaiki lagi secara analisis	
7	Rabu, 18 Agustus 2021		Acc dilanjutkan sidang	

Bengkulu, 18 Agustus 2021 M
09 Muharam 1443 H

Mengahui
K...urusan Ellis

...
NIP. 19741202206042001

Pembimbing I

Dra. Fatimah Yunus, M. A
NIP. 19630319200032003



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

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211 Telp. (0736) 51276, 51771 Fax (0836) 51771
Website: www.iainbengkulu.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Fega Lianda Putri Program Studi : Perbankan Syariah
NIM : 1711140039 Pembimbing II : Yosy Arisandy, MM
Judul Skripsi : Analisis Faktor Sosialisasi Dan Edukasi Masyarakat Tentang Bank Syariah
Terhadap Minat Menabung Di Bmh Sukaraja.

NO	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1	Senin, 26 April 2021	Bab I – Bab III	Ubah kedalam format skripsi, termasuk cover.	
2	Selasa, 04 Mei 2021	Bab I – Bab III	Perbaiki penulisan dan buat pedoman wawancara	
3	Senin, 10 Mei 2021	Pedoman Wawancara	Dapat dilanjutkan penelitian dengan konsultasi ke pembimbing I	
4	Selasa, 13 Juli 2021	Bab IV - V	<ul style="list-style-type: none">Perbaiki penulisanKesimpulan menjawab rumusan masalahPerhatikan Analisis yang dipakai	
5	Rabu, 14 Juli 2021	Bab IV - V	Acc dapat dilanjutkan ke pembimbing I	

Mengetahui
Kepala Jurusan Ek

NIP. 0741202206042001

Bengkulu, 14 Juli 2021 M
04 Dzulhizah 1442 H

Pembimbing II

Yosy Arisandy, MM
NIP. 198508012014032001

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi berjudul "*Analisis Faktor Sosialisasi dan Edukasi Masyarakat Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di BMH Sukaraja*" yang disusun oleh:

Nama : Fega Lianda Putri

NIM : 1711140039

Prodi : Perbankan Syariah

Sudah diperbaiki sesuai arahan tim pembimbing, selanjutnya dinyatakan memenuhi syarat ilmiah untuk diajukan cek plagiasi.

Bengkulu, 28 Juli 2021 M
18 Dzulhizah 1442 H

Pembimbing I



Dra. Fatimah Yunus, M. A
NIP. 19630319200032003

Pembimbing II



Yosy Arisandy, MM
NIP. 198508012014032001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Nomor: 0122/SKBP-FEBI/08/2021

Ketua Tim Uji Plagiarisme Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu menerangkan bahwa mahasiswa berikut:

Nama : Fega Lianda Putri

NIM : 1711140039

Program Studi : Perbankan Syariah

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Judul Tugas Akhir : **Analisis Faktor Sosialisasi Dan Edukasi Masyarakat Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bmh Sukaraja**

Dinyatakan lolos uji cek plagiasi menggunakan turnitin dengan hasil 30%. Surat keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk mengikuti ujian tugas akhir.

Demikian surat keterangan ini disampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Bengkulu, 4 Agustus 2021
Ketua/Wakil Dekan I

Dr. Nurul-Hak, MA
NIP. 196606161995031002

DOKUMENTASI

