

**PENGARUH LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP  
KURANGNYA MINAT MENABUNG MASYARAKAT  
DESA BOTTA DI BANK SYARIAH**

*Skripsi*

*Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo  
untuk Melakukan Penelitian Skripsi dalam Rangka Penyelesaian Studi  
Jenjang Sarjana Pada Program Studi Perbankan Syariah*



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2023**

**PENGARUH LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP  
KURANGNYA MINAT MENABUNG MASYARAKAT  
DESA BOTTA DI BANK SYARIAH**

*Skripsi*

*Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo  
untuk Melakukan Penelitian Skripsi dalam Rangka Penyelesaian Studi  
Jenjang Sarjana Pada Program Studi Perbankan Syariah*



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2023**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Iksan Nawir  
NIM : 19 0402 0231  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikat dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini di buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 30 Maret 2023

Yang membuat pernyataan,



**Iksan Nawir**

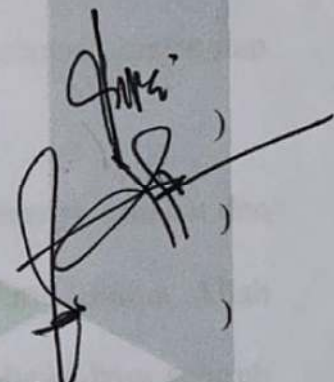
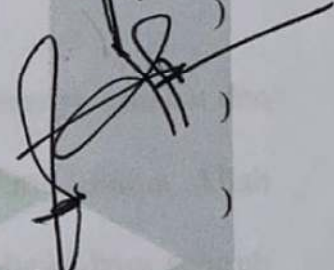

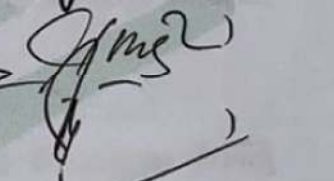
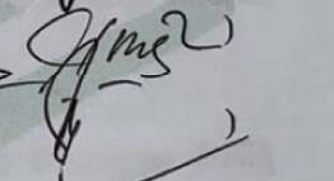
19 0402 0231

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Lokasi dan Promosi terhadap Kurangnya Minat Menabung Masyarakat Desa Botta di Bank Syariah yang ditulis oleh Iksan Nawir Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 19 0402 0231 mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo yang dimunaqasyahkan pada hari Jumat, tanggal 25 Agustus 2023 Miladiyah bertepatan dengan 09 Safar 1445 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 25 September 2023

### TIM PENGUJI

- |  |                   |   |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. | Ketua Sidang      | (  )  |
| 2. Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I.            | Sekretaris Sidang | (  ) |
| 3. Ilham, S.Ag., M.A.                    | Penguji I         | (  ) |
| 4. Akbar Sabani, S.E.I., M.E.I.          | Penguji II        | (  ) |
| 5. Hendra Safri, S.E., M.M.              | Pembimbing        | (  ) |

### Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi  
Perbankan Syariah



Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.  
NIP. 19820124 200901 2 006



Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.  
NIP. 19891207 201903 1 005

## PRAKATA



الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ  
وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَاصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ.

Puji syukur kehadiran Allah SWT Tuhan yang Maha Agung yang sedalam-dalamnya atas segala Rahmat, Nikmat, Karunia, dan Hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Kurangnya Minat Menabung Masyarakat Desa Botta Di Bank Syariah”** yang disusun bertujuan untuk tugas akhir sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana.

Shalawat dan salam atas junjungan Rasulullah Saw, Keluarga, sahabat dan seluruh pengikut-pengikutnya hingga akhir zaman. Nabi yang diutus Allah SWT. Sebagai Nabi Uswatun Khasanah (contoh teladan yang baik) bagi seluruh alam semesta.

Banyak pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini, untuk itu maka dengan segala kerendahan hati peneliti menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada kedua orang tua tercinta Ayahanda Nawir dan Ibunda saya Hardiana yang telah melahirkan, membesarkan, dan mendoakan ananda hingga seperti sekarang ini. Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Rektor IAIN Palopo, Bapak Dr. Abbas Langaji, M.Ag dan juga kepada para jajarannya yakni Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan

Kelembagaan, Dr. Arafat Munir Yusuf, M.Pd, Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Bapak Dr. Masruddin, S.S., M.Hum dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama, Bapak Dr. Mustaming, S.Ag., M.HI

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo Ibu Dr. Hj. Anita Marwing, M.HI dan juga Kepada Wakil Dekan I Bidang Akademik, Ibu Dr. Fasiha, S.E., ME.I Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Ibu Muzayyanah Jabani, S.T MM. dan Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama, Bapak Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A.
3. Penguji saya Bapak Ilham, S.Ag.M.A dan Bapak Akbar Sabani, S.El. selaku penguji I dan II yang telah membantu dan membimbing saya dalam penyelesaian skripsi saya
4. Pembimbing saya, Bapak Hendra Safri, SE., M.M., terima kasih banyak telah memberikan masukan dan bimbingan dalam rangka penyelesaian skripsi saya.
5. Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Bapak Edi Indra Setiawan, S.E., M.M. begitupun juga dengan Sekertaris Program Studi, Bapak Mursyid, S.Pd., M.M.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen yang telah membagikan ilmunya kepada saya dan teman-teman saya.
7. Para Staf IAIN Palopo, terkhusus kepada Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu demi penyelesaian studi saya.

8. Nasabah Bank BSI KCP Belopa yang telah bersedia sebagai narasumber
9. Kepada 1904020114 yang telah memberikan semangat satu sama lain terutama dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Teman-teman mahasiswa angkatan 2019, terkhusus teman-teman sekelas Saya yaitu kelas Perbankan Syariah F, sadega, qasida, sadeca, kak maya . Semoga kita semua senantiasa dalam perlindungan Allah SWT, senantiasa diberi kesehatan, dan aktivitas-aktivitas kita berada dalam kebaikan dan diberi kemudahan dalam melaksanakan serta bernilai ibadah di sisi Allah SWT.



Palopo, 30 Maret 2023

Penulis

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

#### 1. Konsonan

| Huruf Arab | Nama   | Huruf Latin | Nama                      |
|------------|--------|-------------|---------------------------|
| ا          | Alif   | -           | -                         |
| ب          | Ba'    | B           | Be                        |
| ت          | Ta'    | T           | Te                        |
| ث          | Ša'    | Š           | Es dengan titik di atas   |
| ج          | Jim    | J           | Je                        |
| ح          | Ha'    | H           | Ha dengan titik di bawah  |
| خ          | Kha    | Kh          | Ka dan ha                 |
| د          | Dal    | D           | De                        |
| ذ          | Žal    | Ž           | Zet dengan titik di atas  |
| ر          | Ra'    | R           | Er                        |
| ز          | Zai    | Z           | Zet                       |
| س          | Sin    | S           | Es                        |
| ش          | Syin   | Sy          | Es dan ye                 |
| ص          | Šad    | Š           | Es dengan titik di bawah  |
| ض          | Daḍ    | Ḍ           | De dengan titik di bawah  |
| ط          | Ta     | Ṭ           | Te dengan titik di bawah  |
| ظ          | Za     | Ẓ           | Zet dengan titik di bawah |
| ع          | 'Ain   | '           | Koma terbalik di atas     |
| غ          | Gain   | G           | Ge                        |
| ف          | Fa     | F           | Fa                        |
| ق          | Qaf    | Q           | Qi                        |
| ك          | Kaf    | K           | Ka                        |
| ل          | Lam    | L           | El                        |
| م          | Mim    | M           | Em                        |
| ن          | Nun    | N           | En                        |
| و          | Wau    | W           | We                        |
| ه          | Ha'    | H           | Ha                        |
| ء          | Hamzah | '           | Apostrof                  |
| ي          | Ya'    | Y           | Ye                        |

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

#### 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoflog dan vokal rangkap atau diflog.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat,



transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama          | Huruf latin | Nama |
|-------|---------------|-------------|------|
|       | <i>fathah</i> | A           | A    |
|       | <i>Kasrah</i> | I           | I    |
|       | <i>dammah</i> | U           | U    |

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

| Tanda | Nama                  | Huruf latin | Nama    |
|-------|-----------------------|-------------|---------|
|       | <i>fathah dan yā'</i> | Ai          | a dan i |
|       | <i>fatūah dan wau</i> | I           | a dan u |

Contoh :

كَيْفَ : *kaiifa*  
هَوْلٌ : *haulā*

### 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

| Harkat dan Huruf       | Nama                            | Huruf dan tanda | Nama                |
|------------------------|---------------------------------|-----------------|---------------------|
| ى ..... / ا .....<br>ي | <i>fathah dan alif atau yā'</i> |                 | a dan garis di atas |
| ي ...                  | <i>kasrah dan ya'</i>           | ī               | i dan garis di atas |
| و ...                  | <i>dammah dan wau</i>           | ū               | u dan garis di atas |

Contoh :

مَاتَ : *māta*  
رَمَى : *rāmā*  
قِيلَ : *qīla*  
يَمُوتُ : *yamūtu*

### 4. Ta marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua, yaitu ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].

Sedangkan ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun transliterasinya adalah [h]. Kalau pada kata yan berakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sadang al- serta kedua kata itu terpisah, maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h). contoh :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl*  
 الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madinah al-fadilah*  
 الْحِكْمَةُ : *al-hikma*

### 5. Yaddah (Tasyadid)

Syaddah atau tasyadid yang dalam istem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasyadid (الله), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan gunda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh :

رَبَّنَا : *rabbana*  
 نَجَّيْنَا : *najjaina*  
 الْحَقُّ : *al-haqq*  
 عُدُوُّ : *mu-ima*

Jika huruf (ي) ber-tasyadid di akhir sebuah kata dan didahulu oleh huruf kasrah maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah menjadi

Contoh:

عَلِيٌّ : *'Ali* (bukan *'Aliyy* atau *A'ly*)  
 عَرَبِيٌّ : *Arabi* (bukan *A'rabiyy* atau *'Arabiy*)

### 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasikan seperti biasa, al-, bail ketika ia diikuti oleh huruf syamsiyah maupun huruf qamariyyah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi haruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh :

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)  
الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalalah* (bukan *az-zalzalalah*)  
الْبِلَادُ : *al-biladuh*

## 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf menjadi apstorof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta muruna*  
النَّوْءُ : *al-nau*  
سَيِّئٌ : *syai'un*  
أَمْرٌ : *umirtu*

## 8. Penulis kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, atau kalimat yang lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis secara menurut cara dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh :

- *Syarah al-a=Arba'in al-Nawawi*
- *Risalah fi ri'ayah al-masalahah*

## 9. Lafz al-jalalah

Kata ‘Allah’ yang didahului partikel seperti huruf jaar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai mudah ilaih (Frasa nomial), ditransliterasi tanpa huruf hamzah

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *dinullah* بِاللَّهِ *billah*

Kata ‘Allah’ ta’ marbutah di akhir yang disandarkan kepada lafz al-jalalah, ditransliterasi dengan huruf [f]. Contoh: هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ hum fi rahmatillah

#### 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan arab tidak mengenal huruf kapital (All Caps), dalam, transliterasinya huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital misalnya digunakan menuliskan huruf awal nama dari (orang, tempat, dan bulan) dan huruf pertama pada pemulaan kalimat. Bila nama didahului oleh kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CKD, dan DR). Contoh:

- *Wa ma Muhammadun illa rasul*
- *Inna awwala baitin wudi'a Innasi Iallaci bi bakkata mubarkan*
- *Syahru Ramadan al-lazi unzila fihi al-Quran*
- *Nasr al-Din al-Tusi*
- *Nasr Hamid Abu Zayd*
- *Al-Tufi*
- *Al-Masalahal fi al-Tasyi' al-islam*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata ibnu (anak dari) dan Abu (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus sebutkan sebagai nama terakhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abu al-Walid Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi :Ibnu Rusyd, Abu al-Walid Muhammad (bukan :Rusyd, Abu al-Walid Muhammad Ibnu)  
Nasr Hamid Abu Zaid, ditulis menjadi :Abu Zaid, Nasr Hamid (bukan Zaid, Nasr Hamid Abu).

## B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

|              |   |
|--------------|---|
| Swt          | = subhanahu wa ta'ala                             |
| Saw          | = sallallahu 'alaihi wasallam                     |
| as.          | = 'alaihi al-salam                                |
| H            | = Hijrah  |
| M            | = Masehi  |
| SM           | = Sebelum Masehi                                  |
| I            | = Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja) |
| W            | = Wafat Tahun                                     |
| QS.../...: 4 | = QS al-Baqarah/2:4 atau QS Ali 'Imran/3:4        |
| HR           | = Hadis Riwayat                                   |



## DAFTAR ISI

|   |              |
|---|--------------|
| <b>SAMPUL</b> .....                                   | <b>i</b>     |
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                            | <b>ii</b>    |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....              | <b>iii</b>   |
| <b>PRAKATA</b> .....                                  | <b>iv</b>    |
| <b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN</b> ..... | <b>vii</b>   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                               | <b>xiii</b>  |
| <b>DAFTAR AYAT</b> .....                              | <b>xv</b>    |
| <b>DAFTAR HADIST</b> .....                            | <b>xvi</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                            | <b>xvii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                          | <b>xviii</b> |
| <b>ABSTRAK</b> .....                                  | <b>xix</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                        | <b>1</b>     |
| A. Latar Belakang .....                               | 1            |
| B. Rumusan Masalah .....                              | 5            |
| C. Tujuan Penelitian.....                             | 6            |
| D. Manfaat Penelitian.....                            | 6            |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....                  | <b>7</b>     |
| A. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....             | 7            |
| B. Kajian Teori.....                                  | 10           |
| 1. Bank Syariah .....                                 | 10           |
| 2. Lokasi .....                                       | 31           |
| 3. Promosi.....                                       | 32           |
| 4. Minat.....   | 34           |
| C. Kerangka Pikir .....                               | 35           |
| D. Hipotesis .....                                    | 35           |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....                | <b>36</b>    |
| A. Jenis Penelitian .....                             | 36           |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....                   | 36           |
| C. Definisi Operasional Variabel .....                | 36           |
| D. Populasi dan Sampel.....                           | 37           |
| E. Teknik Pengumpulan data .....                      | 39           |
| F. Instrumen.....                                     | 40           |
| G. Uji Validitas dan Realibilitas.....                | 41           |
| H. Teknik Analisis Data .....                         | 42           |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....   | <b>45</b>    |
| A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....              | 45           |
| B. Hasil Penelitian.....                              | 50           |
| C. Pembahasan Hasil Penelitian.....                   | 59           |
| <b>BAB V PENUTUP</b> .....                            | <b>63</b>    |
| A. Kesimpulan .....                                   | 63           |

B. Saran .....63  
**DAFTAR PUSTAKA .....64**



## DAFTAR AYAT

|  |    |
|--|----|
| Kutipan Ayat 2 QS Al-Baqarah ayat/2 275..... | 23 |
|--|----|





## DAFTAR HADIST

Hadis Riwayat HR.Bukhari: Muslim, Tirmidziy Masai, dan Ahmad.....24



## DAFTAR GAMBAR

|                      |    |
|----------------------|----|
| Kerangka Pikir ..... | 35 |
|----------------------|----|



## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan ..... | 7  |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....     | 36 |
| Tabel 3.2 Skala Penilaian .....                   | 36 |
| Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....                | 50 |
| Tabel 4.2 Hasil Uji Realibilitas .....            | 51 |
| Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas .....              | 52 |
| Tabel 4.4 Uji Heteroskedastisitas.....            | 54 |
| Tabel 4.5 Uji Regresi Linear Sederhana .....      | 55 |
| Tabel 4.6 Uji Koefisien Determinasi .....         | 56 |



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 kuesioner

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Analisis Data

Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup



## ABSTRAK

**Iksan Nawir 2023**, “*Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Kurangnya Minat Menabung Masyarakat Desa Botta di Bank Syariah*” Skripsi Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo di bimbingan oleh Hendra Safri.

Skripsi ini membahas tentang Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Kurangnya Minat Menabung Masyarakat Desa Botta di Bank Syariah Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Kurangnya Minat Menabung Masyarakat Desa Botta di Bank Syariah

Jenis penelitian ini adalah menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Botta. Sedangkan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *random sampling* dengan penentuan sampel sebanyak 100 masyarakat. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan melalui pembagian angket/kuesioner kepada responden untuk dijawabnya. Selanjutnya, teknik pengelolaan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisis data kuantitatif dengan bantuan program SPSS 20.

Hasil penelitian menyatakan bahwa , (1) secara parsial lokasi berpengaruh positif terhadap minat masyarakat Desa Botta hal ini terlihat pada dalam tabel *coefficient* memperlihatkan hasil signifikan variabel lokasi (X1) sebanyak 0,012 yakni hasil ini kurang atas taraf signifikan sebanyak 0,05 ataupun  $0,012 < 0,05$  sertabila dinilai melalui nilai  $t_{hitung}$  sebanyak 2,550 melebihi  $t_{tabel}$  dimana 1,985 maupun  $2,550 > 1,985$  , (2) secara parsial promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Botta hal ini terlihat pada tabel *coefficient* didapatkan hasil signifikan variabel Promosi (X2) sebanyak 0,046 diketahui hasil ini signifikan 0,05 maupun  $0,046 < 0,05$  serta apabila dilihat berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  sebanyak 1,985 lebih dari  $t_{tabel}$  yakni 1,984 maupun  $1,985 > 1,984$ . Sehingga, bisa disimpulkan bahwa promosi memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat. ,(3) secara simultan kualitas pelayanan , dan biaya administrasi sebesar 63,8% berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah..

**Kata Kunci** : Lokasi, minat masyarakat Desa Botta, promosi

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Meningkatnya perkembangan lembaga keuangan syariah, bukanlah hal yang baru lagi untuk diperbincangkan di kanca lembaga keuangan. Peningkatan yang terus meningkat dari tahun ketahunnya, menjadikan lembaga keuangan syariah, sebagai lembaga keuangan yang mempunyai kekuatan dalam melakukan pemulihan perekonomian yang terjadi di Indonesia. Hal tersebut, tentu saja dapat kita lihat, dari prinsip sosial yang ada di lembaga keuangan syariah, yang mempunyai landasan Alquran dan Hadits. Dalam hal ini, ekonomi Islam atau prinsip syariah, telah digadang-gadang sebagai sistem perekonomian yang mampu untuk menuntaskan permasalahan perekonomian yang ada.<sup>1</sup>

Bank menurut Undang-undang perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 Pasal 1 adalah badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.<sup>2</sup> Sejak berdirinya Bank Syariah pertama pada tahun 1992 industri perbankan syariah baru tampak pertumbuhannya saat keluarnya undang-undang No. 10 Tahun 1998 yang memberikan peluang pada Bank konvensional untuk menjalankan bisnis syariah melalui pembentukan unit usaha syariah dan cabang syariah, Keluarnya undang

---

<sup>1</sup> Riyan Pradesyah, "Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning)", *Jurnal Ekonomi Islam*, 1.2 (2020): h. 114

<sup>2</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 pasal 1 Tentang Perbankan Syariah, t.t.

undang tersebut tidak terlepas dari kondisi krisis ekonomi global khususnya di Indonesia.<sup>3</sup>

Semenjak dikeluarkannya UU No. 10 Tahun 1998 yang memberi landasan hukum yang lebih kuat untuk perbankan syariah dan melalui UU No. 23 Tahun 1999 hingga disahkannya UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, perkembangan bank syariah semakin meningkat pesat terutama dilihat dari peningkatan jumlah bank/ kantor yang menggunakan prinsip syariah dan peningkatan jumlah aset yang dikelolanya.<sup>4</sup>

Bank syariah didefinisikan sebagai bank yang kegiatan usahanya dijalankan berdasarkan dengan Prinsip Syariah (Otoritas Jasa Keuangan, 2014). Indonesia merupakan Negara dengan penduduk muslim terbanyak dunia. Maka sudah seharusnya perbankan yang sesuai syariah serta tidak mengandung unsur riba dapat beroperasi sebagaimana mestinya.<sup>5</sup>

Menabung di bank syariah merupakan salah satu anjuran dalam Islam yang berkaitan dengan urusan keduniaan manusia, yang sebenarnya merupakan suatu bentuk ibadah kepada Allah karena menjalankan perintah Allah yang memerintahkan manusia untuk tidak melupakan urusan dunianya karena urusan dunia dan akhirat hendaknya diseimbangkan dan tidak dilupakan salah satunya. Salah satu tujuan adanya perintah menabung ini adalah agar umat Islam memiliki

---

<sup>3</sup> Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah Produk-Produk Dan Aspek Hukumnya*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014). h. 55

<sup>4</sup> Cita Ayni Putri Silalahi and Dalmi Iskandar Sultami, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Muslim Nusantara (Umn) Al Washliyah Menabung Di Bank Syariah", *Prossiding Seminar Hasil Penelitian* (2020): h. 71

<sup>5</sup> Aprilia Tiara Putri, "Analisis Determinasi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Di Kabupaten Kotabaru Untuk Menabung Di Bank Syariah". *Universitas Muhammadiyah Yogyakarta* (2021).

investasi untuk masa depannya, sebagai bekal untuk menghadapi segala kemungkinan yang terjadi di masa yang akan datang, karena manusia tidak ada satupun yang tahu tentang apa yang akan terjadi di hari esok, kapan ia akan sehat, kapan ia akan sakit bahkan kapan dan dimana ia akan meninggal tidak seorangpun yang mengetahuinya.<sup>6</sup>

Pada kenyataannya masyarakat pada umumnya banyak menjatuhkan pilihan menabung dan meminjam uang pada lembaga keuangan selain bank syariah, banyak dari masyarakat menabung di bank konvensional dan meminjam pada koperasi umum, padahal di dalam bank konvensional sudah diketahui menganut sistem bunga yang menurut sebagian ulama, sistem bunga termasuk yang diharamkan karena bunga dikategorikan sebagai riba. Maka dari itu perlu didirikan bank syariah. Bank syariah di Indonesia didirikan karena keinginan masyarakat (terutama masyarakat yang beragama Islam) yang berpandangan bunga merupakan hal yang haram.<sup>7</sup>

Bank Syariah memang sudah tersebar luas di Indonesia. Akan tetapi untuk penyebaran Bank Syariah di Desa-desa masih sangat minim, yang menyebabkan masyarakatnya belum mengetahui konsep dari Bank Syariah dan masih menganggap bahwa Bank Syariah sama saja dengan Bank Konvensional.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Gusmail Emmang, "Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah ( Studi Pada Masyarakat Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar)". *UIN Alauddin Makassar* (2016). h. 1

<sup>7</sup> Eka Apriana, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Desa Koto Taluk Menabung Di Bank Syariah Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi". *Universitas Islam Kuantan Singingi*. h. 435

<sup>8</sup> Legi Piani, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat Desa Beriang Tinggi Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah (Kecamatan Tanjung Kemuning Kabupaten Kaur)". *UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu* (2022). h. 3



Masyarakat desa Botta sepenuhnya penduduk beragama muslim. Dengan penduduk muslim di desa Botta seharusnya lebih mudah bagi bank syariah untuk menjalankan dan mengembangkan kegiatan usahanya. Akan tetapi pada realitanya, meskipun jumlah penduduk di desa Botta mayoritas beragama muslim tidak semua penduduknya menggunakan bank syariah. Kesadaran masyarakat di Desa Botta untuk menabung atau bertransaksi menggunakan bank syariah di rasa masih kurang, tidak sedikit masyarakat di desa Botta memilih menabungkan dananya kepada bank konvensional di banding bank syariah yang mestinya menjadi salah satu bank yang dianjurkan bagi umat islam. Masyarakat lebih mengenal bank konvensional dibandingkan dengan bank syariah yang sistem usahanya sesuai dengan syariat islam. Permasalahan di Desa Botta muncul dari perspektif masyarakat yang mana mereka menganggap bahwa bank konvensional dan bank syariah pada dasarnya adalah sama, hanya saja pada bank syariah menggunakan istilah yang berbeda.

Banyak masyarakat Desa Botta menggunakan bank konvensional dengan berbagai macam alasan, diduga alasan-alasan tersebut disebabkan oleh hadiah dan bonus yang ditawarkan lebih menggiurkan, bunga yang diberikan lebih besar, belum paham dengan sistem dan operasional yang diterapkan pada bank syariah, serta rasa nyaman terhadap bank konvensional karena mereka lebih dulu mengenal bank konvensional daripada bank syariah.

Hal tersebut bisa saja terjadi karena kurangnya pengetahuan calon nasabah tentang produk perbankan syariah, sehingga perlu adanya promosi kepada masyarakat yang tidak hanya menggunakan sistem website, brosur maupun

pamflet. Sosialisasi langsung juga perlu dilakukan agar calon nasabah benar-benar paham bagaimana sistem perbankan syariah, produk apa saja yang ditawarkan, bagaimana pelayanannya, dan dimana saja mereka dapat menemukan kantor bank syariah.

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk meneliti dan ingin mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi kurangnya minat masyarakat di desa Botta untuk menabung di bank syariah. maka dalam penulisan skripsi ini penulis menyusun judul dengan **“Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Kurangnya Minat Menabung Masyarakat Desa Botta Di Bank Syariah”**.

### **B. Batasan Masalah**

Permasalahan yang dibatasi dalam penelitian ini yaitu faktor-faktor pengaruh kurangnya minat masyarakat menabung Di Bank Syariah peneliti hanya mengambil faktor promosi dan lokasi. Sedangkan dari sampel peneliti membatasi hanya yang berusia 17 tahun keatas.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas dapat dirumuskan yaitu:

1. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap kurangnya minat menabung masyarakat Desa Botta di Bank Syariah?
2. Apakah Promosi berpengaruh terhadap kurangnya minat menabung masyarakat Desa Botta di Bank Syariah?

3. Apakah Lokasi dan Promosi berpengaruh secara simultan terhadap kurangnya minat menabung masyarakat Desa Botta di Bank Syariah?

#### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah Lokasi berpengaruh terhadap kurangnya minat menabung masyarakat Desa Botta di Bank Syariah?
2. Untuk mengetahui apakah Promosi berpengaruh terhadap kurangnya minat menabung masyarakat Desa Botta di Bank Syariah?

#### **5. Manfaat penelitian**

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat masyarakat desa Botta untuk menabung di bank syariah, serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis di pelajari di bangku perkuliahan.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang bank syariah.

- b. Bagi Bank

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai sejauh mana pemahaman masyarakat terhadap produknya

- c. Bagi Masyarakat

Dapat membedakan antara bank konvensional dan bank syariah sehingga dapat mengambil keputusan dalam hal menabung di bank.



## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

1. Atikah widhiana putri, trimulato & ismawati (2020), dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Bank Syariah Indonesia”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian ini secara persial menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk tabungan wadia dengan nilai sig  $0,002 < 0,05$ . Demikian juga variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk tabungan wadia dengan nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Variabel lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk tabungan wadia dengan nilai sig  $0,663 > 0,05$ . Secara simultan variabel pengetahuan, lokasi, promosi berpengaruh sebesar 80,3%<sup>9</sup>. Persamaan variabel (X2) lokasi, (X3) promosi dan (Y) minat masyarakat. Perbedaan (X1) pengetahuan dan lokasi penelitian.
2. Ruma Yogitriani dengan judul “Pengaruh lokasi, dan promosi terhadap minat menabung di Bank Syariah pada masyarakat kelurahan Cempaka putih Kota Jambi”. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung dan dapat diketahui dengan uji t dengan nilai

---

<sup>9</sup> Atikah widhiana putri, trimulato & ismawati ,”Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Bank Syariah Indonesia “, *Jurnal of islamic Banking*, Vol. 2 No. 2 (2022). 134-146.

signifikansi sebesar  $0,024 < 0,05$  dan nilai  $T_{hitung} > T_{table}$  yaitu  $2,290 > 1,98525$ . Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung yang di buktikan dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $T_{hitung}$  lebih besar  $T_{table}$  yaitu  $3,911 > 1,98525$ . Secara simultan lokasi dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara bersama sama terhadap minat menabung masyarakat pada Bank syariah yang dapat di lihat dari uji  $f$  yaitu  $f_{hitung} > f_{table}$  atau  $27,480 > 3,09$  dari nilai signifikansi yang di hasilkan  $0,000 < 0,005$ . Nilai koefisien determinan sebesar  $0,366$  atau  $36,6\%$  dan sisanya sebesar  $0,634$  atau  $63,4\%$  dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.<sup>10</sup> Persamaan (X1) lokasi, (X2) Promosi dan (Y) Minat menabung, Perbedaan pada lokasi penelitian.

3. Junadia dengan judul, “Pengaruh pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap minat menabung pada BNI Syariah KCP Tomoni (Studi Masyarakat Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur). Penelitian Ini menggunakan metode Kuantitatif. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara pelayanan (X1) terhadap minat menabung (Y) masyarakat Kecamatan Wotu pada BNI Syariah. Karena  $t_{hitung} (2,070) > t_{tabel} (1,984)$ . dengan demikian pengujian menunjukkan bahwa  $H_1$  diterima atau  $H_0$  ditolak. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh tidak signifikan antara promosi (X2) terhadap minat menabung (Y). Karena  $T_{hitung} (-1,338) < T_{tabel}$

---

<sup>10</sup> Ruma yogitriani dengan judul “Pengaruh lokasi, dan promosi terhadap minat menabung di Bank Syariah pada masyarakat kelurahan Cempaka putih Kota Jambi”, (skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2022)

(1,984). Dengan demikian pengujian menunjukkan bahwa H2 ditolak atau H0 diterima. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara lokasi (X3) terhadap minat menabung (Y). Karena  $T_{hitung} (2,283) > T_{tabel} (1,984)$ . Dengan demikian pengujian menunjukkan bahwa H3 diterima. Dari hasil pengujian yang telah dilakukan, maka didapatkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 4,719 sedangkan  $F_{tabel}$  2,70, karena nilai  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $F_{tabel}$  ( $4,719 > 2,70$ ), maka dapat disimpulkan bahwa H0 diterima dan H1 ditolak yang berarti bahwa secara bersama-sama variabel independen (pelayanan, promosi dan lokasi) berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung masyarakat kecamatan Wotu pada BNI Syariah KCP Tomoni.<sup>11</sup> Persamaan (X2) Promosi, (X3) Lokasi dan (Y) Minat Menabung. Perbedaan (X1) Pelayanan dan Lokasi penelitian.

## **B. Landasan Teori**

### **1. Bank Syariah**

#### **a. Definisi Bank Syariah**

Bank pada dasarnya adalah entitas yang melakukan penghimpun dana kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau dengan kata lain melaksanakan fungsi intermediasi keuangan. Dalam sistem operasional perbankan di Indonesia terdapat dua macam sistem operasional perbankan, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Sesuai UU No. 21 tahun 2008

---

<sup>11</sup> Junadia dengan judul, "Pengaruh pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap minat menabung pada BNI Syariah KCP Tomoni", (Skripsi: Fakultas ekonomi dan bisnis islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2019)

tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan ('adl wa tawazun), kemaslahatan (maslahah), universalisme (alamiah) serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan obyek yang haram. Selain itu, UU Perbankan Syariah juga mengamankan bank syariah untuk menjalankan fungsi sosial dengan menjalankan fungsi seperti lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (nazhir) sesuai kehendak pemberi wakaf (wakif).<sup>12</sup>

Berbicara tentang definisi bank syariah, ada beberapa pakar yang menjelaskan definisi dari bank syariah sebagai berikut:

- 1) Bank Syariah adalah bank yang sistem perbankannya menganut prinsip-prinsip dalam islam. Bank syariah merupakan bank yang di impikan oleh para umat islam.
- 2) Pengertian bank syariah menurut Sudarsono, bank syariah adalah lembaga keuangan negara yang memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya didalam lalu lintas pembayaran dan juga peredaran uang yang beroperasi dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah atau islam.
- 3) Menurut Perwataatmadja, Pengertian bank syariah adalah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah (islam) dan tata caranya

---

<sup>12</sup> Andrianto dan M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)* (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019) hal. 23-24



didasarkan pada ketentuan Al-qur'an dan Hadist.

Bank Umum Syariah Yang berdiri sendiri sesuai dengan akta pendiriannya, maka bukan merupakan bagian dari bank konvensional. Beberapa contoh bank umum syariah yaitu Bank Syariah Mandiri, Bank Syariah Bukopin, Bank Muamalat Indonesia, dan lain sebagainya. Unit usaha syariah merupakan unit usaha yang masih dibawah pengelolaan bank konvensional. Unit usaha syariah (UUS) adalah kerja dari kantor pusat bank konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah (islam) atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan diluar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah atau unit syariah. Contoh unit usaha syariah (UUS) yaitu BNI Syariah, BII Syariah dan lain sebagainya.

13

Bank syariah memiliki sistem operasional yang berbeda dengan bank konvensional. Dalam Bank syariah memberikan layanan bebas bunga kepada para nasabahnya. Dalam sistem operasional bank syariah, penarikan bunga dilarang dalam semua bentuk transaksi apapun. Bank syariah tidak mengenal yang namanya sistem bunga, baik itu bunga yang diperoleh dari nasabah yang meminjam uang atau bunga yang dibayar kepada penyimpan dana di bank

---

<sup>13</sup> Andrianto dan M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)* (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019) hal 27

syariah. Dalam bank syariah hanya mengenal riba atau bagi hasil pada semua akad yang di praktekkan dalam bank syariah.

#### b. Tujuan dan Fungsi Bank Syariah

Perbankan Syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berasaskan pada Prinsip Syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian. Perbankan syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.<sup>14</sup>

Sedangkan apabila kita berbicara mengenai fungsi bank syariah, bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu fungsi bank syariah untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, fungsi bank syariah untuk menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan juga fungsi bank syariah untuk memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah.

##### 1) Fungsi Bank Syariah untuk Menghimpun Dana Masyarakat

Fungsi bank syariah yang pertama adalah menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana. Bank syariah mengumpulkan atau menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dengan menggunakan akad *al-wadiah* dan dalam bentuk investasi dengan menggunakan akad *al-mudharabah*.

---

<sup>14</sup> Andrianto dan M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)* (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019) hal. 28

- a) *Al-wadiah* adalah akad antara pihak pertama (masyarakat) dengan pihak kedua (bank) , dimana pihak pertama menitipkan dananya kepada bank dan pihak kedua, bank menerima titipan untuk dapat memanfaatkan titipan pihak pertama dan transaksi yang diperbolehkan dalam islam.
- b) *Al-mudharabah* merupakan akad antara pihak pertama yang memiliki dana kemudian menginvestasikan dananya kepada pihak lain yang mana dapat memanfaatkan dana yang investasikan dengan tujuan tertentu yang diperbolehkan dalam islam.
- 2) Fungsi Bank Syariah sebagai Penyalur Dana Kepada Masyarakat
- a) Fungsi bank syariah yang kedua ialah menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan. Masyarakat dapat memperoleh pembiayaan dari bank syariah asalkan dapat memenuhi semua ketentuan dan persyaratan yang berlaku. Menyalurkan dana merupakan aktivitas yang sangat penting bagi bank syariah. Dalam hal ini bank syariaih akan memperoleh return atas dana yang disalurkan. Return atau pendapatan yang diperoleh bank syariah atas penyaluran dana ini tergantung pada akadnya.<sup>15</sup>
- b) Bank syariah menyalurkan dana kepada masyarakat dengan menggunakan bermacam-macam akad, antara lain akad jual beli dan akad kemitraan atau kerja sama usaha. Dalam akad jual beli, maka return yang diperoleh bank atas penyaluran dananya adalah dalam bentuk margin keuntungan. Margin keuntungan merupakan selisish antra harga jual kepada nasabah dan harga

---

<sup>15</sup> Andrianto dan M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)* (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019) hal. 29

beli bank. Pendapatan yang diperoleh dari aktivitas penyaluran dana kepada nasabah yang menggunakan akad kerja sama usaha adalah bagi hasil.

### 3) Fungsi Bank Syariah Memberikan Pelayanan Jasa Bank

- a) Fungsi bank syariah disamping menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat, bank syariah memberikan pelayanan jasa perbankan kepada nasabahnya. Pelayanan jasa bank syariah ini diberikan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. Pelayanan jasa kepada nasabah merupakan fungsi bank syariah yang ketiga. Berbagai jenis produk pelayanan jasa yang dapat diberikan oleh bank syariah antara lain jasa pengirimannya uang (transfer), pemindah bukuan, penagihan surat berharga dan lain sebagainya.<sup>16</sup>
- b) Aktivitas pelayanan jasa merupakan aktivitas yang diharapkan oleh bank syariah untuk dapat meningkatkan pendapatan bank yang berasal dari fee atas pelayanan jasa bank. Beberapa bank berusaha untuk meningkatkan teknologi informasi agar dapat memberikan pelayanan jasa yang memuaskan nasabah. Pelayanan yang dapat memuaskan nasabah ialah pelayanan jasa yang cepat dan akurat. Harapan nasabah dalam pelayanan jasa bank ialah kecepatan dan ke akuratannya. Bank syariah berlomba-lomba untuk berinovasi dalam meningkatkan kualitas produk layanan jasanya. Dengan pelayanan jasa tersebut, maka bank syariah mendapat imbalan berupa *fee* yang disebut *fee based income*.

---

<sup>16</sup> Andrianto dan M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)* (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019) hal. 30

### c. Prinsip Dasar Bank Syariah

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, perbankan syariah memiliki prinsip dasar yang harus yang harus dipatuhi. Hal ini dikarenakan bahwa perbankan syariah menjalankan kegiatan syariahnya harus dijalankan oleh beberapa unsur yang diikt dalam prinsip dasar. Unsur-unsur tersebut meliputi unsur kesesuaian dengan syariah islam dan unsur legalitas operasi sebagai lembaga keuangan.<sup>17</sup>

#### 1) Larangan terhadap Transaksi yang Mengandung Barang atau Jasa yang Diharamkan

Larangan terhadap transaksi yang mengandung barang atau jasa yang diharamkan sering dikaitkan dengan prinsip muamalah yang ketiga, yaitu keharusan menghindari dari kemudharatan. Alquran dan Sunah Nabi Muhammad SAW, sebagai sumber hukum dalam menentukan keharaman suatu barang atau jasa, menyatakan secara khusus berbagai jenis bahan yang dinyatakan haram untuk dimakan, diminum dan dipakai oleh seorang muslim.

Bagi industri perbankan syariah, pelanggaran terhadap transaksi yang haram zatnya tersebut diwujudkan dalam bentuk larangan memberikan pembiayaan yang terkait dengan aktivitas pengadaan jasa, produksi makanan, minuman dan bahan konsumsi lain yang diharamkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Dalam pemberian pembiayaan, bank syariah dituntut untuk selalu memastikan kehalalan jenis usaha yang

---

<sup>17</sup> Andrianto dan M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)* (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019) hal. 31-33

dibantu pembiayaannya oleh bank syariah. Dengan demikian, pada suatu bank syariah tidak akan ditemui adanya pembiayaan untuk usaha yang bergerak di bidang peternakan babi, minuman keras, ataupun bisnis pornografi dan lainnya yang diharamkan.

## 2) Larangan terhadap Transaksi yang Diharamkan Sistem dan Prosedur Perolehan Keuntungannya

Selain melarang transaksi yang haram zatnya, agama Islam juga melarang transaksi yang diharamkan sistem dan prosedur perolehan keuntungannya. Beberapa hal yang masuk kategori transaksi yang diharamkan karena sistem dan prosedur perolehan keuntungannya tersebut adalah

- a) *Tadlis*, transaksi yang mengandung hal pokok yang tidak diketahui oleh salah satu pihak.
- b) *Gharar*, transaksi gharar memiliki kemiripan dengan tadlis. Dalam tadlis, ketiadaan informasi terjadi pada salah satu pihak, sedangkan dalam gharar ketiadaan informasi terjadi pada kedua belah pihak yang bertransaksi jual beli.
- c) *Ba'i ikhtikar*, *Ba'i Ikhtikar* merupakan bentuk lain dari transaksi jual beli yang dilarang oleh syariat Islam. Ikhtikar adalah mengupayakan adanya kelangkaan barang dengan cara menimbun. Dengan demikian, penjual akan memperoleh keuntungan yang besar karena dapat menjual dengan harga yang jauh lebih tinggi dibanding harga sebelum kelangkaan terjadi.
- d) *Ba'i Najasy*, adalah tindakan menciptakan permintaan palsu, seolah-olah

ada banyak permintaan terhadap suatu produk, sehingga harga jual produk akan naik.

- e) *Maysir*, Ulama dan Fuqaha mendefinisikan maysir sebagai suatu permintaan di mana satu pihak akan memperoleh keuntungan sementara pihak lainnya akan menderita kerugian.
- f) *Riba*, adalah tambahan yang disyaratkan dalam transaksi bisnis tanpa adanya padanan (iwad) yang dibenarkan Syariah Atas penambahan tersebut.

#### d. Akad-akad Dalam Bank Syariah

##### 3) Kelompok Akad Tabarruk

Perjanjian ini berorientasi nonprofit transaction dan hakikatnya bukan transaksi bisnis untuk mencari keuntungan komersial.<sup>18</sup>

##### a) Meminjamkan Harta

- (1) *Qardh*, Adalah peminjaman tanpa mensyaratkan suatu apapun dalam jangka waktu tertentu dan bank tidak diperkenankan untuk meminta imbalan.

- (2) *Rahn*, Adalah berhutang atau meminjamkan sesuatu yang disertai penyerahan jaminan tertentu.<sup>19</sup>

- (3) *Hawalah*, pemberian pinjaman yang disertai dengan jaminan objek anjak piutang (pengalihan piutang).

- (4) *Khafalah*, Ikut menanggung wanprestasi yang dilakukan oleh seorang atau

---

<sup>18</sup> Andrianto dan M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)* (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019) hal. 34

<sup>19</sup> Andrianto dan M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)* (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019) hal. 37

sudut pihak.

b) Meminjamkan Jasa

(1) *Wakalah*, melakukan sesuatu untuk mewakili orang lain atau pihak tertentu.

(2) *Wadiah*, menawarkan jasa untuk melakukan pemeliharaan atau penitipan sesuatu.

(3) *Wakaf*, memberikan sesuatu kepada pihak lain dengan tujuan untuk kepentingan umum dan agama.

(4) *Hibah*, sedekah & hadiah, pemberian yang dilakukan secara sukarela kepada pihak lain. Akad tabarruk yang telah disepakati tidak boleh diubah menjadi akad tijarah (komersial) tanpa persetujuan kedua pihak

c) Kelompok Akad Tijarah

Perjanjian yang berorientasi profit transaction. Hakikatnya transaksi bisnis untuk mencari keuntungan komersial, seperti akad investasi, jual beli dan sewa-menyewa.<sup>20</sup>

e. *Natural Certainty Contract (NCC)*

Merupakan pertukaran barang atau jasa oleh pihak yang harus dilakukan secara jelas dan pasti di awal akad, mencakupi jumlah (*quantity*) kualitas (*quality*) harga (*price*) dan penyerahan (*Time of delivery*). Kontrak yang termasuk kategori ini biasanya jual beli, upah mengupah dan sewa menyewa

.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Andrianto dan M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)* (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019) hal. 43

<sup>21</sup> Andrianto dan M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)* (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019) hal. 44



- 1) Akad jual beli
  - a) *Al Ba'i Naqdan*, Jual beli yang biasa dilakukan secara tunai. penyerahan uang dan barang dilakukan secara bersamaan.
  - b) *Al Ba'i Muajjal*, Jual beli yang barangnya diserahkan di awal. Tetapi pembayarannya dilakukan dengan kemudian Dilakukan dengan cara mencicil atau sekaligus.
  - c) *Murabahah*, Jual beli yang dilakukan secara terbuka sehingga pembeli mengetahui keuntungan yang didapat penjual.
  - d) *Salam*, Jual beli yang dilakukan dengan cara pembayaran sekaligus di awal transaksi, namun barangnya diserahkan pada akhir periode yang diperjanjikan.
  - e) *Istishna*, Jual beli yang pembayarannya dilakukan secara bertahap (mencicil) dan barang diserahkan pada akhir periode yang diperjanjikan.
- f. Akad Sewa Menyewa
  - a) *Ijarah*, Sewa-menyewa untuk mendapatkan manfaat barang atau upah-mengubah tenaga kerja tanpa ada perubahan kepemilikan terhadap objek yang diperjanjikan.
  - b) *Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik* (IMBT), Sewa-menyewa untuk mendapatkan manfaat barang dan diikuti dengan perubahan kepemilikan terhadap objek yang diperjanjikan.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> Andrianto dan M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)* (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019) hal. 55

g. *Natural Uncertainty Contract (NUC)*

Adalah kontrak para pihak yang mencampuradukkan asetnya (real asset atau financial asset) menjadi satu kesatuan dan Sanggup menanggung risiko secara bersama tanpa menawarkan keuntungan yang pasti.<sup>23</sup>

- 1) *Musyarakah*, merupakan kerja sama di antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu yang masing-masing pihak memberikan porsi dana dengan ketentuan bahwa keuntungan akan dibagi sesuai dengan kesepakatan, sedangkan kerugian ditanggung sesuai dengan porsi dana masing-masing.
- 2) *Mudharabah*, merupakan pencampuran modal dengan jasa keterampilan atau keahlian keuntungan dibagi berdasarkan nisbah porsi bagi hasil dalam presentasi yang telah disepakati kerugian ditanggung oleh penyandang modal *sahibul Mal* sedangkan yang mendistribusikan jasanya kehilangan waktu dan peluang finansial.

d. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Bank syariah adalah bank dengan metode operasionalnya sistem bunga tidak digunakan, tapi yang digunakan pada bank syariah ialah asas dasar yang sama dengan syariah Islam. Bank syariah dalam menetapkan balasannya, baik yang diberi maupun yang diterimanya, yang digunakan adalah konsep upah

---

<sup>23</sup> Andrianto dan M. Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)* (Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019) hal. 57-58

sebagai pembalasan jasa yang sepadan dengan kontrak yang dijanjikan di awal.<sup>24</sup>

Bank syariah dan bank konvensional mempunyai perbedaan sebagai berikut:

- 1) Bank Syariah
  - a) Investasi, hanya diperuntukan proyek dan produk yang halal dan menguntungkan saja.
  - b) *Return* yang dibayar atau diterima menurut prinsip syariah yang bersumber dari bagi hasil atau hasil kerjasama lainnya.
  - c) Persetujuan dilaksanakan dalam bentuk akad yang sejalan dengan syariat Islam.
  - d) Orientasi pembiayaan bukan hanya buat keuntungannya saja tapi falah *oriental* juga, yakni berkiblat pada ketentraman masyarakat.
  - e) Hubungan bank dan nasabah merupakan mitra.
  - f) Dewan pengawas yaitu BI, Bapepam, Komisaris, dan Dewan Pengawas Syariah (DPS).
  - g) Proses dalam penyelesaian sengketa diusahakan diselesaikan melalui peradilan agama dengan jalan perundingan antara bank dan nasabah.
- 2) Bank Konvensional
  - a) Investasi tidak memikirkan halal atau haramnya suatu proyek dengan persyaratan proyek tersebut menguntungkan.
  - b) *Return* yang dibayar dan return yang diterima berupa bunga.
  - c) Persetujuan yang digunakan adalah hukum positif.
  - d) Orientasi pembiayaan guna mendapat laba dari dana yang dipinjamkan.

---

<sup>24</sup>Sri Wahyuni, "Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Margomulyono Kecamatan Tomoni Timur Kabupaten Luwu Timur)". (Palopo:IAIN Palopo, 2022) hal.35

- e) Hubungan bank dan nasabah merupakan kreditor serta debitur.
- f) Dewan pengawas yaitu BI, Bapepam, dan Komisaris.
- g) Proses dalam menyelesaikan sengketa lewat pengadilan negeri setempat.

f. Landasan Hukum Bank Syariah

1) Al-Qur'an

Bank syariah beroperasi atas dasar konsep bagi hasil, bank syariah tidak menggunakan bunga sebagai alat untuk memperoleh pendapatan atau membebankan bunga atas penggunaan dana dan pinjaman karena bunga merupakan riba yang diharamkan. Berdasarkan yang telah dijelaskan di dalam AlQur'an QS. Al-Baqarah 275 bahwa Allah melarang adanya riba dan menghalalkan jual beli.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ  
 ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ  
 مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَاتَّهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ  
 أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

**Terjemahnya:**“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang Telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang Telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”

2) Al-Hadist

Rasulullah menjelaskan contoh-contoh pinjaman dan perdagangan yang dianggap riba, Hadis juga menjelaskan bahwa riba itu perbuatan yang dilarang

oleh Allah. Hadisnya antara lain yaitu:

Dari Abu Said Al-khudri, Rasulullah bersabda yang artinya:

“Jangan lebih-lebihkan satu dengan yang lainnya, jangan menjual perak untuk perak kecuali keduanya setara, dan jangan lebih-lebihkan satu dengan yang lainnya, dan jangan menjual sesuatu yang tidak tampak.” (HR.Bukhari: Muslim, Tirmidziy Masai, dan Ahmad)

Dari Ubada Bin Sami, Rasulullah Bersabda yaitu:

“Emas untuk emas, perak untuk perak, Gandum untuk gandum, barang siapa membayar lebih atau menerima lebih dia telah berbuat riba. Pemberi dan penerima sama saja (dalam dosa).” (HR.Muslim dan Ahmad)

### 3) Fatwa MUI/DSN tentang Perbankan Syariah

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) di bentuk dengan rangka mewujudkan aspirasi umat Islam mengenai masalah perekonomian atau keuangan yang dilaksanakan sesuai dengan tuntutan Islam.<sup>25</sup>Fatwa DSN-MUI NO.7/DSN-MUI/IV/2000, dalam fatwa ini di jelaskan: “Lembaga keuangan syariah (LKS) sebagai penyedia dana menanggung semua kerugian akibat dari *mudharabah* kecuali jika *mudharib* atau nasabah melakukan kesalahan yang disengaja, lalai, atau menyalahi perjanjian”

### 4) Peraturan Otoritas Jasa Keuangan

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) yang merupakan peraturan yang secara khusus pelaksana dari regulasi dari Peraturan Bank Indonesia (PBI) tentang perbankan Syariah yang telah diundangkan hingga saat ini yaitu:

- a) POJK Nomor 19/POJK.03/2017 tentang penetapan status dan tindak

---

<sup>25</sup> DSN MUI, "Sekilas Tentang DSN-MUI (Online)", 2021. [www.dsnmui.or.id](http://www.dsnmui.or.id)

lanjut pengawasan bank perkreditan rakyat dan bank pembiayaan rakyat syariah.

- b) POJK Nomor 75/POJK.03/2016 tentang standar penyelenggaraan teknologi informasi bagi bank perkreditan rakyat dan badan pembiayaan rakyat syariah.
- c) POJK Nomor 66/POJK.03/2016 tentang kewajiban penyediaan modal minimum dan pemenuhan modal inti minimum bank pembiayaan rakyat syariah.
- d) POJK Nomor 65/POJK.03/2016 tentang penerapan manajemen resiko bagi bank umum syariah dan unit usaha syariah.
- e) POJK Nomor 62/POJK.03/2016 tentang transformasi lembaga keuangan mikro konvensional menjadi bank perkreditan rakyat dan lembaga keuangan mikro syariah menjadi bank pembiayaan rakyat syariah.
- f) POJK Nomor 37/POJK.03/2016 tentang rencana bisnis bank perkreditan rakyat dan bank pembiayaan rakyat syariah.
- g) POJK Nomor 02/POJK.03/2016 tentang pengembangan jaringan kantor perbankan syariah dalam rangka stimulus perekonomian nasional bagi bank.
- h) POJK Nomor 02/POJK.03/2016 tentang bank pembiayaan rakyat syariah.
- i) POJK Nomor 12/POJK.03/2015 tentang Stimulus Perekonomian Bank Syariah.

## 5) Undang-undang Tentang Bank Syariah

Undang-undang tentang Bank Syariah diatur dalam Undang-undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. “Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya”.<sup>26</sup>

### g. Peran Bank Syariah

Berbicara tentang peranan, tidak dapat dipisahkan dari fungsi dan kedudukannya, peranan bank syariah meliputi:

- 1) Memurnikan operasional Perbankan Syariah hingga dapat lebih meningkatkan kepercayaan masyarakat.
- 2) Meningkatkan kesadaran syariat umat Islam sehingga dapat memperluas segmen dan pangsa pasar Perbankan Syariah.
- 3) Menjalin kerjasama para ulama, karena bagaimanapun peranan ulama sangat dominan bagi kehidupan umat Islam.<sup>27</sup>

Adanya Bank Syariah diharapkan memberikan sumbangan terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat Indonesia melalui pembiayaan yang dikeluarkan oleh Bank Syariah, melalui pembiayaan bank syariah dapat menjadikan mitra dengan nasabah. Sehingga hubungan nasabah tidak lagi hubungan antara kreditur dan debitur tetapi dengan hubungan kemitraan. Bank syariah akan lebih realistis jika bank syariah mampu menjalankan kegiatannya

---

<sup>26</sup> Otoritas Jasa keuangan, "Undang – undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah", 02 Desember 2013. [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)

<sup>27</sup> Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada 2015), 65.

secara maksimal, kegiatan bank syariah antara lain yaitu:

- 1) Manajer investasi yang mengelola investasi dana nasabah yang menggunakan akad *mudharabah*.
- 2) Penyediaan jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran seperti bank konvensional sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- 3) Investor yang menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang dipercayakan dengan menggunakan alat investasi yang sesuai dengan prinsip syariah dan membagi hasil dengan nisbah yang di sepakati.
- 4) Pengembalian fungsi sosial berupa dana *Zakat, Infaq, dan Shadaqah* serta penjamin kebajikan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

#### h. Produk Bank Syariah

Produk bank syariah yang di tawarkan secara garis besar yaitu dikelompokkan menjadi 3 yaitu:

##### 1) Produk Pendanaan

Dalam menyalurkan dana kepada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi dalam enam kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu:<sup>28</sup>

##### a) Produk pembiayaan yang berprinsip pada akad jual beli

(1) Akad *Murabahah* adalah akad pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati. Transaksi

---

<sup>28</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta : Kencana, 2016),156.



ini barang diserahkan segera setelah akad, sedangkan pembayarannya dilakukan secara tangguh, Landasan Syariah *Murabahah* adalah Fatwa DSN MUI No.4/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Murabahah*.

(2) Akad *Salam* adalah akad pembiayaan suatu barang dengan cara pemesanan dan pembayaran harga yang dilakukan terlebih dahulu dengan syarat tertentu sesuai dengan kesepakatan. Transaksi ini diterapkan dengan pembiayaan barang yang belum ada. Landasan syariah *Salam* adalah Fatwa DSN MUI No.5/IV/2000 tentang jual beli *Salam*.

(3) Akad *Istishna* adalah akad pembiayaan barang dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antar pemesan atau pembeli. Produknya menyerupai produk salam namun di istihna pembayaran dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali termin pembayaran.

b) Produk pembiayaan yang berprinsip pada akad bagi hasil

(1) Akad *Mudharabah*, dalam pembiayaan adalah akad kerja sama dalam suatu usaha antar pihak pertama yang menyediakan seluruh modal dan pihak kedua selaku pengelola dana membagikan keuntungan usaha sesuai kesepakatan akad, sedangkan kerugian ditanggung sepenuhnya oleh bank. Landasan syariah akad mudharabah adalah Fatwa DSN MUI No.7/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Mudharabah*.

(2) Akad *Musyarakah*, adalah akad antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu yang dimana masing-masing pihak memberikan porsi dana masing-masing. Landasan syariah pembiayaan musyarakah

Fatwa DSN MUI No.8/DSNMUI/ IV/2000 tentang *Musyarakah*.

(3) Produk Pembiayaan yang berprinsip pada akad *Qardh*

Akad *Qardh* adalah akad pinjaman dana kepada nasabah dengan ketentuan bahwa nasabah wajib mengembalikan pokok pinjaman yang diterimanya pada waktu yang telah disepakati. Landasan syariah akad *Qardh* adalah Fatwa DSN MUI No.79/DSN-MUI/III/2011 tentang *Qardh* dengan menggunakan dana nasabah.

c) Produk Pembiayaan yang berprinsip pada akad penyewaan barang bergerak dan tidak bergerak kepada nasabah

(1) Akad *Ijarah* adalah akad penyedia dana dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa, tanpa diakui pemindahan kepemilikan barang itu sendiri. Landasan syariah akad *Ijarah* adalah Fatwa DSN MUI No.9/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan *Ijarah*.

(2) Akad *Ijarah Muntahiya Bittamlik* (IMBT) adalah akad penyediaan dana dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat dari suatu barang dan jasa berdasarkan transaksi sewa dengan opsi pemindahan kepemilikan barang. Landasan syariah *Ijarah Muntahiya Bittamlik* adalah Fatwa DSN MUI No.27/DSN-MUI/III/2002 tentang *Ijarah Muntahiya Bittamlik*

(3) Produk Penghimpunan Dana

Penghimpunan dana BUS dan UUS melalukan mobilisasi dan investasi tabungan dengan cara yang adil. Mobilisasi dana sangat penting karna Islam sangat mengutuk penumpukan dana dan penimbunan harta serta mendorong

penggunaannya secara produktif dalam rangka mencapai tujuan ekonomi dan sosial. Sumber dana bank syariah berasal dari modal disetor dan mobilisasi kegiatan penghimpunan dana melalui Rekening giro, Rekening tabungan dan deposito. Prinsip dalam penghimpunan dana oleh bank adalah sebagai berikut:

d) Prinsip *Wadiah* terdiri dari dua jenis yaitu:

- (1) *Wadiah amanah* yaitu harta yang dititipi terhadap bank tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi sedangkan,
- (2) *Wadiah yad dhamanah* yaitu pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan dan bank boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.

e) Prinsip *Mudharabah*

Dalam prinsip *Mudharabah* ini, penyimpanan dana bertindak sebagai pemilik modal sedangkan bank bertindak sebagai pengelola. Dana yang tersimpan oleh bank digunakan untuk melakukan pembiayaan. Ada tiga bagian dalam prinsip *Mudharabah* yakni:

- (1) *Mudharabah Mutlaqah* yaitu tidak ada batasan bagi bank untuk menggunakan dana yang telah terhimpun.
- (2) *Mudharabah Muqayyadah On Balance Sheet* yaitu simpanan khusus dan pemilik dapat menetapkan syarat-syarat khusus yang harus dipatuhi oleh bank.
- (3) *Mudharabah Muqayyadah Off Balance Sheet* yaitu penyaluran dana langsung kepada pelaksana usaha dan bank sebagai perantara pemilik dana dengan pelaksanaan

## 2. Lokasi

Lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. Dalam hal ini lokasi merupakan tempat dimana diperjualbelikan produk perbankan dan pengendalian bank. Bank yang terletak dalam lokasi strategis memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Menentukan lokasi merupakan suatu tugas penting bagi pemasar, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan. Lokasi kantor mempengaruhi minat nasabah untuk melakukan transaksi.

Lokasi adalah tempat dimana usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ketujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relative untuk setiap usaha yang berbeda.

Menurut Fandy Tjiptono mengatakan bahwa pemilihan lokasi harus digunakan untuk memilih lokasi oleh sebuah perusahaan. Adapun indikator-indikator lokasi sebagai berikut:

- a. Akses Lokasi yang mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum
- b. Lingkungan yang mendukung Lingkungan daerah sekitar haruslah yang mendukung produk yang ditawarkan. Sebagai contoh: restoran, Rumah makans asrama, kampus sekolah, perkantoran dan sebagainya.
- c. Tempat parkir yang luas Tempat parkir yang luas akan menjadi nilai tambah bagi bank, dan tempat parker haruslah yang luas, nyaman dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat. Penentuan lokasi bank merupakan kebijakan yang harus diambil dengan hati-hati.

Kantor bank harus dibangun di tempat yang strategis, yang dekat dengan nasabah berada, dan mudah pencapaiannya (aksesibilitas)<sup>29</sup>.

### 3. Promosi

Menurut Lupiyoadi promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa.

Menurut Muslichah promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan<sup>30</sup>.

Kegiatan promosi bervariasi tetapi mempunyai fungsi serta tujuan yang sama, dan seringkali dibedakan berdasarkan tugas khususnya. Bentuk-bentuk promosi itu ialah sebagai berikut:

a. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan adalah bentuk promosi non-personal dengan menggunakan berbagai media yang ditujukan untuk merangsang pembeli. Promosi periklanan terdapat banyak ragamnya, mulai yang biasa sampai yang spesifik, dari produk elektronik seperti TV dan radio, sampai bahan cetak seperti koran, majalah, brosur dan lain sebagainya.

---

<sup>29</sup> Junadia, "Pengaruh Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Pada BNI Syariah KCP Tomoni," Skripsi IAIN Palopo (2019).

<sup>30</sup> Onny Fitriana Sitorus dan Novelia Utami, Strategi Promosi Pemasaran (Jakarta:Universitas Muhammadiyah Prof. Dr.HAMKA,2017). 8

b. Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*)

Penjualan perseorangan adalah bentuk promosi secara langsung dengan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli yang ditujukan untuk merangsang pembelian. Contoh pihak pelaku usaha kecil yang melakukan personal selling adalah penjual pakaian, penjual klontongan, penjual keliling yang menjajakan dagangannya dan lain sebagainya.

c. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan merupakan aktivitas penjualan yang bersifat jangka pendek, tidak berulang, serta tidak rutin yang tujuannya mendorong keinginan konsumen untuk mencoba atau membeli barang/jasa yang ditawarkan. Promosi penjualan mencakup alat untuk promosi konsumen (sampel, kupon, penawaran cashback, potongan harga, premi, hadiah, hadiah langganan, percobaan gratis, garansi, promosi berhubungan, promosi silang, pajangan dan demonstrasi di tempat pembelian).

d. Hubungan Masyarakat (*Publik Relation*)

Hubungan masyarakat adalah program untuk mempromosikan dan melindungi citra perusahaan maupun produknya.

e. Informasi dari Mulut ke Mulut (*Word of Mouth*)

Informasi dari mulut ke mulut adalah komunikasi lisan, tertulis dan elektronik antar masyarakat yang berhubungan dengan keunggulan atau pengalaman membeli atau menggunakan produk atau jasa.

f. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran langsung adalah suatu bentuk promosi yang dilakukan secara eksklusif buat menerima tanggapan langsung dari konsumen saat memasarkan barang/jasa<sup>31</sup>.

Indikator promosi dari Philip Kotler yaitu:

- a. Periklanan
- b. Hubungan Masyarakat
- c. Pemasaran Langsung<sup>32</sup>.

#### 4. Minat

Minat (*interest*) berarti kecenderungan atau kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Minat dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai “sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan”.<sup>33</sup>

Minat merupakan suatu dorongan yang kuat dalam diri seseorang terhadap sesuatu. Minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.<sup>34</sup> Minat dapat timbul karena daya tarik dari luar dan juga datang dari hati sanubari. Minat yang besar terhadap sesuatu merupakan modal yang besar artinya untuk mencapai atau memperoleh benda atau tujuan yang diminati itu. Minat belajar yang besar cenderung menghasilkan

---

<sup>31</sup> Feti Rukmanasari, " Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah", (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2017). 29-31.

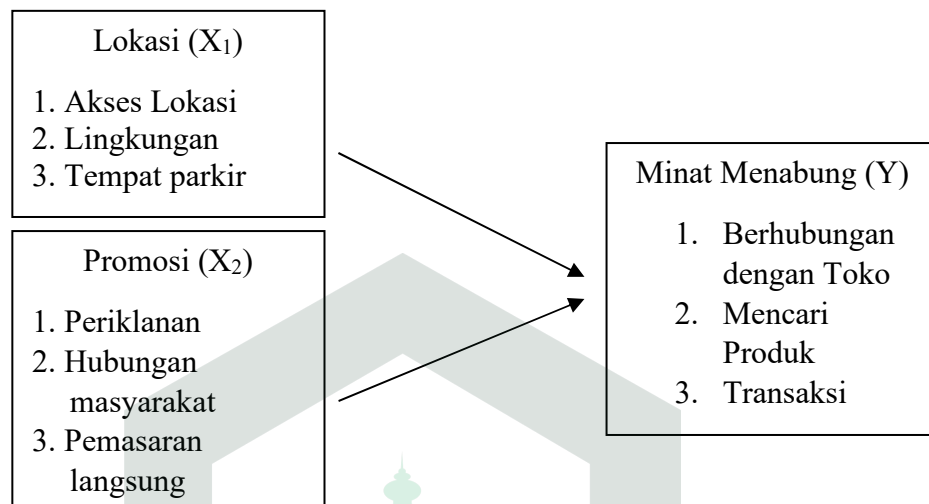
<sup>32</sup> Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, (Klaten: PT Intan Sejati Klaten, 2005) .132

<sup>33</sup> Anton M. Moeliono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), h. 225

<sup>34</sup> Slamento, *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), h. 121.

prestasi yang tinggi, sebaliknya minat belajar yang kurang akan menghasilkan prestasi yang rendah.<sup>35</sup>

### C. Kerangka Pikir



Berdasarkan skema kerangka pikir di atas, dapat diketahui bahwa variabel bebasnya (independent) yang memiliki dua indikator yaitu Lokasi dan Promosi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat sebagai variabel terikat (dependent).

### D. Hipotesis Penelitian

H<sub>1</sub> : Adanya pengaruh Lokasi terhadap minat masyarakat Desa Botta untuk menjadi nasabah di bank syariah

H<sub>2</sub> : Adanya pengaruh Promosi terhadap minat masyarakat Desa Botta untuk menjadi nasabah di bank syariah.

<sup>35</sup> Alyono, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 56- 57.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yakni penelitian yang menggunakan angka-angka dalam proses analisis data.<sup>36</sup>

#### B. Lokasi dan Waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Botta Kecamatan Suli Kabupaten Luwu . Alasan pemilihan lokasi penelitian ini karena berkaitan dengan objek yang ingin diteliti oleh peneliti. Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari 2023.

#### C. Definisi Operasional Variabel

| Variabel | Definisi   | Indikator  |
|----------|--|--|
| Lokasi   | Lokasi adalah tempat dimana usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ketujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relative untuk setiap usaha yang berbeda. | 1. Akses Lokasi<br>2. Lingkungan<br>3. Tempat parkir |

---

<sup>36</sup>Suharsimi Arikunto. *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta 1998): 245

|         |   |   |
|---------|---|---|
| Promosi | Promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. | 1. Periklanan   |
|         |   | 2. Hubungan Masyarakat  |
|         |   | 3. Pemasaran Langsung   |
|         |   |   |
| Minat   | Keputusan Menjadi Nasabah adalah suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan atau lebih pilihan alternative.  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berhubungan dengan toko</li> <li>2. Mencari Produk</li> <li>3. Transaksi</li> </ol> |

#### D. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Populasi merupakan suatu daerah yang umum didalamnya terdapat obyek dan subyek, memiliki kriteria tertentu yang ditentukan peneliti untuk dipelajari dan mendapatkan kesimpulan. Sampel adalah anggota populasi yang dipilih

menurut beberapa tahapan sehingga bisa menjadi perwakilan populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang ada di Desa Botta.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari anggota suatu populasi yang diambil berdasarkan jumlah serta karakteristik tertentu dengan prosedur tertentu. Sampel adalah subkelompok dari suatu populasi yang akan diteliti, oleh karena itu suatu Sample harus mewakili dan juga memberikan gambaran yang benar tentang populasi. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *Accidental Sampling* yaitu pengambilan sampel secara tidak sengaja (*Accidental*).

Peneliti akan mengambil sampel pada orang yang kebetulan ditemuinya pada saat itu. Untuk menemukan jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini, digunakan rumus slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dengan jumlah penduduk Desa Botta sebanyak 1.953 maka margin error 10% mendapatkan hasil yaitu 95,12 akan tetapi peneliti ini membulatkan jumlah sampel sebanyak 100 orang responden yang diambil di Desa Botta.

## E. Data dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi tentang data yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

### 1. Data Primer

Data primer merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau tidak melalui media perantara, data primer dihasilkan dari instrumen penelitian, dalam penelitian ini merupakan hasil dari menyebarkan kuesioner kepada masyarakat Desa Botta untuk memperoleh tanggapan dari masyarakat terhadap atribut atau indikator penelitian.

### 2. Data Sekunder

Data Sekunder dalam penelitian ini berupa hasil dari kajian pustaka yang mendukung penulisan penelitian ini yang diperoleh dari literatur yang relevan dengan penelitian

## F. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.<sup>37</sup> Di dalam observasi ini peneliti akan belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut.<sup>38</sup> Teknik pengumpulan data menggunakan observasi ini bertujuan untuk mengetahui lebih dekat tentang objek yang diteliti.

---

<sup>37</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), 139

<sup>38</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), 309

## 2. Angket

Angket (Kuesioner) yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>39</sup> Penulis dalam penelitian ini menggunakan kuesioner secara tertutup yaitu bentuk pertanyaan dalam kuesioner dimana responden tinggal memilih jawaban dari alternatif-alternatif jawaban yang telah di sediakan.

Tabel 3.1 Alternatif Jawaban

| No | Keterangan         | Skor |
|----|--------------------|------|
| 1  | Sangat setuju      | 5    |
| 2  | Setuju             | 4    |
| 3  | Normal             | 3    |
| 4  | Tidak setuju       | 2    |
| 5  | Sangat tiak setuju | 1    |

## G. Instrumen Penelitian

Survey yakni teknik pengukuran data dalam penelitian<sup>40</sup> Dalam proses pengumpulan data dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung di lokasi penelitian dengan cara survey. Penelitian survey merupakan penelitian dengan menggunakan pertanyaan/pernyataan kepada responden penelitian.

<sup>39</sup> Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial*, (Jakarta: Persada Pers,2010), 77

<sup>40</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R & D* (Bandung : Alfabeta, 2008): 199.

Pertanyaan atau pernyataan tersebut disebut kuesioner atau angket dengan menggunakan skala likert dengan ketentuan sebagai berikut:<sup>41</sup>

- a. Sangat tidak setuju nilainya 1
- b. Tidak setuju nilainya 2
- c. Netral nilainya 3
- d. Setuju nilainya 4
- e. Sangat setuju nilainya 5

## **H. Tehnik Analisis Data**

### **1. Uji Validitas**

Proses ini berfungsi untuk mengetahui keselarasan atau kesesuaian angket yang digunakan untuk mengumpulkan informasi atau data penelitian sehingga data yang diperoleh bersifat valid. Dalam uji validitas menggunakan hubungan antara masing-masing butir pertanyaan dengan keseluruhan total butir. Sehingga sebuah kuesioner dikatakan valid apabila memiliki nilai standar 0,3.<sup>42</sup>

Setelah memperoleh data melalui kuesioner nantinya akan diuji kevalidannya, apabila data tersebut valid maka bisa diteruskan ke uji selanjutnya, namun apabila data yang diperoleh tidak valid maka data tersebut tidak bisa diolah lebih lanjut.

---

<sup>41</sup>Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D* (Bandung : Alfabeta, Cet 20, 2014): 92.

<sup>42</sup> Riduwan dan Sunarto. *Pengantar Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabet, 2009): 353

## 2. Uji Reliabilitas

Tahapan ini digunakan untuk mengetahui angket yang digunakan bersifat konsisten dan dapat diandalkan dari waktu ke waktu. Pada proses ini diketahui nilai validitas menunjukkan skor yang konsisten apabila diuji dikemudian hari berikutnya. Dalam angket penelitian dikatakan reliable apabila jawaban yang diperoleh selalu konsisten dari waktu ke waktu. Adapun standar nilai yang digunakan dalam uji reliable yakni 0,6 dengan mengacu pada kriteria atau standar berikut:

0,20 s.d 0,40 : Kategori Rendah

0,40 s.d 0,60 : Kategori Sedang

0,60 s.d 0,80 : Kategori Tinggi

0,80 s.d 1,00 : Kategori Sangat Tinggi

### I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis statistic deskriptif dan inferensial dalam mengolah hasil penelitian.

#### 1. Statistika deskriptif

Tahapan ini menjelaskan tentang struktur dan gambaran data sampel terkait dengan nilai mean, modus, median, standar deviasi, nilai minimum, nilai maksimum dan sebagainya. Sehingga hasil dari analisis tersebut kemudian dibuat dalam bentuk skala kategori berdasarkan respon atau jawaban responden

Adapun sistem pengkategorian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. SangatBaik :  $X \geq M + 1,5 SD$

- b. Baik :  $M + 0,5 SD \leq X \leq M + 1,5 SD$
- c. Tidak Baik :  $M - 1,5 SD \leq X < M - 0,5 SD$
- d. Sangat Tidak Baik :  $X \leq M - 1,5 SD$

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas Data

Uji ini dilakukan untuk mengetahui distribusi data penelitian. Tujuan dari uji normalitas data adalah untuk mendapatkan nilai valid ketika dilakukan uji signifikan pada uji parsial.<sup>43</sup> Penelitian ini menggunakan metode Kolmogorov Smirnov untuk mengetahui kenormalan data.

### b. Uji Reliabilitas

Uji ini berfungsi untuk mengetahui tingkat kekonsistensian angket yang digunakan oleh penulis sehingga angket tersebut dapat diandalkan. Uji reliabilitas adalah sesuatu yang merujuk pada konsistensi skor yang di capai oleh orang yang sama ketika mereka diuji ulang dengan teks yang sama pada kesempatan yang berbeda. Jadi suatu daftar pernyataan dinyatakan *reliable* jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan *reliabel* jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60.<sup>44</sup> Kategori koefisien reliabilitas adalah sebagai berikut:

0,80 - 1,00 : Reabilitas Sangat Tinggi

0,60 - 0,80 : Reabilitas Tinggi

<sup>43</sup>Zulfikar. *Pengantar pasar modal dengan pendekatan statistika*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), 222.

<sup>44</sup>Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabet, 2009), 353.



0,40 - 0,60 : Reabilitas Sedang

0,20 - 0,40 : Reabilitas Rendah

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini bertujuan untuk menunjukkan besar pengaruh variabel yang dilakukan secara parsial. Adapun cara mengukur uji ini adalah dengan melakukan perbandingan nilai t hitung dan t tabel yang diperoleh pada standar eror 5%.

#### b. Uji F (Pengujian Secara Simultan)

Untuk melihat gambaran apakah semua variabel bebas yang ada di dalam model berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat maka dilakukan Uji F. Serta Uji F dapat dilakukan dengan cara membandingkan tingkat nilai signifikansi dengan nilai  $\alpha = 0,05$ . Dalam penelitian ini menggunakan perbandingan antara nilai signifikansi dengan nilai  $\alpha = 5\%$  dengan ketentuan sebagai berikut :

Jika nilai  $\text{Sig} > \alpha$  maka  $H_0$  diterima

Jika nilai  $\text{Sig} < \alpha$  maka  $H_a$  diterima

#### c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Selain itu Koefisien Determinasi menunjukkan variasi naik turunnya Y yang diterangkan oleh pengaruh linier X. Nilai koefisien determinasi adalah antara satu dan nol. Apabila nilai koefisien determinasi mendekati angka satu berarti variabel

independen dapat menjelaskan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen dan sebaliknya apabila nilainya kecil atau mendekati nol berarti variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.



## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Profil Bank Syariah Indonesia**

###### **a. Sejarah Bank Syariah Indonesia**

Indonesia merupakan negara dengan penduduk mayoritas muslim terbesar di dunia, sehingga memiliki potensi dalam industri keuangan Syariah. Ditandai dengan dukungan stakeholder yang kuat masyarakat mulai paham akan halal matter, dimana merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia, Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah.

Di Indonesia sendiri, Bank Syariah juga memegang peranan penting sebagai fasilitator ekosistem industri halal pada seluruh aktivitas ekonomi. Keberadaan perbankan syariah di Indonesia selama tiga dekade terakhir telah menampilkan banyak kemajuan dan perbaikan penting. Ini termasuk peningkatan layanan, inovasi produk, dan pengembangan jaringan. Hal ini bahkan tercermin dari banyaknya bank syariah yang melakukan aksi korporasi, seperti bank syariah milik bank pemerintah, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah.

1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H, menandai sejarah penggabungan Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah menjadi satu, yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Dimana telah menerima bukti penandatanganan akta penggabungan, yang memberikan

keterangan bahwa telah memperoleh persetujuan dari OJK, karena telah mampu menjalankannya dengan baik dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Setelah Kementerian BUMN menetapkan struktur, nama, dan logo dari bank merger atau bank baru tersebut, publikasi mengenai perubahan ringkasan rencana penggabungan usaha akan dilakukan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan telah disetujui oleh pengawas otoritas. Sehingga lokasi yang ditetapkan sebagai kantor pusat bank setelah hasil merger, berada di Jl. Abdul Muis No. 24, Jakarta Pusat.

Sementara itu, lokasi yang akan dijadikan sebagai kegiatan usaha pasca merger, tetap berada di tiap-tiap cabang dan unit eksisting yang sebelumnya dimiliki oleh BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri dan BNI Syariah. Oleh karena itu, sesuai dengan perubahan ringkasan rencana penggabungan, bank hasil penggabungan akan diberi nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Penggabungan ini diharapkan dapat menggabungkan keunggulan dari ketiga bank syariah yang melakukan merger, yaitu dalam hal menawarkan layanan yang lebih komprehensif, cakupan yang lebih luas, dan kapasitas permodalan yang lebih baik. Untuk dapat bersaing secara global, Bank Syariah Indonesia mengandalkan sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI), serta keterlibatan pemerintah melalui Kementerian Badan Usaha Milik Negara. Disamping itu, Penggabungan ketiga bank syariah tersebut merupakan upaya untuk menciptakan kegiatan ekonomi halal yang

dibanggakan masyarakat, sekaligus menjadi energi baru bagi pembangunan ekonomi nasional untuk kemaslahatan masyarakat luas.

b. Visi Misi

Setiap instansi khususnya bank pasti Memiliki visi dan misi masing-masing dalam menjalankan kegiatan usahanya agar dapat berjalan dan berkembang dengan baik dibidang usahanya, dikarenakan banyaknya pesaing yang sejenis. Adapun visi dan misi dari Bank Syariah Indonesia yaitu sebagai berikut :

1) Visi Bank Syariah Indonesia

Visi Bank Syariah Indonesia yakni, “Top 10 Global Islamic Bank”.

2) Misi Bank Syariah Indonesia

- a) Memberikan akses solusi keuangan syariah di indonesia.
- b) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
- c) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggan para talenta terbaik indonesia.

a. Profil Bank Syariah Indonesia

Nama Instansi : PT BSI

Telp : (0471) 3314405

Jam kerja pada Bank Syariah Indonesia (BSI) i sebagai berikut :

- 1) Jam kerja Senin-Jumat Pukul 08.00-15.00 WIB
  - a) Jam istirahat 12.00-13.00 WIB

d. Bidang Usaha atau pemantauan Keuangan

Secara umum kegiatan yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia Ratulangi adalah sebagai berikut:

- 1) Penghimpunan dana dalam bentuk simpanan atau giro, namun berdasarkan akad *wadi'ah* atau akad lainnya selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- 2) Penghimpunan dana dalam bentuk investasi yang berupa deposito ataupun tabungan lainnya, namun berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lainnya selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- 3) Penyaluran pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad *mudharabah*, akad *musyarakah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- 4) Pencairan dana berdasarkan akad *murabahah*, akad *salam*, akad *istishna* atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- 5) Penyaluran dana berdasarkan akad *qardh* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- 6) Penyaluran pembiayaan untuk penyewaan barang yang bergerak atau tidak bergerak kepada nasabah berdasarkan akad *ijarah*, serta pembelian angsuran dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik* atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- 7) Melakukan transaksi dengan kartu debit atau kartu keuangan berdasarkan prinsip Syariah

## B. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara statistik sebenarnya model persamaan regresi yang diajukan adalah sudah memenuhi syarat, dalam arti eratnya hubungan variabel bebas dengan variabel tidak bebasnya. Tetapi, agar model persamaan tersebut dapat diterima maka harus memenuhi uji validitas, realibilitas dan uji asumsi klasik.

### 1. Uji Instrument Penelitian

#### a. Uji Validitas

Uji validitas dipakai dalam mengetahui sah maupun tidaknya kuesioner. Kuesioner dapat dinyatakan valid bila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkap sesuatu yang diukur melalui kuesioner. Standar validitas yang yakni  $> 0,361$  apabila pernyataan mempunyai nilai  $R_{hitung} > R_{tabel}$  sehingga pernyataan valid.<sup>45</sup> Uji validitas dilaksanakan terhadap 30 responden. Pernyataan dianggap valid jika nilai  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel. Sehingga uji validitas peneliti

**Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas**

| No | Variabel          | Item | $R_{hitung}$ | $R_{tabel}$ | Ket   |
|----|-------------------|------|--------------|-------------|-------|
| 1  | Lokasi ( $X_1$ )  | 1    | 0,703        | 0,361       | Valid |
|    |                   | 2    | 0,583        | 0,361       | Valid |
|    |                   | 3    | 0,808        | 0,361       | Valid |
|    |                   | 4    | 0,757        | 0,361       | Valid |
|    |                   | 5    | 0,084        | 0,361       | Valid |
|    |                   | 6    | 0,704        | 0,361       | Valid |
| 2  | Promosi ( $X_2$ ) | 1    | 0,784        | 0,361       | Valid |

<sup>45</sup> Riduwan and Sunarto, *Pengantar Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2009). 53.

|   |          |   |       |       |       |
|---|----------|---|-------|-------|-------|
|   |          | 2 | 0,863 | 0,361 | Valid |
|   |          | 3 | 0,753 | 0,361 | Valid |
|   |          | 4 | 0,866 | 0,361 | Valid |
|   |          | 5 | 0,676 | 0,361 | Valid |
|   |          | 6 | 0,748 | 0,361 | Valid |
| 3 | Minat(Y) | 1 | 0,880 | 0,361 | Valid |
|   |          | 2 | 0,718 | 0,361 | Valid |
|   |          | 3 | 0,892 | 0,361 | Valid |
|   |          | 4 | 0,760 | 0,361 | Valid |

Sumber: Diolah menggunakan SPSS 20

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang dipakai dalam mengukur kuesioner yakni indikator variabel maupun konstruk. Kuesioner dianggap *reliable* ataupun andal apabila tanggapan dari responden mengenai pertanyaan konsisten dan stabil dari masa ke masa. SPSS memberi fasilitas dalam mengetahui reliabilitas berupa melakukan uji statistik *CronbachAlpha* ( $\alpha$ ). variabel dianggap *reliable* apabila nilai  $\alpha > 0,6$ . Instrumen *reliable* merupakan instrumen apabila dipakai beberapakali dalam mengetahui objek yang mempunyai kesamaan, maka dapat memperoleh data sama pula.<sup>46</sup>

**Tabel 4.2 Hasil Uji Riliabilitas**

| No | Variabel                  | Cronbach's Alpa | Ket      |
|----|---------------------------|-----------------|----------|
| 1  | Lokasi (X <sub>1</sub> )  | 0,783           | Reliabel |
| 2  | Promosi (X <sub>2</sub> ) | 0,795           | Reliabel |

<sup>46</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2017), 121.



|   |           |       |          |
|---|-----------|-------|----------|
| 3 | Minat (Y) | 0,820 | Reliabel |
|---|-----------|-------|----------|

Sumber: Diolah menggunakan SPSS 20

## 2. Uji sumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Tujuan dilakukan uji normalitas guna mengukur tingkat singnifikansi pengaruh antara variable independen maupun variable bebas terhadap variable dependen maupun variable terikat yang menghasilkan distribus secara normau maupun yang tidak ada pada penelitian. Penelitian saat ini memakai uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Oleh karena itu, memahami distribusi apakah residual disalurkan dengan normal/tidak. Residual dianggap terdistribusi normal apabila terdapat nilai yang signifikansi melebihi 0,05 Sehingga diperoleh hasil uji *One-SampleKolmogorov-Smirnov Test*, yaitu.

Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas Data  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                                  |                          | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|--------------------------|-------------------------|
| N                                |                          | 100                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean                     | 0E-7                    |
|                                  | Std. Deviation           | 1,19630486              |
|                                  | Most Extreme Differences |                         |
|                                  | Absolute                 | ,087                    |
|                                  | Positive                 | ,084                    |
|                                  | Negative                 | -,087                   |
| Test Statistic                   |                          | ,871                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                          | ,434                    |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Diolah Dengan SPSS 20

Menurut table di atas uji normalitas memakai teknik *Kolmogorov smirnov* diperoleh hasil signifikan dengan besar 0,434 dengan hasil yang melebihi besar standar signifikan 0,05 atau ( $0,434 > 0,05$ ). Oleh karena itu, bisa ditarik kesimpulan bahwa uji normalitas dalam penelitian ini terdistribusi normal.

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berfungsi dalam mengukur jenis regresi dengan dibentuk memiliki hubungan sempurna ataupun besar di antara variabel bebas. Multikolinearitas merupakan kaitan linear pada variabel independen pada regresi berganda. Regresi tepat mestinya tidak adanya korelasi variabel independen. Melaksanakan uji multikolinieritas dalam penelitian memakai analisa perhitungan nilai *Tolerance* serta *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *cut off* dipakai dalam memperlihatkan terdapat ataupun tidaknya multikolinieritas merupakan nilai *tolerance*  $< 0,10$  maupun sama dengan nilai VIF 10. Hasil uji multikolinearis, yaitu:

Tabel 4.2 Hasil Uji Multikolinearitas  
Coefficients<sup>a</sup>

| Model        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|              | B                           | Std. Error | Beta                      | T     |      | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant) | 1,966                       | 1,082      |                           | 1,817 | ,072 |                         |       |
| Lokasi       | ,353                        | ,139       | ,488                      | 2,550 | ,012 | ,102                    | 9,738 |
| Promosi      | ,238                        | ,142       | ,321                      | 1,680 | ,096 | ,102                    | 9,738 |

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: *Diolah Memakai SPSS 20*

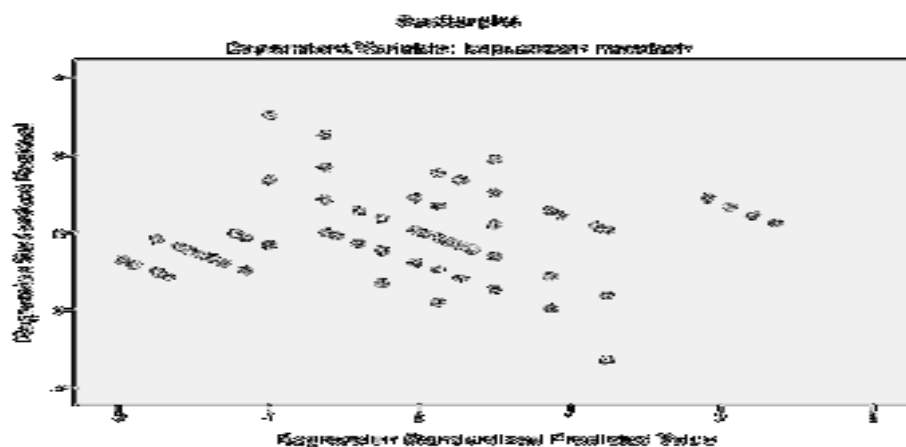
Dari hasil uji multikolinearitas didapatkan nilai VIF variabel Lokasi ( $X_1$ ) berjumlah 9,738 serta variabel Promosi ( $X_2$ ) sebanyak 9,378 kurang dari 10 maupun ( $9,378 < 10$ ) serta ( $9,378 < 10$ ) sedangkan nilai *Toleranced* dalam variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) 0,102 serta variabel Promosi ( $X_2$ ) sebanyak 0,102 lebih besar dari 0,10 maupun ( $0,102 > 0,10$ ), sehingga bisa ditarik kesimpulan tidak mengalami gejala multikolenearitas antar variabel independen.

### c. Uji Heterokedastisitas

Tujuan dari uji heterokedastisitas yaitu sebagai penguji apakah pada jenis regresi dibentuk mengalami pervedaan residual ragam regresi dan varian. Pada penelitian data yang baik ialah data dengan tidak mengalami heterokedastisitas ataupun data yang mengalami homoskedastisitas.

Homoskedastisitas timbul apabila variable dalam regresi mempunyai nilai yng konstan tau sama. Heterokedastisitas meripakan varian variable dengan gangguan yang tidak sama. Pada penelitian ini uji heterokedastiisitas memakai teknik Scatterplot. Hasil dari uji heterokedastisitas yakni:

Gambar 4.1 Heteroskedastisitas



Sumber: *Diolah menggunakan SPSS 20*

Dari *output scatterplot* di atas bisa dilihat:

- a) Titik-titik data meyebar di bawah, di atas maupun sekeliling angka 0.
- b) Titik-titik tidak menyatu pada bagian bawah atau atas saja.
- c) Persebaran titik data tidak menciptakan pola lebar setelahnya mengecil serta melebar kembali. Persebaran titik data tidak berpola.

Dari hasil uji heteroskedastisitas memakai teknik *scatterplot* bisa disimpulkan tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

### 3. Analisis Linear Berganda

Dalam pengujian terdapat atau tidaknya pengaruh pada tiap-tiap variabel  $X_1$  (Lokasi) serta  $X_2$  (Promosi) terhadap  $Y$  (Minat). Oleh karena itu, dilaksanakan regresi linear berganda dimana ditampilkan:

Tabel 4.4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

| Model        | Coefficients <sup>a</sup>   |            | Standardized |   | T     | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|--------------|---|-------|------|
|              | Unstandardized Coefficients | Std. Error | Beta         | d |       |      |
| 1 (Constant) | 1,966                       | 1,082      |              |   | 1,817 | ,072 |
| Loaksi       | ,353                        | ,139       | ,488         |   | 2,550 | ,012 |
| Promosi      | ,238                        | ,142       | ,321         |   | 1,680 | ,096 |

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: *Diolah menggunakan SPSS 20*

Dari tabel 4.4 di diperoleh hasil yang dikembangkan pada model persamaan regresi:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 1,966 + 353 + 238$$

Berdasarkan persamaan di atas maka bisa diinterpretasikan beberapa hal yaitu:

- a.  $a$  = nilai konstantan ( $a$ ) ataupun sebanyak 1,966 maksudnya nilai minat masyarakat sebelum dipengaruhi variabel lokasi dan promosi yakni positif.
- b. Koefisien  $B_1 = 0,353$  memperlihatkan jika responden positif dari variabel *realibility* maupun bertambah 1 sehingga kualitas pelayanan dapat terjadi kenaikan sebanyak 0,353
- c. Koefisien  $B_2 = 0,238$  memperlihatkan kenaikan 1 skor lokasi dapat kenaikan dari minat masyarakat 0,238 berdasarkan asumsi berbagai variabel bebas lainnya. Koefisien dianggap positif memiliki arti adanya pengaruh positif antara promosi terhadap minat masyarakat, makin baik promosi tersebut maka makin meningkat juga tingkat minat masyarakat.

#### 4. Uji Hipotesis

- 1) Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.5 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )  
Model Summary

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,798 <sup>a</sup> | ,638     | ,630              | 1,209                      |

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Promosi  
b. Dependent variable: Minat Masyarakat

Sumber: Diolah menggunakan SPSS 20

Berdasarkan uji koefisien determinasi ( $R$  Square) pada tabel 4.5 tersebut jika dilihat dari output *model summary*, dapat diketahui nilai koefisien determinasi ( $R$  Square) sebesar 0,638 atau 63,8% Angka tersebut

mengandung arti bahwa variable berpengaruh terhadap minat masyarakat sebesar 63,8%. Sedangkan Dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi ini. Besarnya variabel pengaruh variabel lain ini sering disebut error (e).

## 2) Uji parsial(Uji-t)

Pengujian dilaksanakan guna mengetahui apakah variabel independen lokasi dan promosi memiliki pengaruh terhadap variabel dependen minat masyarakat. Yang menjadi landasan untuk pengambilan keputusan menurut nilai signifikansi :

Apabila  $\text{sig} < 0,05$  sehingga variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Apabila  $\text{sig} > 0,05$  sehingga variabel independen tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

### a. Pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat menabung di BSI

Syarat uji parsial (uji t) apabila  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  dalam derajat bebas (df) =  $n - k - 1$  yakni  $100 - 1 - 1 = 98$ . Menurut tabel distribusi "t" didapatkan  $t_{\text{tabel}} = 1,984$ . Selain  $t_{\text{hitung}}$  bisa memakai signifikansi penelitian  $< 0,05$ .

Tabel 4.6 Hasil Uji Parsial (Uji-t)

| Coefficients <sup>a</sup> |            |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig. |
|                           |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                         | (Constant) | 1,966                       | 1,082      |                           | 1,817 | ,072 |
|                           | Lokasi     | ,353                        | ,139       | ,488                      | 2,550 | ,012 |

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: *Diolah menggunakan SPSS 20*

Melalui tabel di atas diperoleh hasil signifikansi dari variabel lokasi ( $X_1$ ) sebanyak 0,012 yakni hasil ini lebih kecil dari taraf signifikan sebanyak 0,05 maupun  $0,012 < 0,05$  serta apabila berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,550 melebihi  $t_{tabel}$  yaitu 1,984 atau  $2,550 > 1,984$ . Sehingga, bisa disimpulkan terdapat pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat.

b. Pengaruh promosi terhadap minat masyarakat

Syarat uji parsial (uji t) apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  bagi derajat bebas ( $df$ ) =  $n - k - 1$  merupakan  $100 - 1 - 1 = 98$ . Menurut tabel distribusi "t" didapatkan  $t_{tabel} = 1,984$ . Selain  $t_{hitung}$  bisa memakai signifikan penelitian  $< 0,05$ .

Tabel 4.7 Uji Parsial (uji t)  
Coefficients<sup>a</sup>

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant) | 2,142                       | 1,214      |                           | 1,764 | ,081 |
|       | Promosi    | ,238                        | ,142       | ,321                      | 1,985 | ,046 |

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Diolah menggunakan SPSS 20

Menurut tabel *coefficient* didapatkan hasil signifikan variabel Promosi ( $X_2$ ) sebanyak 0,046 diketahui hasil ini signifikan 0,05 maupun  $0,046 < 0,05$  serta apabila dilihat berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  sebanyak 1,985 lebih dari  $t_{tabel}$  yakni 1,984 maupun  $1,985 > 1,984$ . Sehingga, bisa disimpulkan bahwa promosi memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat.

## c. Pengaruh simultan lokasi dan promosi terhadap minat masyarakat

Tabel 4.8 Uji simultan (uji F)

Anova<sup>a</sup>

| Model      | Sum of Squares | Df | Mean square | F      | Sig.              |
|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Regression | 249,227        | 2  | 124,613     | 85,313 | ,000 <sup>b</sup> |
| Residual   | 141,683        | 97 | 1,461       |        |                   |
| Total      | 390,910        | 99 |             |        |                   |

a. dependent variabel : minat masyarakat

b. Predictors: (Constant), lokasi dan promosi

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4.8 diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 85,313 dan signifikansi 0,000. Sedangkan nilai  $F_{tabel}$  dengan  $n=100$  sebesar 3,09 dan signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama terdapat pengaruh lokasi dan promosi terhadap minat masyarakat.

### C. Pembahasan

Dalam penelitian membahas tentang hasil di mana telah dilaksanakan dengan tujuan menjawab rumusan masalah yakni bagaimana pengaruh lokasi dan promosi terhadap minat masyarakat Desa Botta menabung di bank syariah? Dalam menanggapi seluruh masalah dalam penelitian dengan itu peneliti memakai



data primer yang teknik mengumpulkan data seperti penyebaran kuesioner ataupun angket terhadap responden menggunakan sampel yang sudah ditetapkan berjumlah 100 sampel. Selanjutnya data yang sudah didapatkan kemudian dilakukan analisa memakai bantuan SPSS 20 guna mempermudah mengolah data penelitian. Analisa yang digunakan untuk penelitian ini memakai tahapan pengujian, seperti diantaranya yakni Uji Asumsi Klasik dimana meliputi uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas juga uji normalitas. Kemudian digunakannya analisis regresi berganda, yang selanjutnya melalui Uji Hipotesis yakni Uji Parsial (Uji t), Uji Koefisien determinasi.

Hasil analisa uji asumsi klasik yang sudah diterapkan melalui beberapa proses pengujian memperlihatkan bahwa:

1. Uji normalitas data memperlihatkan hasil uji memakai teknik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* bisa didapatkan hasil signifikan sebanyak 0,434 yang hasilnya melebihi tingkat signifikan 0,05 atau  $0,434 > 0,05$ . Oleh karena itu, mampu disimpulkan kesimpulan bahwa data dalam penelitian merupakan terdistribusi dengan normal.
2. Uji multikolinearitas bisa memperlihatkan hasil yang sudah didapat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) melalui variabel lokasi (X1) sebanyak 9,783 serta variabel promosi (X2) sebanyak 9,783 kurang dari 10 maupun  $9,783 < 10$  serta  $9,783 < 10$ . Adapun nilai *tolerance* variabel lokasi (X1) sebanyak 0,102 serta variabel promosi (X2) sebanyak 0,102 melebihi serta  $0,102 > 0,10$  dan  $0,102 > 0,10$ . Sehingga bisa

ditarik suatu kesimpulan tidak adanya masalah multikolinearitas diantara variabel independen.

3. Uji Heterokedastisitas melalui hasil olah atau memperlihatkan menurut *output scatterplot* mampu diketahui titik-titik data titik-titik menghambur di bawah maupun di atas atau pada seputar angka 0, titik-titik tidak menghimpun cuam di bagian bawah atau di atas saja, sertatitik-titik data menyebar serta tidak menciptakan pola pelebaran selanjutnya mengecil san meluas kembali. Penyebaran titik-titik data tidak berpola. melalui ujiheteroskedastisitas memakai teknik *scatterplot* di mana persamaan pada regresi linear berganda pada model tersebut bisa ditarik suatu kesimpulan tidak adanya gejala heteroskedastisitas.
4. Uji Linear Regresui Berganda menyingkap hasil yang berkembang dengan persamaan regresi yakni  $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$  maupun  $Y = 1,966 + 353 + 238$ . Dari persamaan ini sehingga bisa diinterpretasikan pada beberapa hal, di antaranya yaitu:
  - a.  $a =$  nilaikonstanta ( $a$ ) sebanyak 1,966 maksudnya nilai minat masyarakat Desa Botta sebelum dipengaruhi variable lokasi dan promosi yaitu positif.
  - b. Koefisien  $B_1 = 0,353$  memperlihatkan jika responden positif atas variabel *realibility* maupun naik 1 sehingga lokasi akan terjadi kenaikan sebanyak 0,353.
  - c. Koefisienn  $B_2 = 0,238$  memperlihatkankenaikkan 1 skor pelayanan mampu mengalami minat yang meningkat dari nasabah sebanyak 0,238 menggunakan asumsi beberapa variabel bebas. Koefisien benilai positif

mempunyai maksud yakni mengalami penilaian positif antara promosi terhadap minat masyarakat Desa Botta, makin baik promosi tersebut baik sehingga makin naik juga tingkat minat masyarakat Desa Botta.

Adapun hasil uji hipotesis diterapkan melalui uji parsial (Uji t) serta Uji R<sup>2</sup> (Determinasi), bisa memperlihatkan adanya pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) serta biaya administrasi (X<sub>2</sub>) adanya variabel kepuasan nasabah (Y) dengan hasil penelitian, di antaranya:

1. Pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat Desa Botta pada Bank Syariah

Uji Parsial (Uji t) dalam tabel *coefficient* memperlihatkan hasil signifikan variabel lokasi (X<sub>1</sub>) sebanyak 0,012 yakni hasil ini kurang atas taraf signifikan sebanyak 0,05 apun  $0,012 < 0,05$  serta bila dinilai melalui nilai  $t_{hitung}$  sebanyak 2,550 melebihi  $t_{tabel}$  dimana  $1,985$  maupun  $2,550 > 1,985$ . Hal tersebut bisa ditarik kesimpulannya H<sub>1</sub> diterima serta H<sub>0</sub> ditolak adapun disimpulkan bahwa lokasi parsial memiliki pengaruh serta signifikan dengan minat masyarakat.

2. Pengaruh promosi terhadap minat masyarakat Desa Botta pada Bank Syariah

Menurut hasil penelitian dari Uji Parsial (Uji t) melalui tabel *coefficient* memperlihatkan hasil signifikan variabel promosi (X<sub>2</sub>) sebanyak 0,046 yakni hasil ini signifikan sebanyak 0,05 maupun  $0,046 < 0,05$  serta apabila melalui nilai  $t_{hitung}$  sebanyak 1,985 lebih dari  $t_{tabel}$  yakni  $1,984$  maupun  $1,985 > 1,984$ . Sehingga, bisa disimpulkan bahwa memiliki pengaruh promosi terhadap minat masyarakat

3. Pengaruh lokasi dan promosi terhadap minat masyarakat Desa Botta di Bank Syariah

Menurut hasil penelitian dari Uji Simultan (Uji F) melalui tabel *Anova* diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 85,313 dan signifikansi 0,000. Sedangkan nilai  $F_{tabel}$  dengan  $n=100$  sebesar 3,09 dan signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama terdapat pengaruh lokasi dan promosi terhadap minat masyarakat Desa Botta.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, hasil analisis dan pembahasan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dari keseluruhan hasil analisis yaitu:

1. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Desa Botta tabungan mabrur berdasarkan dengan hasil  $t$  hitung berjumlah 2,550 yang mana lebih besar dari pada  $t$  table yang berjumlah 1,984.
2. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah berdasarkan dengan hasil  $t_{hitung}$  berjumlah 1,985 lebih dari  $t_{tabel}$  yakni 1,984 maupun  $1,985 > 1,984$ . Sehingga, bisa disimpulkan memiliki pengaruh antara promosi terhadap minat masyarakat Desa Botta.
3. Berdasarkan Uji Simultan (Uji  $F$ ) melalui tabel *Anova* diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 85,313 dan signifikansi 0,000. Sedangkan nilai  $F_{tabel}$  dengan  $n=100$  sebesar 3,09 dan signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama terdapat pengaruh lokasi dan promosi terhadap minat masyarakat Desa Botta.

#### B. Saran

1. Meningkatkan Promosi di kalangan masyarakat untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap bank syariah
2. Menambah cabang Bank syariah untuk mempermudah mengakses lokasi

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghofur Ansori, *Perbankan Syariah Indonesia*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018), h. 54
- Alyono, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 56- 57.
- Anton M. Moeliono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), h. 225
- Aprilia Tiara Putri, “Analisis Determinasi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Di Kabupaten Kotabaru Untuk Menabung Di Bank Syariah”. *Universitas Muhammadiyah Yogyakarta* (2021).
- Cita Ayni Putri Silalahi and Dalmi Iskandar Sultami, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Muslim Nusantara (Umn) Al Washliyah Menabung Di Bank Syariah”, *Prossiding Seminar Hasil Penelitian* (2020): h. 71
- Drs.Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2011), h. 30
- Eka Apriana, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Desa Koto Taluk Menabung Di Bank Syariah Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi”. *Universitas Islam Kuantan Sangingi*. h. 435
- Gusmail Emmang, ”Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah ( Studi Pada Masyarakat Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar)”. *UIN Alauddin Makassar* (2016). h. 1
- Indah Puspita, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Desa Jebus Kecamatan Kumpeh Menabung Di Bank Syariah”. *UIN Sulthan Thaha Saifuddin* (2021).
- Irnawati Indi, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar)”. *Universitas Negeri Makassar* (2019).
- Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial*, (Jakarta: Persada Pers,2010), 77
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2020), h. 79

- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Rajawali Pers), h. 107
- Legi Piani, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat Desa Beriang Tinggi Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah (Kecamatan Tanjung Kemuning Kabupaten Kaur)”. *UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu* (2022). h. 3
- Muhamad, *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Pers, 2000), h. 55
- Nela Diana Putri, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Iain Bukittinggi Bp.2019)”. *IAIN Bukittinggi* (2020).
- Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabet, 2009),353.
- Riyan Pradesyah, “Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning)”, *Jurnal Ekonomi Islam*, 1.2 (2020): h. 114
- Slamento, *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), h. 121.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R & D* (Bandung : Alfabeta, 2008): 199.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D* (Bandung : Alfabeta, Cet 20, 2014): 92.
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktek*, (Jakarta:Rineka Cipta 1998): 245
- Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah Produk-Produk Dan Aspek Hukumnya*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014). h. 55
- Syafi’I Antonio, *Bank Syariah: dari Teori ke Praktik*, Cet. I, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 25
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 pasal 1 Tentang Perbankan Syariah, t.t.
- Wangswidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), h. 32
- Zulfikar. *Pengantar pasar modal dengan pendekatan statistika*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), 222.



**LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## Lampiran I

## HASIL UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS

## 1. Uji Validitas

a. Lokasi (X<sub>1</sub>)

|         |                     | Correlations |        |        |        |        |        |         |
|---------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
|         |                     | X1.1         | X1.2   | X1.3   | X1.4   | X1.5   | X1.6   | TOTALX1 |
| X1.1    | Pearson Correlation | 1            | ,374*  | ,414*  | ,505** | ,433*  | ,276   | ,703**  |
|         | Sig. (2-tailed)     |              | ,042   | ,023   | ,004   | ,017   | ,140   | ,000    |
|         | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| X1.2    | Pearson Correlation | ,374*        | 1      | ,249   | ,458*  | ,171   | ,345   | ,583**  |
|         | Sig. (2-tailed)     | ,042         |        | ,185   | ,011   | ,368   | ,062   | ,001    |
|         | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| X1.3    | Pearson Correlation | ,414*        | ,249   | 1      | ,421*  | ,928** | ,478** | ,808**  |
|         | Sig. (2-tailed)     | ,023         | ,185   |        | ,021   | ,000   | ,008   | ,000    |
|         | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| X1.4    | Pearson Correlation | ,505**       | ,458*  | ,421*  | 1      | ,450*  | ,516** | ,757**  |
|         | Sig. (2-tailed)     | ,004         | ,011   | ,021   |        | ,013   | ,004   | ,000    |
|         | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| X1.5    | Pearson Correlation | ,433*        | ,171   | ,928** | ,450*  | 1      | ,489** | ,804**  |
|         | Sig. (2-tailed)     | ,017         | ,368   | ,000   | ,013   |        | ,006   | ,000    |
|         | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| X1.6    | Pearson Correlation | ,276         | ,345   | ,478** | ,516** | ,489** | 1      | ,704**  |
|         | Sig. (2-tailed)     | ,140         | ,062   | ,008   | ,004   | ,006   |        | ,000    |
|         | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| TOTALX1 | Pearson Correlation | ,703**       | ,583** | ,808** | ,757** | ,804** | ,704** | 1       |

|                 |      |      |      |      |      |      |    |
|-----------------|------|------|------|------|------|------|----|
| Sig. (2-tailed) | ,000 | ,001 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |    |
| N               | 30   | 30   | 30   | 30   | 30   | 30   | 30 |

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

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

### b. Promosi (X<sub>2</sub>)

|         |                     | Correlations |        |        |        |        |        |         |
|---------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
|         |                     | X2.1         | X2.2   | X2.3   | X2.4   | X2.5   | X2.6   | TOTALX2 |
| X2.1    | Pearson Correlation | 1            | ,531** | ,581** | ,578** | ,447*  | ,530** | ,784**  |
|         | Sig. (2-tailed)     |              | ,003   | ,001   | ,001   | ,013   | ,003   | ,000    |
|         | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| X2.2    | Pearson Correlation | ,531**       | 1      | ,421*  | ,928** | ,478** | ,640** | ,863**  |
|         | Sig. (2-tailed)     | ,003         |        | ,021   | ,000   | ,008   | ,000   | ,000    |
|         | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| X2.3    | Pearson Correlation | ,581**       | ,421*  | 1      | ,450*  | ,516** | ,516** | ,735**  |
|         | Sig. (2-tailed)     | ,001         | ,021   |        | ,013   | ,004   | ,004   | ,000    |
|         | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| X2.4    | Pearson Correlation | ,578**       | ,928** | ,450*  | 1      | ,489** | ,570** | ,866**  |
|         | Sig. (2-tailed)     | ,001         | ,000   | ,013   |        | ,006   | ,001   | ,000    |
|         | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| X2.5    | Pearson Correlation | ,447*        | ,478** | ,516** | ,489** | 1      | ,242   | ,676**  |
|         | Sig. (2-tailed)     | ,013         | ,008   | ,004   | ,006   |        | ,198   | ,000    |
|         | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| X2.6    | Pearson Correlation | ,530**       | ,640** | ,516** | ,570** | ,242   | 1      | ,748**  |
|         | Sig. (2-tailed)     | ,003         | ,000   | ,004   | ,001   | ,198   |        | ,000    |
|         | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |
| TOTALX2 | Pearson Correlation | ,784**       | ,863** | ,735** | ,866** | ,676** | ,748** | 1       |
|         | Sig. (2-tailed)     | ,000         | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   |         |
|         | N                   | 30           | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30      |

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

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

### c. Minat Masyarakat(Y)

#### Correlations

|         |                     | Y1     | Y2     | Y3     | Y4     | TOTALY |
|---------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Y1      | Pearson Correlation | 1      | ,421*  | ,928** | ,478** | ,880** |
|         | Sig. (2-tailed)     |        | ,021   | ,000   | ,008   | ,000   |
|         | N                   | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     |
| Y2      | Pearson Correlation | ,421*  | 1      | ,450*  | ,516** | ,718** |
|         | Sig. (2-tailed)     | ,021   |        | ,013   | ,004   | ,000   |
|         | N                   | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     |
| Y3      | Pearson Correlation | ,928** | ,450*  | 1      | ,489** | ,892** |
|         | Sig. (2-tailed)     | ,000   | ,013   |        | ,006   | ,000   |
|         | N                   | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     |
| Y4      | Pearson Correlation | ,478** | ,516** | ,489** | 1      | ,760** |
|         | Sig. (2-tailed)     | ,008   | ,004   | ,006   |        | ,000   |
|         | N                   | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     |
| TOTALLY | Pearson Correlation | ,880** | ,718** | ,892** | ,760** | 1      |
|         | Sig. (2-tailed)     | ,000   | ,000   | ,000   | ,000   |        |
|         | N                   | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     |

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

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

## 2. Uji Reliabilitas

### a. Lokasi (X<sub>1</sub>)

#### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,783             | 7          |

### b. Promosi (X<sub>2</sub>)

#### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,795             | 7          |

## c. Minat Masyarakat (Y)

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,820             | 5          |



## Dokumentasi







## RIWAYAT HIDUP



**Iksan nawir**, lahir di kabupaten Luwu, Provinsi Sulawesi selatan, pada tanggal 30 Oktober 2000. Penulis merupakan anak ketiga dari 3 bersaudara yang merupakan anak pasangan dari bapak Nawir dan Hardiana.

Saat ini penulis bertempat tinggal di desa Botta, Kecamatan Suli, Kabupaten Luwu. Pendidikan dasar penulis di selesaikan pada tahun 2012 di MI 05 Botta. Kemudian pada tahun yang sama melanjutkan sekolah di SMP Negeri 1 Suli dan selesai pada tahun 2015. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMAN 1 Luwu dan selesai pada tahun 2018. Selanjutnya menempuh pendidikan pada tahun 2019 di Institut Agama Islam Negeri Palopo (IAIN) Palopo. Penulis memilih program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.