

**FAKTOR-FAKTOR YANG MENYEBABKAN KURANGNYA MINAT
MASYARAKAT MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN BERKAH
UTAMA DI BANK MEGA SYARIAH KC PALU**



Skripsi

Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu

Oleh

**AKBAR
NIM: 195150049**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU
SULAWESI TENGAH
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Kurangnya Minat Masyarakat Menggunakan Produk Tabungan Berkah Utama Di Bank Mega Syariah KC Palu (Studi Masyarakat Kelurahan Kamonji)" ini benar adalah hasil karya penyusun sendiri, jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Palu, 07 Februari 2024

Penyusun,



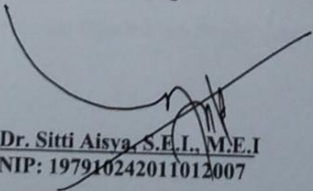
Akbar
NIM. 195150049

PERSETUJUAN PEMBIMBING

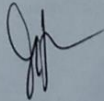
Skripsi yang berjudul “faktor-faktor yang menyebabkab kurangnya minat masyarakat menggunakan produk tabungan berkah utama di bank mega syariah KC palu” oleh Akbar Nim 195150049 Mahasiswa Jurusan Perrbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Palu, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa skripsi telah memenuhi syarat ilmiah untuk di ujikan.

Palu, 08 Februari 2024 M
27 Rajab 1445 H

Pembimbing I


Dr. Sitti Aisya, S.E.I., M.E.I
NIP: 197910242011012007

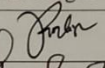
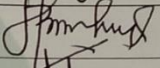
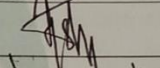
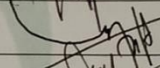
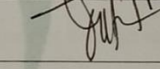
Pembimbing II


Nurfauziah Mansur, S. Pd., M.Pd
NIP: 198704222020122002

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi saudara Akbar NIM: 195150049 dengan judul "**Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Kurangnya Minat Masyarakat Menggunakan Produk Tabungan Berkah Utama Di Bank Mega Syariah KC Palu**" yang telah di ujikan dihadapan dewan penguji Fakultas Ekonomi Ekonomi dan Bisnis Islam, universitas (UIN) Datokarama Palu pada tanggal 20 Maret 2024 M, yang bertepatan dengan 9 Ramadhan 1445 H dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulis karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) jurusan Perbankan Syariah.

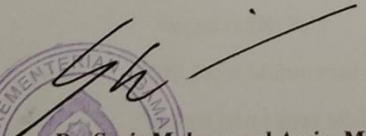
DEWAN PENGUJI

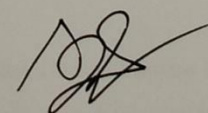
Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Rizki Amalia, S.Si., M.Ak	
Munaqisy 1	Dr. H. Sofyan Bachmid, S.Pd., M.M	
Munaqisy 2	Noval, M.M.	
Pembimbing 1	Dr. Sitti Aisya, S.E.I., M.E.I	
Pembimbing 2	Nurfauziah Mansur, S.Pd.,M.Pd	

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Jurusan Perbankan Syariah


Dr. Sagir Muhammad Amin, M.Pd.I
NIP. 19690612 199203 1 004


Abdul Jalil, S.E., M.M
NIP. 19871110 2019031 006

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah swt. karena atas berkat, rahmat dan hidayah-Nya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan walaupun masih banyak kekurangan dan kesalahan. Shalawat serta taslim kita haturkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad saw, beserta keluarga dan sahabatnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk bisa mendapatkan gelas sarjana. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak mendapatkan dukungan serta bantuan moril dan materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu izinkan ucapan terima kasih yang setinggi-tingginya melalui kesempatan ini.

Kedua orang tua tercinta, ayahanda Mahmud yang selama ini telah sabar dan berjuang mencari rezeki agar penulis bisa duduk dibangku perguruan tinggi sampai saat ini, Ibunda Wati tercinta yang begitu tulus mendidik dan mendo'akan penulis selama pendidikannya di perguruan tinggi hingga penulis bisa mencapai cita-cita mulianya. Dua sosok insan yang sangat berarti bagi penulis semoga mereka selalu mendapat rahmat dari Allah swt.

1. Prof. Dr. H. Lukman S. Tahir, M. Ag. selaku rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Palu
2. Dr. Sagir Muhammad Amin, M.Pd.I. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan begitu banyak motivasi bagi penulis.
3. Dr. Sitti Aisyah, S..E.I., M.E.I selaku pembimbing I dan Nurfauziah Mansur, S.Pd., M.Pd selaku pembimbing II yang dengan penuh keikhlasan telah membimbing.

4. Penulis dalam menyusun skripsi hingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
5. Abdul Jalil, S.E., M.M selaku ketua prodi dan Ahmad HAekal, S.Hum., M.Si selaku sekretaris Prodi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu.
6. Bapak dan Ibu dosen dilingkungan Perbankan Syariah yang telah memberikan bantuan baik dari segi teoritis maupun dukungan moril dalam menyelesaikan studi penulis.
7. Seluruh staf tata usaha di lingkungan Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri (UIN) Palu.
8. Rekan-rekan Prodi Perbankan Syariah angkatan 2019 yang selalu memberikan motivasi dan do'a tulus dari kalian demi keberhasilan studi penulis.

Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis beharap kiranya skripsi ini bermanfaat bagi seluruh pembaca dan Allah swt selalu memberkati usaha kita semua, *Aamiin Ya Rabbal 'Alamiin*.

Palu, 07 Februari 2024

Penulis

Akbar

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Kegunaan penelitian.....	4
D. Penegasan Istilah.....	5
E. Garis-garis Besar Isi	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Penelitian Terdahulu	9
B. Kajian Teori	18
1. Theory of Planned Behavior	18
2. Grand Theory Perilaku Konsumen.....	19
3. Perilaku Konsumen Muslim dalam Tinjauan Ekonomi Islam	25
4. Teori Minat.....	27
5. Masyarakat	34
6. Bank Mega Syariah	35
C. Kerangka Pemikiran.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Pendekatan dan Desain Penelitian	41
B. Lokasi Penelitian.....	42
C. Kehadiran Peneliti.....	42
D. Data dan Sumber Data	43
E. Teknik Pengumpulan Data.....	44
F. Teknik Analisis Data.....	45
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	48

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	50
B. Faktor faktor yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat mennggunakan produk tabungan berkah utama di bank mega syariah kc palu	57
C. Hasil dan Pembahasan.....	63
BAB V PENUTUP	67
A. Kesimpulan	67
B. Implikasi Penelitian.....	67
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Daftar informan.....	45
Table 4.1 Nama Kepala Desa /Lurah Kamonji	50
Tabel 4.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Suku/Etnis	52
Tabel 4.3 Lembaga Kemasyarakatan di Kelurahan Kamonji	53
Tabel 4.4 Lembaga Ekonomi di Kelurahan Kamonji	54
Tabel 4.5 Lembaga Pendidikan di Kelurahan Kamonji	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	40
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Dan Tata Kerja Pemerintahan Kelurahan Kamonji.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran-lampiran :

Lampiran 1. Pedoman Wawancara

Lampiran 2. Surat Izin Penelitian

Lampiran 3. Pengajuan Judul Skripsi

Lampiran 4. Undangan Seminar Proposal

Lampiran 5, Kartu Kendali Bimbingan Skripsi

Lampiran 5. Surat Keterangan Telah Meneliti

Lampiran 6. Kartu Kendali Bimbingan Proposal

Lampiran 7. Kartu Kehadiran Seminar Proposal

Lampiran 8. Dokumentasi Penelitian

Lampiran 9, Riwayat Hidup Penulis

ABSTRAK

Nama : Akbar

Nim : 19.5.15.0049

Judul : Faktor-Faktor yang Menyebabkan Kurangnya Minat Masyarakat
Menggunakan Produk Tabungan Berkah Utama di Bank Mega Syariah
KC Palu

Skripsi ini membahas tentang faktor-faktor yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat menggunakan produk tabungan berkah utama di bank Mega Syariah KC Palu. Berdasarkan hal tersebut, maka dalam skripsi ini berangkat dari masalah apa saja faktor-faktor yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat menggunakan produk tabungan berkah utama di bank Mega Syariah KC Palu?

Metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, melalui sumber data primer dan data sekunder, dengan menggunakan observasi, interview atau wawancara, serta dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa faktor-faktor yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat yang ada di Kecamatan Palu barat kelurahan Kamonji menggunakan produk tabungan berkah utama di bank Mega Syariah disebabkan karena faktor minimnya pengetahuan tentang bank Mega Syariah terutama produknya, lokasi yang lumayan jauh, sarana layanan yang minim serta faktor perbedaan persepsi pada setiap individu.

Implikasi penelitian ini diharapkan agar pihak bank Mega Syariah lebih memperhatikan tingkat kualitasnya dalam segi penambahan kantor cabang di lokasi tertentu, menambah fasilitas ATM di berbagai lokasi serta memberikan pemahaman kepada masyarakat luas dengan cara sosialisasi yang dilakukan terkait produk yang dimiliki oleh perusahaan agar dapat lebih di kenal lagi dan memberikan kemajuan bagi perusahaan.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan sektor perbankan telah tumbuh dengan pesat dan mendominasi kegiatan perekonomian Indonesia. Kegiatan sektor perbankan sangat menentukan kemajuan suatu Negara dalam bidang perekonomian. Kegiatan utama bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹ Seperti yang diketahui bahwa perbankan sangat memudahkan bagi masyarakat untuk menyimpan dananya agar terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan. Yang mana bank juga memberikan fasilitas jasa pemberian modal kepada masyarakat yang ingin membuka suatu usaha untuk kelangsungan kehidupan sehari-hari mereka.

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 dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.² Dengan demikian bahwa bank syariah adalah layanan jasa perbankan sebagai tempat penyimpanan dana masyarakat dan sebagai pemberi modal usaha bagi masyarakat yang membutuhkan pinjaman.

¹ Abdul Ghafur Anshori, *Pembentuk Bank Syari'ah Melalui Akuisisi dan Komersi*, (Yogyakarta: UII Press, 2010), 6

² Undang-undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 1 Tentang Perbankan syariah, 2

Sejak berdirinya bank syariah pertama pada tahun 1992, industri perbankan syariah baru tampak pertumbuhannya saat keluarnya undang-undang perbankan No. 10 Tahun 1998 yang memberikan peluang pada bank konvensional untuk menjalankan bisnis syariah melalui pembentukan unit usaha dan cabang syariah. keluarnya undang-undang tersebut tidak terlepas dari kondisi krisis ekonomi global khususnya di Indonesia.

Berdasarkan industri perbankan syariah menyebabkan timbulnya persaingan antara lembaga keuangan yaitu lembaga yang berbasis syariah dengan lembaga keuangan konvensional. Hal ini terjadi setelah diberlakukannya undang-undang perbankan tahun 1998 yang secara eksplisit mengetahui keberadaan perbankan syariah sebagai salah satu lembaga intermediasi dalam proses pembangunan Indonesia, dengan timbulnya industri atau lembaga perbankan syariah, di antaranya Bank Muamalat, Bank Syariah Mandiri, BRI syariah, BNI Syariah dan lain-lain.³

Masyarakat di negara maju dan berkembang sangat membutuhkan bank sebagai tempat untuk melakukan transaksi keuangannya. Mereka menganggap bank merupakan lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan. Aktivitas keuangan yang sering dilakukan masyarakat di negara maju dan berkembang antara lain aktivitas penyimpanan dan penyaluran dana.⁴

Dari beberapa masyarakat ketika memutuskan menjadi nasabah di Bank Syariah masih mengikuti pengaruh dari budaya yang ada di lingkungan tempat

³ Junaidi, “*Persepsi Masyarakat Untuk Memilih Bank Syariah*” (Skripsi Tidak ditribkan, Jurusan Perbankan Syariah, IAIN Palopo, 2017), 1

⁴ Ismail, Perbankan Syari’ah, (Kencana : PRENADA MEDIA, 2011), hal 29

tinggalnya, dikarenakan perbankan syariah sendiri dimata masyarakat masih asing dan juga masih sulit untuk memahami system perbankan syariah. seperti yang kita ketahui bahwa perbankan syariah secara garis besar kegiatannya berlandaskan keagamaan yang kental sangat bertolak belakang dengan budaya masyarakat. Selain itu, masyarakat ketika memutuskan untuk menjadi nasabah di bank syariah masih adanya permasalahan yang berkaitan dengan pengaruh budaya dan keluarga yang ada di sekitar mereka, sehingga sebagian dari masyarakat yang ada di Kelurahan Kamonji belum berminat untuk menggunakan produk tabungan lainnya khususnya pada bank Mega Syariah. sebagaimana telah dilakukan observasi salah satu masyarakat yang ada di Kelurahan Kamonji bahwa:

“untuk saat ini alasan saya tidak menggunakan tabungan Bank Syariah Khususnya pada Bank Mega Syariah karena masih menggunakan tabungan yang sudah turun temurun menggunakan produk Tabungan BNI dan BCA”.⁵

Dari hasil wawancara yang dilakukan dapat disimpulkan salah satu alasan masyarakat tidak menggunakan dan produk tabungan di Bank Mega Syariah karena masih masih menggunakan produk tabungan konvensional seperti BNI, BCA dan lain-lain. Dari hasil observasi awal yang dilakukan bahwa masyarakat yang berada di Kelurahan kamonji tersebut mayoritas penduduknya sangat padat dan rata-rata semuanya beragama islam yang memungkinkan mereka dapat berkontribusi terhadap perbankan syariah sebagai tempat menyimpan dananya dan juga transaksi lainnya.

Namun dengan demikian mereka masih yakin dan percaya terhadap produk yang mereka gunakan saat ini yang disebabkan karena dari lingkungan

⁵ Hendra, Masyarakat Kelurahan Kamonji, wawancara, Palu, 7 juli 2023, 09:20

keluarga yang sudah turun temurun sama-sama menggunakan produk tabungan yang sama. Sehingga dari dulu sampai sekarang mereka masih tetap pada produk tabungannya dan belum bisa menggunakan produk tabungan lainnya. Oleh sebab itu, pengaruh yang kuat dari keluarga atau tempat tinggal sehingga masih memengaruhi perilaku pada sebagian masyarakat tersebut.

Berdasarkan dari penjelasan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Kurangnya Minat Masyarakat Menggunakan Produk Tabungan Berkah Utama di Bank Mega Syariah KC Palu.

B. Rumusan Masalah

Apa saja faktor-faktor yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat menggunakan produk tabungan berkah utama di Bank Mega Syariah KC Palu (studi Masyarakat Kelurahan Kamonji)?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat menggunakan produk tabungan berkah utama di Bank Mega Syariah KC Palu (studi masyarakat Kelurahan Kamonji)!

2. Kegunaan Penelitian

a. Secara Teoritis

Diharapkan sebagai solusi dan kontribusi pengetahuan dari masalah yang akan diteliti pada masyarakat umum dalam menggunakan jasa perbankan syariah.

b. Secara Praktis

1) Bagi Penulis

Sebagai salah satu syarat mendapat gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu. Serta menambah wawasan sebagai penulis mengenai faktor-faktor yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat menggunakan produk tabungan berkah utama di Bank Mega Syariah KC Palu (studi masyarakat Kelurahan Kamonji).

2) Bagi Pihak Lain

Dapat mengetahui informasi tentang penyebab kurangnya minat masyarakat menggunakan produk tabungan Bank Syariah khususnya pada Bank Mega Syariah agar lebih menekankan kualitas produk serta memberikan kenyamanan bagi masyarakat selama menggunakan produk tabungan Bank Syariah khususnya pada Bank Mega Syariah.

3) Bagi Bank Syariah

Penelitian ini dapat memberikan sumbangan pikiran dari hasil penelitian untuk bahan evaluasi mengenai factor-faktor yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat menggunakan produk tabungan di bank syariah dan dijadikan input atau masukan bagi bank syariah khususnya pada Bank Mega Syariah.

D. Penegasan Istilah

Untuk membahas permasalahan dalam penelitian ini, perlu penegasan beberapa kata yang pengertian dan pembatasannya perlu di jelaskan.

1. faktor

Menurut KBBI, faktor adalah hal (keadaan, peristiwa) yang ikut menyebabkan atau mempengaruhi terjadinya sesuatu.⁶ Faktor adalah sesuatu hal, keadaan peristiwa dan sebagainya yang ikut menyebabkan, mempengaruhi terjadinya sesuatu yang merupakan bagian hasil perbanyakan. Dengan demikian faktor yang menjadi penyebab seseorang tertarik akan sesuatu hal dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal maupun internal.⁷

2. Minat Masyarakat

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata minat berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu; perhatian; kesukaan. Berminat berarti mempunyai (menaruh) minat; cenderung hati kepada; suka (akan).⁸ Sedangkan Masyarakat (sebagai istilah *society*) adalah sekelompok orang yang membentuk sebuah sistem semi tertutup (atau semi terbuka), di mana sebagian besar interaksi adalah antara individu-individu yang berada dalam kelompok tersebut.⁹ Bahwa pada dasarnya minat masyarakat adalah kecenderungan hati pada sebuah kelompok terhadap sesuatu yang di inginkan.

3. Tabungan Berkah Utama

Tabungan Berkah Utama adalah tabungan untuk nasabah perorangan yang memberikan kemudahan kenyamanan, dan keuntungan sesuai prinsip syariah

⁶ Sitinjak, Labora dan Aprianus Uumbu Kadu. Journal “*Akademi Keperawatan Husada karya jaya*”, v 2, No. 2, September 2016 ISSN 2442-501X. <http://ejurnl.husadakaryajaya.ac.id/index> di akses pada tanggal (17 juli 2023)

⁷ Mislah Hayati Nasution. 2012, *factor-faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking*” Jurnal Nisbah (1):Bogor:2015) 64

⁸ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia* (jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 956

⁹ Dini Kristianty Wardani, *Psikologi Pendidikan Islam*, (Cirebon: Confident 2016), 72-73

yang menggunakan akad mudhorabah dan akad wadiah.¹⁰ Dapat dipahami bahwa tabungan berkah utama pada bank Mega Syariah diperuntukan nasabah perorangan yang memudahkan dan memberikan keuntungan pada nasabah dengan dua akad yang berbeda.

E. Garis-garis Besar Isi

Rangkaian penulisan penelitian terdapat garis-garis besar yang di paparkan secara sistematis ke dalam 5 bab sebagai berikut:

Bab I adalah berisi pendahuluan yang membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, penegasan istilah dan garis-garis besar isi penelitian.

Bab II berisi kajian pustaka yang membahas mengenai penelitian terdahulu, kajian teori, dan kerangka pemikiran.

Bab III berisi tentang metode penelitian yang membahas tentang pendekatan penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan pengecekan keabsahan data.

Bab IV berisi hasil dan pembahasan, yang membahas tentang gambaran umum lokasi penelitian, faktor-faktor yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat menggunakan produk tabungan berkah utama di bank Mega Syariah KC Palu,

¹⁰ <https://lifepal.co.id/media/bank-mega-syariah/produk-bank-mega-syariah>, di akses (4 september 2023) 19:26 WIB

Bab V sebagai penutup yang berisi kesimpulan yang berkaitan dari hasil penelitian dan implementasi penelitian memberikan kritik dan saran yang membangun.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dilakukan sebagai upaya memperjelas tentang variabel-variabel dalam penelitian ini. Sekaligus untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Manfaat penelitian terdahulu oleh peneliti sebagai bahan perbandingan dan acuan. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang serupa di antaranya:

1. Maulanda Hendratmoko, dengan judul: *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Tidak Menggunakan Bank Syariah Di Yogyakarta* (Studi Kasus Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia). Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan kualitatif, dengan analisis tersebut akan memperoleh hasil yang sesuai dengan yang diinginkan yaitu seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah dengan menggunakan metode Logit yang pengolahannya menggunakan program evIEWS 5. Dari hasil analisis yang dilakukan, dapat diambil kesimpulan bahwa secara parsial atau individu hanya variabel fasilitas dan layanan, lokasi bank yang mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk tidak menggunakan Bank Syariah, sedangkan untuk variabel religiusitas, tingkat gaji, dan hadiah tidak mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk tidak menggunakan Bank Syariah di Yogyakarta. Walaupun mahasiswa fakultas ekonomi telah mendapatkan pendidikan tentang Bank Syariah,

mahasiswa dalam konsumen yang rasional yang mempertimbangkan secara rasional mengenai fasilitas dan layanan yang di berikan Bank Syariah serta kedekatan lokasi yang dapat mendukung kelancaran transaksi dalam perbankan.¹¹

2. Penelitian yang dilakukan oleh Gusmail Emang, dengan judul *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah* (Studi Pada Masyarakat Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar) jenis penelitian ini adalah kuantitatif yang menggunakan data primer dengan memberikan kuesioner dengan hasil penelitian bahwa variabel pengetahuan, pelayanan, lokasi dan produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kurangnya minat masyarakat menabung karena pengetahuan mereka masih kurang tentang bank syariah dan juga faktor lainnya adalah produk dan pelayanan yang rendah dan kurang yang membuat masyarakat tidak menabung di bank syariah dan lebih memilih menabung di bank konvensional dan faktor yang terakhir lokasi yang dekat pemukiman masyarakat.¹²
 3. Penelitian yang dilakukan oleh Arlen Astriawan Majid, dengan judul *“Analisi Perbandingan Minat Masyarakat Terhadap Bank Syariah dan Bank Konvensional* (Studi Kasus: Pada Masyarakat Nagari kapalo Hilalang, Kecamatan 2x11Kayutanam, Kabupaten Padang Pariaman)”
- Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah field

¹¹Maulana Hendratmoko, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Tidak Menggunakan Bank Syariah Di Yogyakarta*, (Stufy Kasus Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia) Jakarta: 2012 <https://scholar.google.com> (11 juli 2023)

¹² Gusmail Eman, Jurnal: “Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Menabunf Di Bank Syariah”, Vol. 3 No. 5, 2017, 20

research (Penelitian Lapangan) dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil analisa data yang sudah dilakukan pada penelitian ini, terdapat 9 faktor yang menyebabkan masyarakat Kapalo Hilalang lebih memilih Bank Konvensional dari pada Bank Syariah. Adapun faktor-faktornya yaitu faktor lokasi, faktor promosi, faktor pengetahuan, faktor motivasi, faktor fasilitas bertransaksi dan pelayanan, faktor proses administrasi pendaftaran, faktor agama, faktor keluarga, dan faktor kepercayaan.¹³

4. Penelitian yang dilakukan oleh Dian Lestari dengan judul penelitian *“Analisis Faktor Penyebab Rendahnya Minat Masyarakat Memilih Produk Pembiayaan Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Kuripan Selatan Kec. Kuripan Lombok Barat)”*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor penyebab rendahnya minat masyarakat memilih produk pembiayaan di bank syariah. jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan metode teknik pengumpulan data adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini melibatkan 12 warga masyarakat yang ada di Desa Kuripan Selatan Kec. Kuripan. Berdasarkan analisis data dari peneliti tersebut bahwa pemahaman masyarakat tentang bank syariah dan bagi hasil masih beragam, sebagian besar masyarakat tingkat pengetahuannya masih kurang tentang perbedaan bank syariah dan bank konvensional. Sedangkan untuk faktor

¹³ Arlen Astrioawan Majid, *Analisi Perbandingan Minat Masyarakat Terhadap Bank Syariah dan Bank Konvensional* (Studi Kasus: Pada Masyarakat Nagari kapalo Hilalang, Kecamatan 2x11Kayutanam, Kabupaten Padang Pariaman) (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.) Bukuttinggi: 2021 <https://scholar.google.com> (11 juli 2023)

penyebab rendahnya minat masyarakat memilih pproduk pembiayaan di bank syariah terdapat 3 faktor yaitu, kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh bank syariah, administrasi yang berbelit-belit pada saat mengajukan pembiayaan di bank syariahg dan perbedaan persepsi pada setiap individu.¹⁴

5. Penelitian yang dilakukan oleh Nia Daniati dengan judul “*Faktor Penghambat Minat Masyarakat Betungan Mengajukan Pembiayaan Pada Bank Syariah*“, dalam penelitian ini untuk mengetahui faktor penghambat minat masyarakat Betungan mengajukan pembiayaan pada bank syariah. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data skunder. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat wilayah Betungan RT 06 Kelurahan Betungan Kecamatan Selebar Kota Bengkulu, yang meliputi masyarakat umum dan pemilik usaha yang ada pada wilayah Betungan Kelurahan Betungan Kecamatan Selebar Kota Bengkulu.¹⁵
6. Penelitian yang dilakukan oleh Devia Galuh Putri dengan judul “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Pensiun Di Bank Syari’ah Mandiri Kantor Cabang (KC)*

¹⁴ Dian Lestari, *Analisis Faktot Penyebab Rendahnya Minat Masyarakat Memilih Produk Pembiayaan Di Bank Syarriah* (Studi Kasus Masyarakat Desa Kuripan Selatan Kec. Kuripan Lombok Barat), Mataram: 20021, file://c:/users/windows/documents/folder referensi/Dian Lestari pdf. (diakses 14 Agustus 2023)

¹⁵ Nia Daniati, “Faktor Penghambat Minat Masyarakat Betungan Mengajukan Pembiayaan Pada Bank Syariah”, (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2018), 9

Curup” Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor faktor yang mempengaruhi minat nasabah memilih produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang (KC) Curup dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor Agama, Sosial, Budaya, dan Psikologis dan faktor yang dominan mempengaruhi minat nasabah memilih produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang (KC) Curup di dominasi faktor pribadi dimana faktor pribadi merupakan keputusan nasabah untuk memilih juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi.¹⁶

Table 2.1
Tabel Penelitian Terdahulu

No	Nama dan judul penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Maulanda Hendratmoko, dengan judul: <i>Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Tidak Menggunakan Bank Syariah Di Yogyakarta</i> (Studi Kasus Fakultas Ekonomi Universiitas Islam Indonesia).	Penelitian ini memiliki relevansi dengan penelitian penulis yaitu Sama-sama membahas tentang fator-faktor yang mmenyebabkan kurangnya minat terhadap Bank Syariah,	Lokasi penelitian, waktu penelitian, metode yang digunakan adalah metode Logit evIEWS 5 dan menggunakan data kuantitatif serta judul penelitian. Sedangkan peneltitian penulis menggunakan

¹⁶ Devia Galuh Putri, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Pensiun Di Bank Syari’ah Mandiri Kantor Cabang (KC) Curup”, (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, 2019), 10

			pendekatan kualitatif jenis penelitian lapangan.
2.	Gusmail Emang, dengan judul <i>Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah</i> (Studi Pada Masyarakat Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar)	Penelitian terdahulu dan penelitian penulis Sama-sama membahas tentang kurangnya minat masyarakat menabung di Bank Syariah	Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang menggunakan data primer dengan memberikan kuesioner, lokasi dan waktu penelitian yang berbeda. Sedangkan penelitian penulis menggunakan metode penelitian dengan pendekatan deskriptif kualitatif pengumpulan data dan hasil wawancara.
3.	Arlen Astriawan Majid, dengan judul “ <i>Analisis Perbandingan Minat Masyarakat Terhadap Bank</i>	Penelitian terdahulu dan penelitian penulis Sama-sama menggunakan jenis	Untuk mengetahui analisis perbandingan minat masyarakat terhadap Bank Syariah

	<i>Syariah dan Bank Konvensional</i> (Studi Kasus: Pada Masyarakat Nagari kapalo Hilalang, Kecamatan 2x11Kayutanam, Kabupaten Padang Pariaman)	penelitian <i>field research</i> (penelitian lapangan) dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif.	dan Bank Konvensional. sedangkan penelitian penulis untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat menggunakan produk tabungan berkah utama di Bank Mega Syariah serta lokasi dan waktu penelitian.
4.	Dian Lestari “Analisis Factor Penyebab Rendahnya Minat Masyarakat Memilih Produk Pembiayaan Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Kuripan Selatan Kec. Kuripan Lombok Barat)”.	Penelitian terdahulu dan penelitian penulis Sama-sama membahas tentang fator penyebab kurangnya minat masyarakat memilih produk bank syariah, metode penelitian terdahulu dan penelitian	Untuk mengetahui analysis faktor penyebab rendahnya minat masyarakat memilih prooduk pembiayaan di Bank Syariah. sedangkan penelitian penulis untuk mengetahui

		penulis sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif serta metode teknik pengumpulan data adalah observasi, wawancara dan dokumentasi.	faktor penyebab kurangnya minat masyarakat menggunakan produk tabungan berkah utama di Bank Mega Syariah, serta Lokasi dan waktu penelitian.
5.	Penelitian yang dilakukan oleh Nia Daniati dengan judul “ Faktor Penghambat Minat Masyarakat Betungan Mengajukan Pembiayaan Pada Bank Syariah “	Penelitian terdahulu dan penelitian penulis Sama-sama menggunakan penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.	Untuk mengetahui faktor penghambat minat masyarakat mengajukan pembiayaan pada Bank Syariah. sedangkan penelitian penulis untuk mengetahui faktor penyebab kurangnya minat masyarakat menggunakan produk tabungan berkah utama di Bank Mega Syariah serta Lokasi dan waktu

			penelitian.
6.	Devia Galuh Putri dengan judul “ Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Pensiun Di Bank Syari’ah Mandiri Kantor Cabang (KC) Curup”	Sama-sama membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk bank syariah, dan jenis serta metode penelitian.	Untuk mengetahui analisis faktor yang mempengaruhi minat nasabah memilih prooduk pembiayaan pension dai Bank Syariah Mandiri. Sedangkan peneltitian penulis untuk mengetahui faktor yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat menggunkan produk tabungan berkah utam di Bank Mega Syariah, serta Lokasi penelitian dan waktu penelitian.

B. Kajian Teori

1. *Theory of Planned Behavior*

Teori perilaku terencana (*theory of planned behavior* atau TPB) merupakan sebuah teori yang dikembangkan dari *theory of reasoned action* (TRA). Teori ini diciptakan bertujuan untuk menjelaskan penentu seseorang terhadap suatu perilaku tertentu. Menurut Ajzen, faktor utama dari menentukan perilaku seorang individu adalah dipengaruhi oleh niat individu (*behavior intention*) terhadap perilaku tertentu tersebut. Niat untuk berperilaku dipengaruhi oleh tiga komponen variabel yaitu (1) sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavioral*), (2) norma subjektif (*subjective norm*) dan (3) persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*).¹⁷

Niat untuk berperilaku dipengaruhi oleh tiga komponen adalah sebagai berikut:¹⁸

- a. *Attitude toward behavioral* (sikap terhadap perilaku), yaitu sikap keyakinan seseorang terhadap hasil dari sebuah perilaku dan kemudian akan mengevaluasi kembali hasil sebuah perilaku tersebut
- b. *Subjective norm* (norma subjektif) yaitu keyakinan mengenai sebuah harapan normatif orang lain dan motivasi orang yang diberikan sebuah harapan untuk memenuhi harapan tersebut.
- c. *Perceived behavioral control* (persepsi kontrol perilaku), yaitu sebuah keyakinan tentang eksistensi hal-hal yang pendukung atau penghambat

¹⁷ Ajzen, I., 1991. The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Volume 50, pp. 179-211.

¹⁸ Dhuha Hanif Bahtiar, "*Pengaruh Attitud Toward Using Subjective Norm Dan Perceived Behavioral Control Terhadap Minat Penggunaan Dompot Digital Studi Kasus Mahasiswa Iain Purwokerto*", <https://eprints.uinsaizu.ac.id>, (22 januari 2022), 11:05

suatu perilaku yang akan ditampilkan dan persepsi dia mengenai seberapa meyakinkan tentang hal-hal yang mendukung dan menghambat perilaku tersebut. Hambatan yang biasanya timbul pada saat perilaku tersebut ditunjukkan terkadang muncul dari dalam maupun dari luar individu atau faktor lingkungan.¹⁹

Teori perilaku terencana atau *theory of planned behavior* merujuk pada anggapan bahwa manusia merupakan makhluk yang rasional dan menggunakan informasi-informasi yang mendukung baginya, secara sistematis. Seorang individu akan memikirkan dampak dari sebuah tindakan sebelum mereka menentukan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu.²⁰ Seseorang dapat saja memiliki berbagai macam keyakinan terhadap suatu perilaku, namun ketika dihadapkan pada suatu kejadian tertentu, hanya sedikit dari keyakinan tersebut yang timbul untuk mempengaruhi perilaku. Sedikit keyakinan inilah yang menonjol dalam mempengaruhi perilaku individu.²¹

2. Grand Theory Perilaku Konsumen

a. Pengertian Perilaku Konsumen

Grand Theory perilaku konsumen menurut Kotler, perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, memberi, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk

¹⁹ Jogiyanto, H., 2008. Sistem Informasi Keperilakuan Edisi Revisi. (Yogyakarta: Penerbit Andi 2008),

²⁰ Achmat, Z., 2010. Theory of Planned Behavior, Masihkah Relevan. Universitas Muhammadiyah Malang. 16

²¹ Ajzen, I., 1991. The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, Volume 50, pp. 179-211.

memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.²² Menurut Swastha dan Handoko Perilaku Konsumen (*consumer behavior*) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan menentukan kegiatan-kegiatan tertentu.²³

Dalam teori ekonomi dikatakan bahwa manusia adalah makhluk ekonomi yang selalu berusaha memaksimalkan kepuasannya dan selalu bertindak rasional. Para konsumen akan berusaha memaksimalkan kepuasannya selama kemampuan finansialnya memungkinkan. Mereka memiliki pengetahuan tentang alternative produk yang dapat memuaskan kebutuhan mereka.²⁴ Kepuasan menjadi hal yang teramat penting dan seakan menjadi hal utama untuk dipenuhi.

Perilaku manusia tidak akan terlepas dari keadaan individu itu sendiri dan lingkungan tempat individu itu berada. Menurut Ismail Nawawi, terdapat beberapa teori yang menjelaskan tentang perilaku, yaitu:²⁵

- 1) *Teori Insting*: ini dikemukakan oleh Mc. Dougall sebagai pelopor psikologi sosil. Menurut Mc. Dougall perilaku disebabkan oleh insting. Insting merupakan perilaku yang *Innate* atau perilaku bawaan dan akan mengalami perubahan karena pengalaman;

²² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, “*Manajemen Pemasaran*” terjm. Bob Sabran Jilid 1 edisi 1, (Jakarta: Erlangga, 2008), 166

²³ Swastha dan Handoko, *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Produk Tabungan Perbankan*, (Solo: PT. Aksara Solopos, 2000), 10

²⁴ Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), 3-4

²⁵ Ismail nawawi, *Perilaku Administrasi, Paradigma, Konsep, Teori dan Pengantar Peraktek*, (Surabaya: ITS Press, 2007), 5-7

- 2) Teori Dorongan (*Drive Theory*) teori ini yang sering disebut dengan teori Hull dalam (Crider, 1983; Hergagen, 1976 yang juga disebut dengan *Reduction Theory* bertolak dari pandangan bahwa organisme itu mempunyai dorongan drive tertentu. Dorongan itu berkaitan dengan kebutuhan yang mendorong organisme untuk berperilaku;
- 3) Teori Insentif (*Insentive Theory*); berpendapat bahwa perilaku organisme disebabkan karena adanya insentif. Insentif disebut sebagai *Reinforcement*. *Reinforcement* terdiri dari *Reinforcement* positif yang berkaitan dengan hadiah dan *Reinforcement* negative yang berkaitan dengan hukuman;
- 4) Teori Atribusi, teori ini bertolak dari sebab-sebab perilaku seseorang. Apakah perilaku ini disebabkan disposisi internal (motif, sikap, dan sebagainya) atau eksternal;
- 5) Teori Kognitif, teori ini berdasarkan alternative pemilihan perilaku yang akan membawa manfaat yang besar baginya. Dengan kemampuan memilih ini tersebut berarti factor berfikir berperan dalam menentukan pilihannya;
- 6) Teori Kepribadian, teori ini berdasarkan kombinasi yang kompleks dari sifat fisik dan material, nilai, sikap, dan kepercayaan, selera, ambisi, minat dan kebiasaan dan ciri-ciri lain yang membentuk suatu sosok yang unik.

Dari pengertian di atas, dapat dipahami bahwa perilaku konsumen adalah bagaimana seorang konsumen menentukan barang atau produk dan jasa yang di

peroleh dari tindakan-tindakan dan hubungan social yang dilakukan oleh konsumen perorangan atau kelompok untuk memuskan sebuah kebutuhan tertentu. Pengambilan keputusan didasari dengan berbagai hal baik dari dalam individu maupun dari luar individu konsumen yang mampu memberikan kepuasan yang tertinggi. Kepuasan konsumen untuk menentukan pembelian sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Konsumen diasumsikan selalu bertujuan untuk memperoleh kepuasan (*Utility*) dalam kegiatan konsumsinya. *Utility* secara bahasa berarti berguna (*Usefulness*), membantu (*Helpfulness*) atau menguntungkan (*Advantage*). Dalam konteks ekonomi, utilitas dimaknai sebagai kegunaan barang yang dirasakan oleh seorang konsumen ketika mengkonsumsi suatu barang. Kegunaan ini bisa juga dirasakan sebagai rasa “tertolong” dari suatu kesulitan karena mengkonsumsi barang tersebut.²⁶

Kepuasan konsumen untuk menentukan pembelian sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli. Juga oleh faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhitungkan. Faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:

1) Faktor Kebudayaan

Faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas terhadap perilaku konsumen. Pemasar harus memahami peran yang dimainkan oleh kultur, sub kultur, dan kelas sosial pembeli. Kultur adalah penentu paling pokok dari

²⁶ Imadudin Yuliadi, *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*, (Yogyakarta: LPPI, 2001), 21

keinginan dan perilaku seseorang. Makhluk yang lebih rendah umumnya akan dituntun oleh naluri. Sedangkan manusia biasanya mempelajari perilaku dari lingkungan sekitar, sehingga nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku seseorang yang tinggal di daerah tertentu akan berbeda dengan orang yang tinggal di daerah lain. Sub kultur merupakan lebih kecil dibanding kultur yang memiliki etnis yang lebih khas. Sedangkan kelas sosial adalah susunan yang relative permanen dan teratur dalam suatu masyarakat yang anggotanya memiliki nilai, minat, dan perilaku yang sama.²⁷

2) Faktor Sosial

Perilaku konsumen juga akan dipengaruhi oleh faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga, peran dan status sosial dari konsumen tersebut. Kelompok ini sangat berpengaruh besar dalam pengambilan keputusan, sehingga pemasar harus memperhatikan faktor kelompok dalam menyusun strategi pemasaran. Kelompok ini bisa dibedakan menjadi dua yaitu kelompok primer dan kelompok rujukan. Kelompok primer terjadi karena interaksi secara intensif, seperti keluarga dan teman. Kelompok ini memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap keputusan konsumen. Sedangkan kelompok rujukan adalah kelompok yang merupakan titik perbandingan atau tatap muka atau tidak langsung dalam pembentukan sikap seseorang. Faktor sosial yang lain adalah peran dan status. Tiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan

²⁷ Bison Simamora, *panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka utama, 2008), 7

umum oleh masyarakat. Contohnya adalah direktur yang memiliki pakaian mahal dan mobil mewah.²⁸

3) Faktor Pribadi

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakter pribadi seperti umur dan tahap daur hidup pembeli, jabatan, keadaan ekonomi, gaya hidup kepribadian, konsep diri pembeli yang bersangkutan.²⁹ Daur hidup berkaitan dengan siklus hidup seseorang. Tahapan-tahapan dalam hidup psikologi berhubungan dengan perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidup. Jabatan mengidentifikasikan kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata. Keadaan tertentu ini tidak lain adalah pendapatan yang dapat dibelanjakan, tabungan harta, dan aktivitas meminjam. Gaya hidup adalah pola yang diekspresikan oleh minat, pendapatan, kegiatan, yang semua itu tidak akan lepas dari interaksi dengan lingkungannya. Konsep diri adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap yang memandang respon terhadap lingkungan yang konsisten.³⁰

4) Faktor Psikologis

Seseorang mempunyai banyak kebutuhan baik yang bersifat biogenic ataupun biologis. Kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu seperti lapar, haus dan sebagainya. Sedangkan kebutuhan yang bersifat psikologis adalah kebutuhan yang timbul dari keadaan tertentu seperti kebutuhan untuk diakui, harga diri, atau kebutuhan untuk diterima lingkungan. Sedangkan faktor

²⁸ Ibid, 8

²⁹ Ibid, 9

³⁰ Nugroho. J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana Prenada Group, 2010), 12

psikologis yang utama adalah motivasi, persepsi, proses belajar, serta kepercayaan dan sikap.³¹

3. *Perilaku Konsumen Muslim Dalam Tinjauan Ekonomi Islam*

Perilaku konsumen muslim mempelajari bagaimana manusia memilih diantara berbagai pilihan yang di hadapinya dengan memanfaatkan sumber daya yang ada. Teori perilaku konsumen muslim yang di bangun berdasar syariat islam memiliki perbedaan dengan teori konvensional. Perbedaan ini menyangkut nilai dasar yang menjadi fondasi, teori motif, motif dan tujuan konsumsi hingga teknik pilihan dan alokasi anggaran untuk berkonsumsi.³²

Kegiatan ekonomi islam merupakan tuntutan kehidupan, disamping anjuran yang memiliki dimensi ibadah. Konsumsi secara umum didefinisikan dengan penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Menurut Munrokm Misanam, perilaku konsumen muslim dalam tinjauan islam dipengaruhi oleh masalah berkah. Dikarenakan hikmah dari berkah ini telah di janjikan oleh Allah sebagaimana tertulis dalam Q.S Al-A'raf/7:96

وَلَوْ أَنَّ أَهْلَ الْقُرَىٰ ءَامَنُوا وَاتَّقَوْا لَفَتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَاتٍ مِّنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ وَلَٰكِن كَذَّبُوا
فَأَخَذْنَاهُم بِمَا كَانُوا يَكْسِبُونَ ﴿٩٦﴾

Terjemahnya:

Jikalau Sekiranya penduduk negeri-negeri beriman dan bertakwa, pastilah Kami akan melimpahkan kepada mereka berkah dari langit dan bumi, tetapi mereka mendustakan (ayat-ayat Kami) itu, Maka Kami siksa mereka disebabkan perbuatannya.

³¹ Bilson, Simamora, *panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), 11

³² Sri Wigati, "Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam," *Maliyah Jurnal Hukum Bisnis Islam* Vol, 01 No. 01, 2011

Tingkat kesejahteraan konsumen yang memperhatikan masalah keberkahan lebih besar dibanding yang tidak memperhatikan hal ini. Selain itu Muhammad Muflih juga menyatakan bahwa perbedaan mendasar dari perilaku konsumen muslim adalah adanya saluran penyeimbang dari saluran individual yang disebut dengan saluran konsumsi sosial (sedekah dan zakat). Selain itu perilaku konsumen muslim juga dibatasi dengan aturan-aturan syariat islam.³³ Analisis konvensional terhadap perilaku konsumen dalam kaitannya sebagai seorang konsumen muslim.

Menurut Metwally ada lima alasan atas modifikasi ini, yaitu sebagai berikut:

- a. Fungsi objektif konsumen muslim berbeda dengan konsumen lain. Konsumen muslim tidak mencapai kepuasan hanya dari mengonsumsi output dan memegang barang modal saja. Perilaku ekonominya berputar pada pencapaian atas ridho Allah SWT. Seorang muslim sejati harus percaya pada Al-Qur'an sehingga kepuasan bukan merupakan fungsi satu-satunya atas barang konsumsi dan komoditas, melainkan juga fungsi dari ridho Allah SWT.
- b. Vektor komoditas dari konsumen muslim adalah berbeda dari konsumen non muslim meskipun semua elemen dari barang dan jasa tersedia. Karena islam melarang seorang muslim mengonsumsi beberapa komoditas seperti alcohol, daging babi, dan lain-lain.

³³ Kurniati, "Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam," Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia Vol. 6 No. 1, 2016

- c. Seorang muslim dilarang untuk membayar dan menerima bunga dari pinjaman dalam bentuk apapun, premi rutin yang dibayar oleh konsumen muslim atas memegang barang tahan lama tidak mencakup elemen suku bunga. Suku bunga dalam ekonomi islam digantikan oleh biaya dalam kaitannya dengan profit sharing. Bagaimanapun tidak seperti bunga, biaya ini tidak ditentukan sebelumnya pada tingkat yang tetap atas sebuah resiko.
- d. Bagi seorang konsumen muslim, anggaran yang dapat digunakan untuk optimisasi konsumsi adalah pendapatan bersih setelah pembayaran zakat.
- e. Konsumen muslim harus menahan diri dari konsumsi yang berlebihan, yang berarti konsumen muslim tidak harus menghabiskan seluruh pendapatan bersihnya untuk konsumsi barang dan jasa.³⁴

4. Teori Minat

a. Pengertian Minat

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.³⁵ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab mendefinisikan minat itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau

³⁴ M. Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 198-199

³⁵ Slamento, *belajar dan factor-faktor yang mempengaruhi*, (Jakarta: Rineka cipta, 2007)0, 121

situasi yang menjadi objek dari minat itu tersebut dengan disertai dengan perasaan senang.³⁶

Sedangkan menurut Andi Mappiare definisi minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.³⁷ Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa minat merupakan suatu kecenderungan dari dalam individu yang menyebabkan individu tersebut mempunyai sikap, keinginan serta ketekunan dan mempunyai dorongan terhadap objek tertentu tanpa ada yang menyuruh untuk menjadi nasabah di bank syariah.

Berikut adalah pengertian minat menurut beberapa ahli:

- 1) Cony Semiawan mengatakan bahwa minat adalah suatu keadaan mental yang menghasilkan respons terarah kepada suatu obyek tertentu yang dapat memberikan kepuasan.
- 2) S. Nasution menjelaskan minat adalah pernyataan psikis yang menunjukkan adanya pemusatan pikiran, perasaan dan kemauan terhadap suatu obyek karena menarik perhatian.
- 3) Menurut M. Buchori minat adalah kesadaran seseorang tentang suatu obyek, situasi atau seseorang yang mengandung keterikatan dengan dirinya.

³⁶Abdul Rachman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (dalam Perspektif Islam)*, (Jakarta: Prana media, 2004), 263

³⁷Andi Mappiare, *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian dan Pendidikan*, (Surabaya: Usana Offset Printing, 1994), 62

- 4) Sedangkan menurut Sardiman AM, menyatakan bahwa minat merupakan kondisi yang terjadi apabila berhubungan dengan keinginan atau kebutuhan seseorang tersebut.³⁸

b. Indikator Minat

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

- 1) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk. Minat ini dapat diartikan keinginan seseorang untuk segera membeli/memiliki suatu produk.
- 2) Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan (menyarankan) produk kepada orang lain.
- 3) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi bahwa produk tertentu itulah yang sedang diinginkan dan seseorang tersebut berhak untuk mengabaikan pilihan yang lain, yang bisa juga disebut selera seseorang.
- 4) Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.³⁹

³⁸ Darmadi, *Pengembangan Model dan Metode Pembelajaran dalam Dinamika Belajar Siswa*, (Yogyakarta: Deepublish, 2007), 307-308

³⁹ Agusti Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 129

c. *Faktor-faktor Yang mempengaruhi timbulnya Minat Masyarakat*

Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat masyarakat ada 2 yaitu factor Eksternal dan Internal:⁴⁰

1) Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang dapat mempengaruhi minat merupakan factor yang berasal dari karakteristik lingkungan dan objek-objek yang terlibat di dalamnya.

a) Promosi dan Sosialisasi

Secara definisi promosi dan sosialisasi adalah merupakan kegiatan yang di tujuikan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang di tawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah.⁴¹ Pada dasarnya bahwa promosi merupakan bagian dari sebuah pemasaran.

b) Lokasi Menentukan

Lokasi juga merupakan keputusan yang paling penting dalam suatu usaha yang bertujuan untuk menarik minat pelanggan agar datang ketempat tersebut dengan dalam pemenuhan kebutuhan. Lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi yang tepat dalam mendirikan suatu usaha adalah salah satu hal yang sangat menentukan keuntungan bagi perusahaan, pengusaha akan selalu mencari lokasi yang strategis yang mudah dilihat dan dijangkau oleh nasabah. Lokasi yang tepat adalah di

⁴⁰ Herawati, Titin, “*factor-faktor yang Mempengaruhi Non Muslim menjadi Nasabahdi Bank Syariah*” (Studi Kasus Bank Dinar BPRS Dinar Ashari). Diss. Universitas Muhammadiyah Mataram, 2021),

⁴¹ Kasmir. S.E., M.M., *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), 175

tempat dengan potensi pasar yang besar. Fenomena global mengharuskan perbankan untuk melakukan pembaharuan strategi salah satunya yaitu dengan strategi penentuan lokasi usaha yang tepat, sebab keberhasilan dalam penentuan suatu usaha yang tepat akan meningkatkan operasional bisnis.⁴²

c) Fasilitas Pelayanan

Pelayanan sebagai aktivitas yang diberikan untuk membantu, menyiapkan, dan mengurus baik itu berupa barang atau jasa dari satu pihak ke pihak lain. Fasilitas pelayanan pada bank syariah dapat berupa fasilitas fisik maupun pelayanan dari karyawannya. Fasilitas pelayanan yang nyaman sangat memadai akan dapat menarik perhatian masyarakat dan membuat masyarakat nyaman dengan bank syariah.⁴³

d) Pengetahuan dan Produk

Pengetahuan merupakan salah satu faktor pendukung penting bagi seseorang atau masyarakat dalam menentukan pilihan terhadap suatu hal, termasuk dalam menentukan pilihan dimana mereka akan menciptakan dananya. Definisi pengetahuan sendiri yaitu hasil penginderaan manusia atau hasil “tahu” seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya, yaitu indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Pengetahuan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti: pengalaman, pendidikan, keyakinan, penghasilan, sosial, dan sebagainya. Semakin banyak pengalaman yang diperoleh dari diri sendiri maupun orang lain, maka semakin bertambah juga pengetahuan yang kita dapatkan.

⁴² Moch. Darsyah Sinungan, *manajemen Dana Bank*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), 76

⁴³ Sari, Ayu Retno, *Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Menabung Di Bank Syariah*, Skripsi UIN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (2016)

e) Lingkungan dan Budaya

Lingkungan sosial budaya adalah kelompok sosial budaya yang hidup dalam batas-batas tertentu yang ditata berdasarkan norma sosial budaya yang membedakannya dengan lingkungan alam. Lingkungan sosial budaya terdiri dari keluarga, sumber informal, sumber non komersial yang lain, kelas social, sub budaya dan budaya.

Aspek-aspek dalam lingkungan social yang di tempuh oleh seseorang melalui 3 hal:

- 1) Lingkungan keluarga
- 2) Lingkungan sekolah
- 3) Lingkungan masyarakat⁴⁴

2) Faktor Internal

Faktor internal merupakan factor yang berasal dari dalam diri individu itu sendiri. Hal tersebut mencakup fisiologis, perhatian, kebutuhan searh, suasana hati, pengalaman, dan ingatan.

a) Faktor pekerjaan

Pekerjaan merupakan gambaran dari pencerminan dari tugas-tugas, kewajiban-kewajiban dan tanggung jawab nyata dari setiap orng. Semakin tinggi tingkat pekerjaan semakin tinggi juga tingkat konsumsi atau semakin tinggi tingkat kebutuhan akan bank sebagai investasi.

⁴⁴ Arlen Astriawan Majid, Skripsi: *analisis perbandingan minat masyarakat terhadap bank Syariah dan bank konvensional*, (studi kasus: pada masyarakat Nagari Kapalo Hilalang, Kecamatan 2x11 Kayutamaam, Kabupaten Padang Pariaman), (Bukit Tinggi: IAIN Bukit tinggi,) 32-33

b) Gaya hidup

Gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang di dunia, minat, dan opini. Gaya hidup menggambarkan cara bertransaksi dalam lingkungan. Konsep gaya hidup dapat membantu pemasar memahami nilai konsumen yang berubah-ubah dan bagaimana gaya hidup mempengaruhi pada konsumen dalam perilaku pembeli.

c) Sikap dan Keyakinan

Keyakinan merupakan gambaran pemikiran yang dianut seseorang tentang suatu hal. Sikap adalah evaluasi, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan, yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap objek atau gagasan.

d) Pendapatan

Pendapatan dapat diartikan sebagai semua jenis pendapatan, termasuk pendapatan yang diperoleh tanpa memberikan suatu kegiatan atau apapun yang diterima oleh penduduk suatu Negara. Pendapatan menjadi salah satu faktor yang melatarbelakangi masyarakat dalam melakukan aktivitas ekonomi, salah satunya ialah menabung. Tabungan dalam ilmu makro ekonomi didefinisikan sebagai pendapat yang tidak habis dibelanjakan. Menurut Keynes yang dikutip oleh Arlen Astriawan Majid besarnya tabungan seseorang bukan tergantung besar kecilnya pendapatan seseorang.⁴⁵

⁴⁵ Ibid, 34

5. *Masyarakat*

Masyarakat (sebagai istilah *society*) adalah sekelompok orang yang membentuk sebuah system semi tertutup (atau semi terbuka), dimana sebagian besar interaksi adalah antara individu-individu yang berada dalam kelompok tersebut. Kata “masyarakat” sendiri berakar dari kata dalam bahasa Arab, *musyarakah*. Dalam bahasa Arab sendiri masyarakat disebut dengan sebutan *mujtama'*, yang menurut Ibnu Manzur dalam *lisan al'Arab* mengandung arti (1) pokok dari segala sesuatu, yakni tempat tumbuhnya keturunan, (2) kumpulan dari orang banyak yang berbeda-beda. Sedangkan *masyarakah* mengandung arti berserikat, bersetuju dan saling bersatu.⁴⁶

Masyarakat adalah pergaulan hidup manusia, siapapun yang hidup bersama dalam suatu tempat dengan ikatan-ikatan antara aturan yang tertentu. Adapun beberapa pengertian masyarakat yang dikemukakan oleh para sarjana adalah sebagai berikut:

- a. M.J Heskovic menulis bahwa masyarakat adalah kelompok individu yang di organisasikan yang mengikuti satu cara hidup tertentu.
- b. J.L Gillin mengatakan bahwa masyarakat adalah kelompok manusia yang terbesar yang mempunyai kebiasaan tradisi dan sikap serta perasaan yang sama, masyarakat itu meliputi pengelompokan-pengelompokan yang kecil.

⁴⁶ M. Khariska Afriadi, *Analisis Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah*, (studi masyarakat komplek perumahan Kel. Kandang Mas kec. Kampung Melayu Kota Bengkulu) (Bengkulu: 2016), 35-36

- c. Mac Iver menyatakan bahwa masyarakat adalah satu system dari pada cara kerja dan prosedur, dari otoritas dan saling bantu membantu yang meliputi kelompok-kelompok dan pembagian-pembagian sosial lain.⁴⁷

Dari uraian di atas maka yang dimaksud dengan masyarakat adalah kelompok manusia yang telah lama bertempat tinggal disuatu daerah tertentu dan mempunyai aturan-aturan yang mengatur tata hidup mereka untuk menuju kepada tujuan yang sama.

6. Bank Mega Syariah

- a. Sejarah Singkat dan Perkembangan Bank Mega Syariah

Sejarah Bank Mega Syariah berawal dari akuisisi PT. Bank Umum Tugu oleh CT Corpora (d/h PT. Mega Corpora dan PT. Para Rekan Investasi) pada tahun 2001. Sejak awal, pemegangf saham berkeinginan untuk mengkonversi Bank Mega yang berdiri tahun 1990 ini menjadi Bank Umum Syariah. pada tanggal 25 Agustus 2004, Bank hasil konversii PT. Bank Umum Tugu resmi beroperasi secara syariah dengan nama PT. Bank Syariah Mega Indonesia (BSMI). Selanjutnya pada tanggal 7 november 2007, Bank Mega Syariah yang merupakan sister company dari PT. Bank Mega Tbk. Mengganti logo baru yang memiliki bentuk yang sama dengan Bank Mega. Namun logo Bank Mega Syariah mempunyai ciri khas yaitu warna logo rich magenta dan yellow gold.⁴⁸

Sebagai pemegang saham mayoritas, CT Corpora memiliki komitmen dan tanggung jawab penuh untuk menjadikan Bank Mega Syariah sebagai Bank Syariah terbaik di Industri Perbankan Syariah Nasional. Hal ini dibuktikan

⁴⁷ Hartomo, Ilmu Sosial Dasar, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008), 88-89

⁴⁸ Amual Report , *Bank Mega Syariah*, Mega Indonesia, 2009, 13

dengan kebijakan pemegang saham yang terus memperkuat modal bank. Dengan permodalan yang kuat Bank Mega Syariah akan mampu memberikan pelayanan terbaik guna menghadapi persaingan perbankan yang semakin ketat dan kompetitif.

b. Produk-produk pada Pt. Bank Mega Syariah

Berikut adalah beberapa produk yang terdapat pada PT. Bank Mega Syariah:

1) Produk Simpanan (*Saving Product*)

a) Tabungan Berkah Utama iB

Tabungan Berkah Utama iB adalah tabungan yang ditujukan untuk nasabah perorangan yang mampu memberikan kemudahan, kenyamanan, dan keuntungan yang sesuai dengan prinsip syariah. Terdapat dua jenis tabungan berkah utama yaitu dengan Tabungan Berkah Utama IB Akad Wadiah dan Tabungan Berkah Utama iB Akad Mudharabah.⁴⁹ Tabungan Berkah Utama IB Akad Wadiah, yaitu tabungan untuk nasabah perorangan yang memberikan kemudahan, kenyamanan dan keuntungan sesuai prinsip syariah dengan akad wadiah. Sedangkan untuk Tabungan Berkah Utama IB Akad Mudharabah, yaitu tabungan untuk nasabah perorangan dengan Akad Mudharabah Mutlaqah.⁵⁰

b) Tabungan Rencana Pendidikan IB

Tabungan Rencana Pendidikan iB merupakan tabungan yang ditujukan kepada nasabah perorangan yang dapat digunakan dalam merencanakan

⁴⁹ Syarifah Raudhatul Jannah, *Analisis Kinerja Keuangan PT. Bank Mega Syariah Sebelum dan Sesudah Pandemi COVID-19* (Banda Aceh: 2022), 57-58

⁵⁰ <https://lifepal.co.id/media/bank-mega-syariah> di akses pada 17 Juli 2023 pukul 19:56 WIB.

pendidikan anak. Pembukaan Tabungan Rencana Pendidikan Ib dapat dilakukan dengan setoran awal minimal cukup Rp.100.000 tanpa batas maksimum dengan jangka waktu 6-216 bulan.

c) Tabungan Investasya iB

Tabungan Investasya Ib yakni tabungan yang ditujukan untuk nasabah perorangan maupun non perorangan yang menggunakan akad mudharabah dengan system bagi hasil yang lebih tinggi, serta memiliki nilai investasi berpotensi naik atau turun mengikuti pergerakan pergerakan profit Bank.

d) Tabungan Haji iB

Tabungan Baji Ib yaitu tabungan dengan akad mudharabah mutlaqah yang di tujuan kepada nasabah perorangan yang ingin merencanakan ibadah haji, selain itu juga bisa membuat tabungan rencana haji untuk anak.⁵¹

e) Tabungan Umrah Plus iB

Tabungan Umrah Plus iB memudahkan langkah ke tanah suci. Tabungan Umrah Plus iB adalah simpanan terencana sesuai syariah yang memudahkan nasabah mempersiapkan biaya perjalanan umrah dengan berbagai keunggulan dan manfaat. Beberapa keunggulan tabungan ini adalah nisbah yang menarik, perlindungan simpanan selama masa menabung, dan perlindungan asuransi selama perjalanan umrah, termasuk baggage loss.

⁵¹ Syarifah Raudhatul Jannah, *Analisis Kinerja Keuangan PT. Bank Mega Syariah Sebelum dan Sesudah Pandemi COVID-19* (Banda Aceh: 2022), 57-58

f) Fleksi iB

Fleksi iB simpanan fleksibel sesuai syariah. simpanan dengan konsep syariah titipan (Wadi'ah) yang dapat anda manfaatkan untuk berinvestasi dalam waktu yang lebih leluasa.

g) Giro Utama iB

Giro Utama iB Rekening Koran Wadi'ah. Merupakan rekening Koran dengan akad wadiah yang dapat dibuka baik dalam mta uang Rupiah maupun Dollar, dan memungkinkan nasabah untuk mengelola dana dengan nyaman sesuai kebutuhan melalui produk ini. Nasabah dapat menyimpan dana sesuai syariah dan khusus untuk rekening dengan mata uang rupiah mendapatkan kemudahan bertransaksi melalui cek dan bilyet giro.

h) Deposito Plus iB

Deposito Plus iB yang dapat dibuka dengan mata uang Rupiah maupun Dollar yang dikelola sesuai syariah. deposito Plus ib merupakan simpanan berjangka dengan akad mudharabah yang tidak sekedar memberikan bagi hasil relative tinggi, tetapi juga dapat dijadikan fasilitas jaminan untuk kebutuhan pembiayaan.⁵²

2) Produk Pembiayaan (*Financing Product*)

a) Pembiayaan Griya Berkah iB

Pembiayaan Griya Berkah iB adalah pembiayaan jenis property yang diajukan untuk nasabah perorangan trhadap kepemilikan rumah, ruman susun, rukan atau ruko. Selaim itu pembiayaan ini juga dapat diberikan untuk renovasi,

⁵² Anggi Sulaiman, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadi'ah Bank Mega Syariah*, (Jakarta: 2011), 48-49

konstruksi dan refinancing property. Akad yang digunakan dalam pembiayaan ini diantaranya yaitu akad murabahah, musyarakah mutanaqisah dan Ijarah Muntahiy Bi Tamlik.

b) Pembiayaan IMBT iB

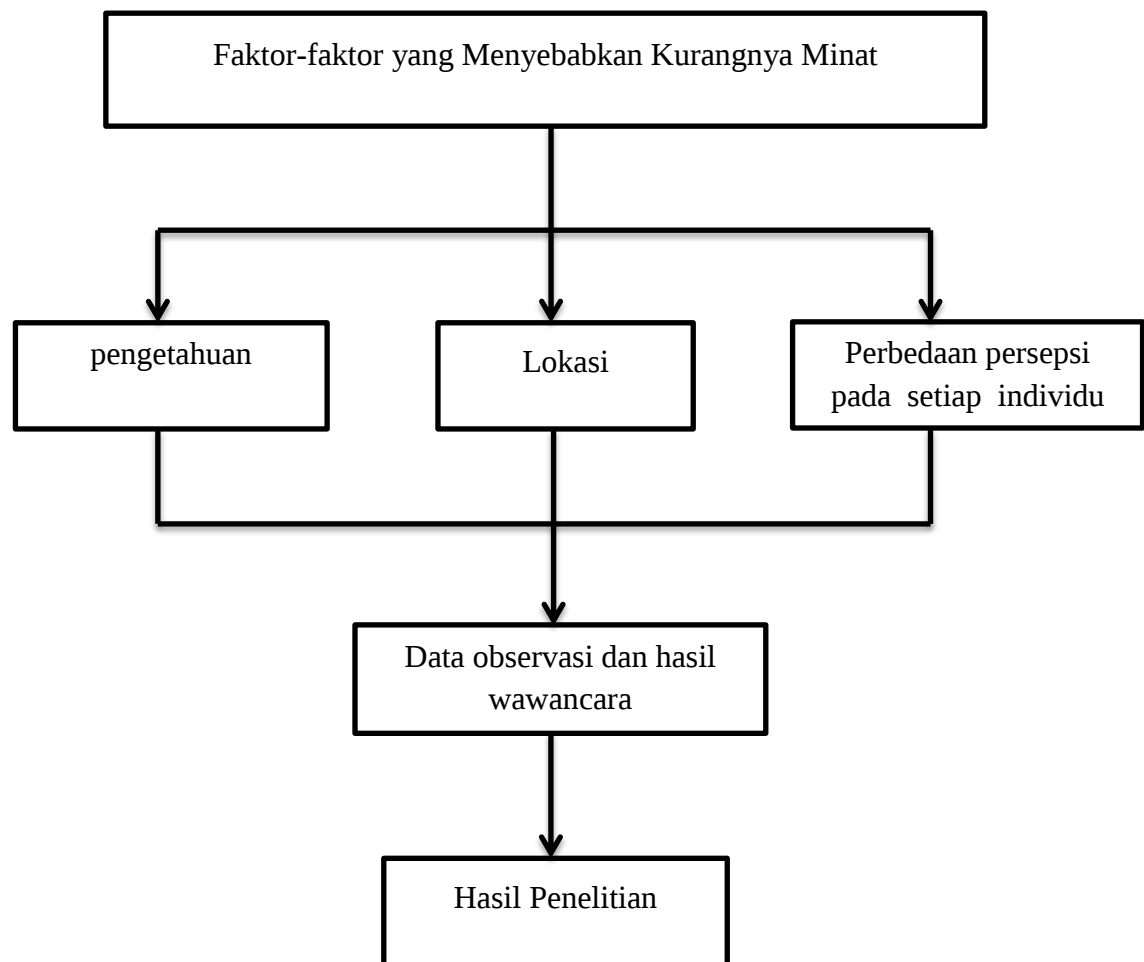
Pembiayaan IMBT ib merupakan pembiayaan jenis investasi yang menggunakan akad ijarah muntahiyah bit tamlik atau IMBT. Objek yang akan dibiayai adalah barang yang bergerak baik pengadaan barang langsung atau yang didahului dengan over dari LKK/LKS dan refinancing.

c) SM Capital iB

SM Capital iB atau pembiayaan modal kerja merupakan pembiayaan yang diajukan kepada nasabah dalam hal pemberian tambahan dana berupa modal kerja usaha baik untuk penyediaan usaha maupun untuk menutupi piutang usaha. Ada dua pola pembiayaan, yaitu pola pembiayaan langsung dan pola pembiayaan kerja sama dengan menggunakan skema channel, eksekutif, atau joint financing.

C. Kerangka Pemikiran

Gambar 1.1
Kerangka Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Desain Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Adapun pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan Deskriptif Kualitatif diharapkan mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan atau perilaku yang diamati di lapangan.⁵³ Pada penelitian yang penulis lakukan saat ini adalah menggunakan pendekatan Kualitatif (*Research*) yang dimana peneliti mendapatkan sebuah informasi berupa data-data yang valid dari hasil wawancara di lapangan terkait dengan inti permasalahan yaitu faktor-faktor yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat menggunakan tabungan berkah utaman di Bank Mega Syariah (studi masyarakat Kelurahan Kamonji).

2. Desain penelitian

Sesuai dengan masalah pokok yang menjadi fokus penelitian Kualitatif, penelitian yang dilakukan ini termasuk jenis penelitian lapangan (*Field Research*). Dengan tahapan menentukan daerah penelitian, serta populasi dan sampelnya. Sifat penelitian ini adalah Deskriptif yaitu suatu bentuk metode penelitian yang mengikuti proses pengumpulan data, penulisan dan penjelasan atas data dan setelah itu dilakukan analisis. Selain itu Deskriptif Kualitatif yaitu menganalisa data yang bersifat penjelasan atau penguraian data dan informasi yang kemudian dikaitkan dengan teori dan konsep-konsep yang mendukung pembahasan yang

⁵³ Wiratna Sujarwani, *Metodologi Penelitian lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), 87

relevan dimana penjelasan ini menggunakan metode Kualitatif kemudian diperoleh kesimpulan dari permasalahan penelitian ini.

Menurut Bodagan dan Taylor sebagaimana dikutip Lexy J. Moleong, mendefinisikan metodologi Kualitatif sebagai “prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati”.⁵⁴ Dengan demikian bahwa penelitian dengan menggunakan pendekatan Kualitatif adalah penelitian deskriptif berupa ucapan kata-kata tertulis atau lisan yang didapatkan dari orang-orang atau perilaku yang diamati.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Kelurahan Kamonji kecamatan Palu Barat kota Palu. Alasan peneliti memilih lokasi tersebut karena di tempat tersebut penduduknya rata-rata mayoritas Islam, padat penduduk dan dekat dengan akses lembaga keuangan Bank Syariah.

C. Kehadiran peneliti

Kehadiran peneliti dalam hal ini sangatlah penting dan utam, sebagaimana yang dikatakan oleh Moleong dalam Penelitian Kualitatif kehadiran peneliti sendiri atau bantuan orang lain merupakan alat pengumpul data utama.⁵⁵ Sesuai dengan penelitian kualitatif, kehadiran peneliti di lapangan sangat penting dan diperlukan secara optimal. Peneliti merupakan instrument kunci utama dalam mengungkapkan makna dan sekaligus sebagai alat pengumpul data. Karen itu peneliti juga harus terlibat dalam kehidupan orang-orang yang diteliti sampai pada

⁵⁴ Lexy J. Moleong, *Metodologi penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosad Karya, 2003), 3

⁵⁵ Moleong J. Lexy, *Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Rosadakarya, 2008), 125

tingkat keterbukaan antara kedua belah pihak. Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mengamati data yang di butuhkan.

D. Data dan Sumber Data

Data dan sumber data merupakan sebuah faktor terpenting sebuah penelitian, tanpa data dan sumber data penelitian yang dilakukan tidak akan terselesaikan. Loflaf dan Moleong, mengemukakan bahwa sumber data utama dalam penelitian Kualitatif adalah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.”⁵⁶

Sedangkan menurut S. Nasution, sumber data dalam suatu penelitian ini dikategorikan dalam dua bentuk yaitu: “data primer dan data sekunder”. Data primer yaitu: “jenis data yang diperoleh lewat pengamatan langsung di lapangan”. Sedangkan data sekunder adalah “data penunjang yang merupakan data lengkap yang diperoleh melalui literature-literatur, dokumen-dokumen, dan lain-lain, seperti statistic yang telah tersedia sebagai sumber data tambahan bagi keperluannya”.⁵⁷ Dengan demikian bahwa sumber data sangat berpengaruh terhadap penelitian yang dilakukan sebab peneliti memerlukan data-data yang relevan dan terpercaya sebagai bahan untuk menyusun sebuah penelitian di lokasi yang ingin diteliti. Sumber data yang di dapatkan dari hasil observasi dan wawancara terhadap masyarakat yang ada di lokasi penelitian.

⁵⁶ Wiratna Sujarwani, *Metodologi Penelitian lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*, (Yogyakarta: Pustaka Bru Press, 2014), 87

⁵⁷ S. Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, (Cet, IV; Jakarta: Bumi Aksara, 2004), 143

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penyusunan penelitian yaitu:

1. Observasi

Observasi adalah penelitian atau pengamatan secara langsung ke lapangan untuk mendapatkan informasi dan mengetahui permasalahan yang diteliti. Observasi menurut kenyataan yang terjadi di lapangan dapat diartikan dengan kata yang cermat dan tepat apa yang diamati, mencatatnya dan kemudian mengelolanya dan diteliti sesuai dengan cara ilmiah. Morris mendefinisikan observasi sebagai aktivitas mencatat suatu gejala dengan bantuan-bantuan instrument-instrumen dan merekamnya dengan tujuan ilmiah atau tujuan lain. Lebih lanjut dikatakan bahwa observasi merupakan kumpulan kesan tentang dunia sekitar berdasarkan semua kemampuan daya tangkap pancaindera manusia.⁵⁸

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan berhadapan muka dengan orang yang memberikan keterangan pada orang yang memberikan pertanyaan di sekitar lingkungan penelitian. Menurut Kartono, Interview (wawancara) adalah suatu percakapan atau Tanya jawab yang dilakukan seseorang secara lisan diantara dua atau lebih yang berlangsung secara

⁵⁸ Hasyim Hasanah, "*Teknik-teknik Observasi*," (sebuah alternative metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial), Jurnal at-Taqaddum, 8 No,or 1, (2016), 26

berhadapan, secara fisik, serta di arahkan kepada suatu masalah tertentu.⁵⁹ wawancara ini dilakukan kepada pihak-pihak yang terkait dengan fokus penelitian, dari penelitian yang dilakukan penulis mewawancarai masyarakat yang ada di Kelurahan Kamonji sebanyak 8 orang sebagai daftar informan.

Tabel 3.1

No	Nama	Jenis Kelamin	Pekerjaan
1	Agus	L	Jualan Campuran/Sembako
2	Algi	L	Jualan Kue basah dan kering
3	Aminudin	L	Imam Masjid jami' Al-Abrar pogego
4	Bakir	L	Sopir
5	Riska	P	Jualan sayur masak dan nasi campur
6	Herni	P	IRT
7	Khomar	P	IRT
8	Sisi	P	Jualan es milo

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah berupa data yang berbentuk gambar yang di ambil pada saat melakukan wawancara terkait dari keterangan yang di dapatkan untuk memenuhi data sebagai bahan analisis. Dokumentasi adalah suatu cara yangf digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip,

⁵⁹ Kartono, *Metodologi Penelitian*, (Cet, II; Bandung Mandar Mass, 1990), 187

tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.⁶⁰

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang akan diperoleh dari hasil wawancara, pengamatan lapangan, dan dokumentasi. Dalam mengelola data peneliti menggunakan metode Kualitatif dengan melihat aspek-aspek objek penelitian. Analisis data pada penelitian Kualitatif pada dasarnya dilakukan sejak memasuki lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Analisis data adalah pegangan bagi peneliti dalam kenyataannya analisis data Kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data dari selesai pengumpulan data.⁶¹

Adapun teknik analisis data yang penulis lakukan dalam penelitian kualitatif adalah sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Bagi peneliti yang masih baru, dalam melakukan reduksi data dapat mendiskusikan pada teman atau orang lain yang dipandang ahli. Melalui diskusi

⁶⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), 329

⁶¹ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Cet, XI: Bandung: Alfabeta, 2010), 336

itu, maka wawasan peneliti akan berkembang, sehingga dapat mendiskusikan data-data yang memiliki nilai temuan pengembangan teori yang signifikan.⁶²

2. Penyajian Data

Menampilkan data dalam penelitian Kualitatif adalah penyajian data bias dilakukan dalam bentuk uraian singkat, hubungan antar kategori. Dengan menampilkan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.⁶³ Pada proses ini peneliti berusaha menyusun data yang relevan, sehingga menjadi informasi yang dapat disimpulkan.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Langkah ketiga dalam analisis data Kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi, kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian Kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian

⁶² Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Cet, XI: Bandung: Alfabeta, 2010), 247

⁶³ Ibid, 249

Kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada dilapangan.⁶⁴

4. Analisis isi

Analisis isi adalah suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi yang dapat direplikasi (ditiru) dan shahih datanya dengan memerhatikan konteksnya (Krippendorff)⁶⁵ sedangkan pendapat lain bahwa analisis isi adalah teknik sistematis untuk menganalisis suatu pesan atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang terpilih (Rahmat Kriyantono).⁶⁶ Dari pengertian di atas bahwa analisis isi adalah suatu telknik penelitian yang dilakukan dengan cara interview kepada narasumber untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat dan valid.

Berdasarkan pendekatan yang digunakan, analisis isi dibagi menjadi dua pendekata yaitu analisis isi kuantitatif (quantitative content analysis) dan analisis isi kualitatif (qualitative content analysis). Dalam perspektif metodologi kuantitatif, analisis isi merupakan salah satu pengukuran variabel, sedangkan dalam metodologi kualitatif, analisis isi berdekatan dengan metode analisis data dan metode tafsir teks. Analisis isi yang kuantitatif lebih banyak digunakan oleh para peneliti ilmu sosial yang positivisme, sedangkan metode analisis isi yang kualitatif lebih banyak digunakan oleh mereka yang anti positivisme.

⁶⁴ Ibid, 252

⁶⁵ Krippendorff, Klaus, Content Analysis: an introduction ot its Methodology, London: SAGE Publucations, 1991

⁶⁶ Kriyantono, Rahmat, Teknik Praktis Riset Komunikasi, Jakarta: Kencana, 2006

Krippendorff menyebutkan beberapa bentuk klasifikasi dalam analisis isi, yaitu:

1. Analisis Isi Pragmatis; Di mana klasifikasi dilakukan terhadap tanda menurut sebab akibatnya yang mungkin. Misalnya, berapa kali suatu kata tertentu diucapkan yang dapat mengakibatkan munculnya sikap suka terhadap suatu produk.
2. Analisis Isi Semantik; Dilakukan untuk mengklasifikasikan tanda menurut maknanya.
3. Analisis Sarana Tanda; Dilakukan untuk mengklasifikasikan isi pesan melalui sifat psikofisik dari tanda, misalnya berapa kali kata cantik muncul, kata seks muncul.⁶⁷

G. Pengecekan Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan kredibilititas (dapat dipercaya). Peneliti menguji keabsahan data dengan menggunakan bahan referensi disini adalah adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Jadi dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan catatan atau rekaman wawancara dan foto-foto hasil observasi sebagai bahan referensi. Untuk mendapatkan data yang relevan, maka peneliti melakukan pengecekan keabsahan data hasil penelitian dengan menggunakan Triangulasi.

Triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang ada.⁶⁸ Triangulasi

⁶⁷ Krippendorff, Klaus, Content Analysis: an introduction of its Methodology, SAGE Publications, 1991:34-37

merupakan teknik pemeriksaan keabsahan yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian. Triangulasi berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda dari sumber yang sama. Peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam dan dokumen untuk data yang sama.

⁶⁸ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif Dilengkapi Dengan Contoh Proposal dan Laporan Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2005), 94

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Kelurahan Kamonji

Kelurahan Kamonji pada mulanya adalah suatu Wilayah yang lebih dikenal oleh masyarakat dengan sebutan Kampung Kamonji, sebagaimana halnya dengan Desa/Kelurahan lainnya. Istilah Kampung ini bertahan cukup lama sampai kira-kira pada tahun 1959. Nanti setelah dikenalnya istilah Desa dalam Tata Pemerintahan kita, baru masyarakat secara perlahan-lahan mulai menyebut dengan istilah Desa Kamonji.

Masyarakat yang hidup di wilayah ini cukup langgeng terbentuk dengan dasar sebagai homogenitas, walaupun pada mulanya masih dalam jumlah yang relatif kecil akan tetapi mereka telah hidup dalam suatu kelompok dan masyarakat dalam kelompok itu saling mengadakan interaksi diantara satu dengan lainnya.

Perlu diketahui sejak Kamonji masih berstatus Desa sampai dengan beralih menjadi Wilayah Kelurahan Kamonji telah dipimpin 13 (Tiga belas) Kepala Desa dan Lurah yang masing-masing.

Table 2.1
Nama Kepala Desa /Lurah Kamonji⁶⁹

NO	Nama kepala Desa/Lurah Kamonji	Masa Jabatan
1	GUTU DG.MALINDU	Tahun 1959 – 1960 (Desa)

⁶⁹Sumber : Profil Kelurahan Kamonji, 2022

2	Hi.MOH. SALEH Hi. ABD.WAHID	Tahun 1960 – 1963 (Desa)
3	DJAELANI Hi. LADEWA	Tahun 1963 – 1969 (Desa)
4	DJAMALUDDIN LATURUKA	Tahun 1969 - 1970 (Desa)
5	LASINGKA	Tahun 1970 - 1971 (Desa)
6	MAHI Hi. HUSEN	Tahun 1971 - 1991 (Desa)
7	HASANUDDIN MAHI Hi.HUSEN	Tahun 1991 - 2004
8	Drs. NASIR SALEH	Tahun 2004 - 2008
9	JUHRI Hi. AHMAD	Tahun 2008 - 2009
10	RIDWAN DG. SUTE	Tahun 2009 - 2010
11	BHAKTI MAHI Hi.HUSEN	Tahun 2010 - 2014
12	MUCHSEN ACHMAD	Tahun 2014 - 2017
13	AHLUL FITRA, SE	Tahun 2017 - 2020
14	MUHAMMAD FAHMI, SE	Tahun 2020 - 2021
15	MOHAMAD RIZAL, S.AP	Tahun 2022 - Sekarang

2. Keadaan Demografis

Penduduk di Kelurahan Kamonji sebanyak 2.462 KK, dengan jumlah penduduk 7.492 jiwa, yang terdiri dari 3,774 jiwa laki-laki dan 3.718 jiwa perempuan. Kemajuan wilayah Kelurahan Kamonji justru karena seluruh komponen penduduk di wilayah ini dapat menerima bentuk perbedaan-perbedaan yang ada, sehingga menjadikan mereka dapat bekerjasama dalam membangun perekonomian di Kelurahan Kamonji.

Tabel 2.2
Jumlah Penduduk Berdasarkan Suku/Etnis⁷⁰

Etnis/Suku	Jumlah
Kaili	3.000 orang
Bugis	5.206 orang
Lainnya	1.076 orang
TOTAL	9.282 orang

Berdasarkan tabel di atas bahwa suku yang mendiami wilayah Kelurahan Kamonji yaitu Suku Kaili yang berjumlah 3.000 orang, Suku Bugis berjumlah 5.206 orang dan suku lainnya berjumlah 1.076 orang dengan total 9.282 orang. Bisa dilihat bahwa mayoritas terbanyak yang mendiami wilayah tersebut adalah suku Bugis. Mata pencaharian masyarakat di kelurahan Kamonji sebagai pedagang dan agama yang dianut oleh masyarakat kelurahan Kamonji yaitu Islam.

Kelurahan Kamonji terletak di dataran rendah yang memiliki luas wilayah 0,85 km². Kelurahan Kamonji merupakan salah satu kelurahan yang berada di wilayah kecamatan Palu Barat, posisi kelurahan Kamonji berbatasan dengan kelurahan Lere dan kelurahan Baru di sebelah utara, Kelurahan Boyaoge disebelah Selatan Kelurahan Siranindi disebelah Timur, kelurahan Donggala Kodi dan Kelurahan Balaroa di sebelah Barat.⁷¹

⁷⁰Sumber : Profil Kelurahan Kamonji, 2022

⁷¹Iboid

3. *Lembaga Pemerintahan*

Seluruh potensi institusi dan kelembagaan masyarakat yang berkembang di Pusat Kota Palu, pada umumnya mempunyai kedudukan dan tangan panjangnya hingga ke Kelurahan Kamonji. Organisasi dan kelembagaan masyarakat bidang Kepemudaan, Pendidikan Agama, Seni Budaya, Kesehatan dan Ekonomi, yang beraktivitas di Pusat Kota juga melebarkan sayap aktivitas mereka ke Kelurahan Kamonji. Dengan begitu, Kelurahan Kamonji adalah manifestasi Kota Palu mini, dan potensinya juga menonjol. Tentu saja karena sebuah kewajiban Pemerintahan maka perangkat pemerintah sebagai sistem yang berlanjut dari pusat sampai ke Kelurahan, memungkinkan adanya perangkat Pemerintahan setingkat Kelurahan di Kamonji

Tabel 2.3

Lembaga Kemasyarakatan di Kelurahan Kamonji

No	Jenis Lembaga	Jumlah	Jumlah Anggota/Orang
1	Pkk	1	63 orang
2	Orrganisasi Pemuda	-	-
3	Karang Taruna	1	20 orang
4	Majelis Taklim	5	340 orang
5	Lpm	1	20 orang
6	Bkm	1	11 orang
7	Kms	1	5 orang

Tabel 2.4
Lembaga Ekonomi di Kelurahan Kamonji

Jenis Kelembagaan Ekonomi	Jumlah	Jumlah Anggota/Tenaga Kerja
Koperasi	-	-
Industri Makanan	5	25 orang
Industri Kerajinan	5	13 orang
Industri Pakaian	1	10 orang
Industri Meubel	5	17 orang
Usaha Perdagangan	1000	1.020 orang
Warung Makan	50	50 orang
Kios Klontong	121	121 orang
Bengkel	16	32 orang
Swalayan	2	4 orang
Percetakan/Sablon	2	4 orang
Pasar	1	3.000 orang
Total	1.208	4.296 orang

Tabel 2.5
Lembaga Pendidikan di Kelurahan Kamonji

No	Jenis Kelembagaan Pendidikan	Jumlah	Jumlah peserta Didik	Jumlah Tenaga Pengajar
1	Tk	2	270 orang	22 orang
2	SD/ sederajat	1	500 orang	12 orang
3	SLTP/ SEDERAJAT			
4	SLTA/ sederajat			
5	Perguruan Tinggi			
6	Lembaga pendidikan agama			
	TOTAL	3	770 orang	34 orang

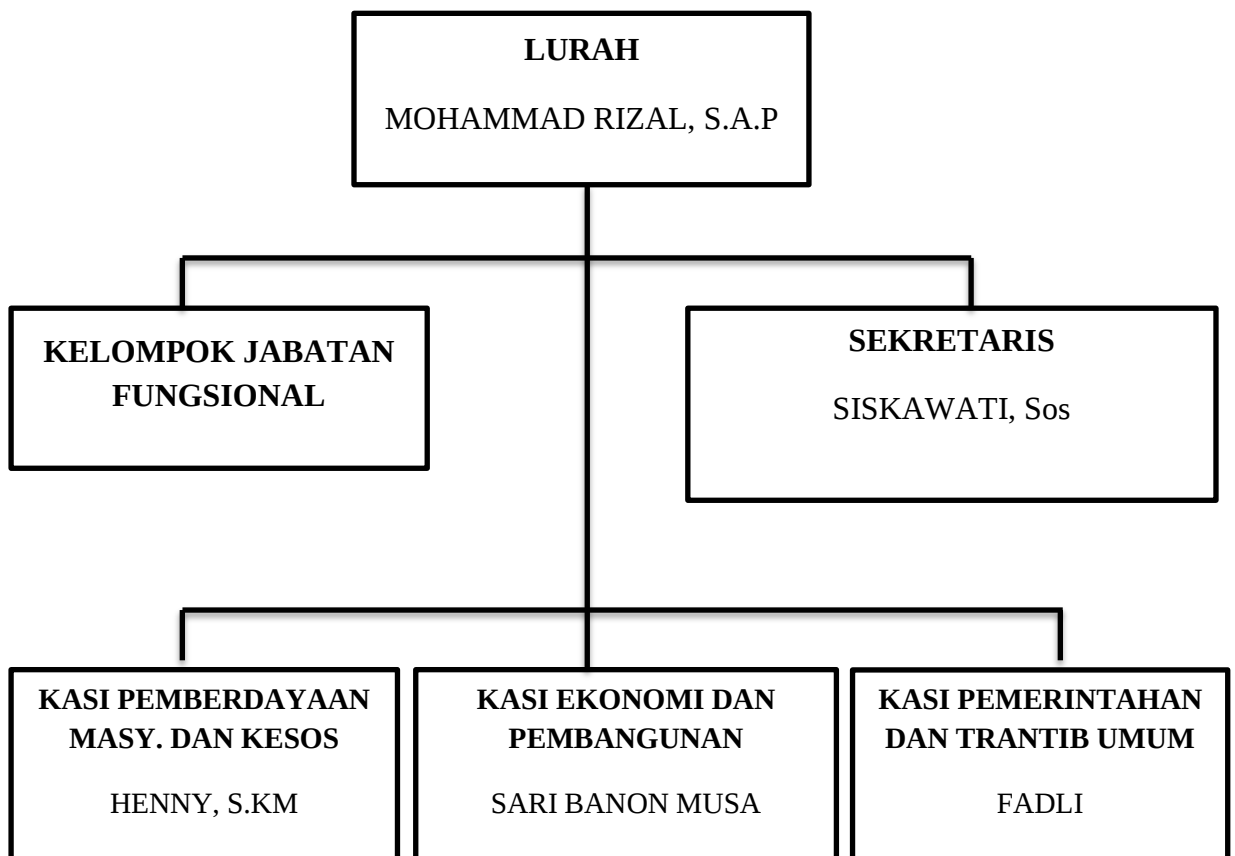
Dari tabel di atas dapat diuraikan bahwa lembaga pendidikan di Kelurahan Kamonji hanya terdapat jenis kelembagaan seperti TK dengan jumlah fasilitas 2 bangunan, dengan jumlah peserta didik sebanyak 270 orang dan jumlah tenaga pengajar sebanyak 22 orang. SD/ sederajat hanya ada 1 bangunan, dengan jumlah peserta didik sebanyak 500 orang, dan jumlah tenaga pengajar 12 orang.

Dengan demikian bahwa di lembaga pendidikan yang ada di Kelurahan Kamonji masih sangat minim akan fasilitas penunjang untuk lembaga pendidikan dan perlu ditingkatkan dan dikembangkan lagi agar anak-anak dapat merasa nyaman dengan fasilitas lembaga pendidikan yang memadai sebagai penunjang belajar mengajar pada setiap anak-anak yang menempuh pendidikan.

Daftar Gambar 1.2

STRUKTUR ORGANISASI DAN TATA KERJA PEMERINTAHAN

KELURAHAN KAMONJI



B. Faktor-faktor yang Menyebabkan Kurangnya Minat Masyarakat Menggunakan Produk Tabungan Berkah Utama di Bank Mega Syariah

1. Faktor Pengetahuan

Pengetahuan secara *Terminologi* dikemukakan beberapa definisi pengetahuan. Pengetahuan adalah hasil dari aktifitas mengetahui, yang tersingkapkan suatu kenyataan kedalam jiwa hingga tidak ada keraguan terhadapnya.⁷²

Dengan perkembangan teknologi yang serba canggih saat ini tidak menjamin bahwa orang yang masih dalam pemikiran yang awam dapat beralih produk yang mereka percayai dan sudah bertahun tahun menggunakannya, masyarakat masih yakin dan percaya terhadap tabungan yang mereka gunakan saat ini yaitu produk tabungan Bank Konvensional di antaranya Bank BRI, BNI, MANDIRI dan lain sebagainya.

Sedangkan pada produk tabungan yang berbasis Syariah seperti Bank Muamalat, Bank BSI, Bank Mega Syarih masih sangat minim yang menggunakan produk tabungan tersebut, karena mereka berfikir bank semuanya sama dan yang membedakan nama saja. Kemudian sebab lain masyarakat tidak menggunakan layanan bank syariah khususnya pada lembaga keuangan Bank Mega syariah dikarenakan masyarakat tidak mengetahui dan masih fokus dan percaya pada Bank Konvensional yang mereka gunakan saat ini, berdasarkan hasil wawancara kepada pak Agus, beliau mengatakan:

“Untuk sekarang belum mau menggunakan produk tabungan yang lainnya dan masih tetap menggunakan tabungan yang sekarang, dan saya tidak

⁷² Amsal Bakthiar, *Filsafat Ilmu*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010), 85

mengetahuinya dan saya baru tahu sekarang yang namanya Bank Mega Syariah.”⁷³

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa pak Agus tidak berminat menggunakan produk bank Syariah khususnya pada bank Mega Syariah karena belum mengetahui dan masih tetap menggunakan tabungan yang sekarang yaitu Bank BRI dan Bank MANDIRI. Dengan demikian pengetahuan sebagian besar dapat mempengaruhi seseorang untuk memilih atau menentukan produk barang atau jasa yang mereka gunakan. Hal yang serupa juga telah di sampaikan oleh saudara Algi, mengatakan bahwa bahwa:

“alasan saya tidak menggunakan produk Bank Mega Syariah karena saya tidak mengetahui dan itupun saya baru mengetahuinya sekarang, dan juga saya masi tetap memakai tabungan yang sekarang dan sudah lumayan lama juga saya menggunakan tabungan yg sekarang”.⁷⁴

Berdasarkan dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa pak Bakir tidak menggunakan produk bank Syariah khususnya pada Bank Mega Syariah karena masih fokus pada tabungan yang di gunakan saat ini. Penulis dapat simpulkan dari hasil wawancara kedua informan diatas faktor yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat menggunakan produk tabungan berkah utama di Bank Mega Syarriah yaitu faktor pengetahuan yang masih kurang terhadap produk tabungan Bank Mega Syariah. Hal yang serupa juga di sampaikan oleh saudari Siti bahwa:

“alasan saya tidak menggunakan Bank itu karena saya saja baru tahu yang namanya bank Mega Syariah yang seperti kita bilang, dan untuk sekarang ini saya juga belum mau buka rekening tabungan yang lain.”⁷⁵

⁷³ Pak Agus, jualan campuran, Kelurahan Kamonji, wawanca oleh penulis, 15 januari 2024, 10:15.

⁷⁴ Saudara Algi, masyarakat kelurahan Kamonji, wawancara oleh penulis, 16 januari 2024, 09:15.

⁷⁵ Saudari Sisi, masyarakat Kelurahan Kamonji, wawancara, 21 januari 2024, 09:44

Berdasarkan dari hasil wawancara tersebut bahwa faktor alasan seseorang tidak berminat untuk menggunakan produk bank Mega Syariah karena masih minimnya pengetahuan masyarakat tentang bank Mega Syariah. sebab dengan ketidaktahuan masyarakat tersebut sehingga mereka belum mau menggunakan atau membuka tabungan yang baru, dan masih tetap pada produk tabungan yang mereka gunakan dari dulu sampai saat ini.

2. Faktor Lokasi

Lokasi juga merupakan keputusan yang paling penting dalam suatu usaha yang bertujuan untuk menarik minat pelanggan agar datang ketempat tersebut dengan dalam pemenuhan kebutuhan. Lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi yang tepat dalam mendirikan suatu usaha adalah salah satu hal yang sangat menentukan keuntungan bagi perusahaan, pengusaha akan selalu mencari lokasi yang strategis yang mudah dilihat dan dijangkau oleh nasabah.

Lokasi yang tepat adalah di tempat dengan potensi pasar yang besar. Fenomena global mengharuskan perbankan untuk melakukan pembaharuan strategi salah satunya yaitu dengan strategi penentuan lokasi usaha yang tepat, sebab keberhasilan dalam penentuan suatu usaha yang tepat akan meningkatkan operasional bisnis.⁷⁶ Sebagaimana hasil wawancara yang dilakukan kepada saudara Riska selaku masyarakat yang ada di Kelurahan Kamonji mengatakan bahawa:

“Alasan saya tidak menggunakan produk tabungan Bank Mega Syariah karena lokasi yang lumayan jauh dari tempat tinggal saya disini, dan juga

⁷⁶ Moch. Darsyah Sinungan, *manajemen Dana Bank*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), 76

alasan lainnya fasilitas kantor banknya yang masih minim sekali di kota palu dan masih berfikir lagi kalau mau buka tabungan lain”.⁷⁷

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa faktor yang menyebabkan saudara Riska tidak menggunakan produk tabungan Bank Mega Syariah karena lokasinya lumayan jauh dari tempat tinggal selain itu juga fasilitas layanan atau kantor bank nya hanya ada satu saja dan masih kurang, sehingga saudara Riska masih berfikir untuk mau menggunakan produk tersebut. Selain itu juga hal yang serupa disampaikan oleh pak Aminudin sebagai Imam Masjid Jami’ Al-Abrar bahwa:

“Alasan saya tidak menggunakan produk Bank Mega Syariah karena lokasi bank nya yang lumayan jauh dari tempat saya tinggal, itu yang membuat saya berfikir kalau ada kendala atau masalah pada tabungan yang saya gunakan harus pergi ke kantornya yang jaraknya lumayan jauh dan berada di seberang kec. Palu Barat”.⁷⁸

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa salah satu masyarakat kelurahan Kamonji tidak berminat menggunakan produk tabungan Bank Mega Syariah karena tempat tinggal dan lokasi kantor bank Mega Syariah lumayan jauh dari rumah mereka sehingga belum mau menggunakan produk tersebut. Bahwa lokasi tersebut sangat berpengaruh dan penting bagi seseorang untuk melakukan transaksi pada lembaga keuangan bank syariah khususnya pada bank Mega Syariah. Masih dengan pendapat yang sama dari pak Bakir selaku masyarakat Kelurahan Kamonji mengatakan bahwa:

“Alasan saya tidak berminat dan menggunakan bank Syariah Khususnya pada bank Mega Syariah yang adik sampaikan karena lokasi yang tidak mendukung dengan tempat saya tinggal dan tempat bank Mega Syariah itu lumayan jauh dari sini, dan saya masih fokus dengan produk tabungan

⁷⁷ Saudari Riska, masyarakat Kelurahan Kamonji, wawancara, 16 januari 2024, 09:50

⁷⁸ pak Aminudin, masyarakat Kelurahan Kamonji, wawancara 16 januari 2024, 10:20

yang sekarang saja yang sudah hampir kurang lebih 4 tahun saya gunakan.”⁷⁹

Berdasarkan dari hasil wawancara bersama salah satu masyarakat yang ada di Kelurahan Kamonji dapat disimpulkan bahwa faktor penyebab alasan masyarakat tidak atau belum menggunakan produk bank syariah khususnya Pada Bank Mega Syariah karena faktor lokasi yang lumayan jauh dari lokasi yang mereka tinggali. Sehingga beberapa masyarakat masih tetap dan fokus pada tabungan yang mereka gunakan saat ini.

3. Faktor Minimnya Sarana Layanan

Sebagai calon nasabah yang ketika ingin menggunakan sebuah produk tabungan di bank pastinya konsumen memilih layanan kantor yang dekat dengan tempat tinggal mereka agar mudah dijangkau pada saat terjadi hal yang tidak diinginkan pada rekening atau pun atm jika terjadi masalah. Minimnya sarana layanan dari lembaga keuangan bank Mega Syariah sehingga menyebabkan kurangnya minat masyarakat menggunakan produk tabungan yang ada di bank Mega Syariah, sebagaimana yang telah di sampaikan oleh saudari Riska dari wawancara sebelumnya bahwa:

“Alasan saya tidak menggunakan produk dari bank Mega Syariah karena fasilitas kantor bank nya yang masih minim sekali di kota palu dan saya masih berfikir lagi untuk membuka rekening tabungan yang baru”⁸⁰

Dari wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa salah satu faktor yang menyebabkan saudari Riska tidak menggunakan produk tabungan di bank Mega

⁷⁹ Pak Bakir, masyarakat Kelurahan Kamonji, wawancara, 16 januari 2024, 11:03

⁸⁰ Saudari Riska, masyarakat Kelurahan Kamonji, wawancara, 16 januari 2024, 09:50

Syariah dikarenakan fasilitas sarana layanan nya yang masih sangat minim, selain itu hal yang serupa juga di sampaikan oleh bapak Aminudin mengatakan bahwa:

“Alasan saya tidak menggunakan produk tabungan di bank Mega Syariah kantor bank nya yang lumayan jauh dari tempat saya tinggal yang berada di seberang Kec. Palu barat”⁸¹

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa faktor penyebab masyarakat kurang berminat menggunakan produk tabungan di bank Mega Syariah karena sarana layanan yang masih minim, fasilitas kantor hanya ada satu di kota Palu sehingga masyarakat masih berfikir untuk membuka tabungan baru jika ada kendala atau masalah mereka harus pergi ke kantor bank lagi yang lumayan jauh dari tempat tinggal mereka.

4. Perbedaan Persepsi Pada Setiap Individu

Persepsi adalah proses yang dipakai individu mengelola dan menafsirkan kesan yang ditangkap indra seseorang dalam rangka memberikan makna kepada sesuatu obyek (lingkungan, orang, benda, dan lain sebagainya). Namun seringkali apa yang dipersepsikan seseorang dapat berbeda dari kenyataan yang obyektif. Persepsi juga dilihat sebagai cara pandang yang timbul karena adanya respon terhadap stimulus. Stimulus yang diterima seseorang sangat kompleks, stimulus masuk kedalam otak, kemudian diartikan, ditafsirkan, serta diberi makna melalui proses yang rumit baru kemudian dihasilkan persepsi dan diinterpretasikan dan menghasilkan suatu kesan yang baru.⁸²

⁸¹ pak Aminudin, masyarakat Kelurahan Kamonji, wawancara 16 januari 2024, 10:20

⁸² Kridawati Sadhana, Sosialisasi dan Persepsi Bank Syari'ah (Kajian Kebijakan Enkulturasasi Nilai-Nilai Bank Syari'ah Dalam Masyarakat), (Jurnal Keuangan dan Perbankan, Vol.16, No.3 September 2012), diakses pada hari minggu tanggal 4 januarri 2024

Dari penjelasan diatas sebagaimana yang disampaikan oleh ibu Khomar selaku masyarakat yang ada di Kelurahan kamonji bahwa:

“Alasan saya belum mau menggunakan tabungan lainnya seperti di Bank Mega Syariah karena sejak dulu dan sampai sekarng masih pakai bank BRI, dan juga karena pendapatan atau modal belum memadai untuk membuat tabungan yang baru seperti produk tabungan yang adik maksud.”⁸³

Berdasarkan dari hasil wawancara bersama ibu Khomar selaku masyarakat di Kelurahan kamonji alasan tidak berminat menggunakan produk Tabungan Bank Mega Syariah karena sudah lama menggunakan produk tabungan yang dulu sampai sekarang. Tentunya faktor ini dapat mempengaruhi masyarakat untuk tidak menggunakan atau berminat sebab konsumen mau menabung di sebuah lembaga keuangan yang lainnya dikarenakan mereka sudah yakin dan percaya pada tabungan yang mereka gunakan dan tentunya sudah cukup lama menggunakannya sehingga belum ada keinginan untuk membuka tabungan baru lagi. Kemudian dengan pendapat yang sama di sampaikan oleh saudari Algi bahwa:

“alasan saya tidak menggunakan produk Bank Mega Syariah karena saya masih menggunakan tabungan BRI dan sudah cukup lama, dan belum pake tabungan lainnya karena lebih mudah di BRI fasilitas ATM nya ada di,mana mana.”⁸⁴

Berdasarkan dari hasil wawancara deengan saudari Algi bahwa faktor yang menyebabkan kurang berminat menggunakan tabungan di bank Syariah khususnya pada bank Mega Syariah karena dia tidak mengetahui bank tersebut dan sudah cukup lama menggunakan produk tabungan yang digunakan sekarang. Pada

⁸³ Ibu Khomar, Masyarakat Kelurahan Kamonji, wawancara, Palu, 17 Januari 2024, 09:45

⁸⁴ Herni , Masyarakat Kelurahan Kamonji, wawancara, Palu 18 januari 2024, 10:58

dasarnya persepsi seseorang sangatlah mempengaruhi seseorang untuk tidak berminat menggunakan tabungan lainnya khususnya pada bank Mega Syariah.

C. Pembahasan

Berdasarkan dari hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa faktor faktor yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat menggunakan produk tabungan berkah utama di bank Mega Syariah, karena 3 faktor di antaranya :

1. Faktor pengetahuan

Faktor pengetahuan merupakan salah satu alasan masyarakat tidak menggunakan atau berminat pada produk tabungan yang ada di bank syariah khususnya pada bank Mega Syariah karena pengetahuan masyarakat tentang bank Mega Syariah yang sangat minim sekali. Bahwa dengan adanya promosi dan sosialisasi yang dilakukan oleh pihak bank Mega Syariah bisa saja dapat mempengaruhi perilaku masyarakat yang ada di Kelurahan Kamonji Kec. Palu barat Kota Palu agar masyarakat bisa tahu dan memahami seperti apa lembaga keuangan pada bank Mega Syarih itu sendiri. Bahkan bisa menjadi peluang bagi bank Mega Syariah kota palu lebih di kenal lagi oleh masyarakat kota Palu khususnya masyarakat yang ada di Kelurahan Kamonji.

2. Faktor Lokasi

Faktor selanjutnya yang menjadi salah satu alasan yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat menggunakan produk tabungan di bank Mega Syariah yaitu faktor lokasi. Lokasi masyarakat yang ada di Kelurahan Kamonji terhadap fasilitas bank Mega Syariah yang lumayan jauh dari tempat tinggal masyarakat, sehingga menyulitkan bagi masyarakat atau nasabah jika ingin

melakukan transaksi di bank Mega Syariah. Penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Semakin jauh rumah masyarakat dengan kantor unit/cabang dari bank syariah hal ini dapat mempengaruhi kurangnya minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah.

3. Faktor Minimnya Sarana Layanan

Selanjutnya faktor minimnya sarana layanan dari pihak bank yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat menggunakan produk tabungan di bank Mega Syariah. Bahwa dengan adanya sarana layanan yang dibuat diberbagai lokasi di kota Palu dari pihak bank Mega Syariah memungkinkan masyarakat khususnya pada masyarakat yang ada di Kelurahan Kamonji Kecamatan Palu barat dapat memudahkan mereka dalam menggunakan sarana layanan terdekat tanpa harus pergi ke kantor cabang yang ada di jalan Jenderal Sudirman kota Palu untuk melakukan sebuah transaksi seperti transfer uang, tarik tunai, setor tunai dan lain sebagainya. Tentunya dengan adanya sarana layanan tersebut memberikan peluang bagi pihak bank Mega Syariah terus berkontribusi dalam pencapaian target calon nasabah yang lebih banyak lagi sehingga bank Mega Syariah lebih maju dan berkembang.

4. Faktor Perbedaan Persepsi Pada Setiap Individu

Selanjutnya faktor yang menjadi salah satu alasan yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat menggunakan produk tabungan di bank Mega Syariah yaitu faktor perbedaan persepsi pada setiap individu. Persepsi merupakan

proses atau tindakan yang menghasilkan pandangan yang selaras dari informasi yang didapatkan dari lingkungan dan mampu menghasilkan reaksi atau tindakan yang berbeda-beda dari setiap orang. Setiap orang memiliki persepsi yang berbeda-beda, begitupun dalam memilih menggunakan tabungan yang mereka inginkan. Perbedaan pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki individu juga akan menimbulkan perbedaan seseorang dalam melakukan persepsi. Perbedaan persepsi pada setiap individu merupakan suatu hal yang sangat wajar karena setiap orang memiliki persepsi yang berbeda dengan orang lain. Seperti halnya yang sudah dijelaskan diatas dari hasil wawancara bahwa masyarakat yang ada di Kelurahan Kamonji sebagian orang menggunakan tabungan bank syariah Dan tabungan bank Konvensional. Hal tersebut terjadi karena adanya perbedaan persepsi pada setiap individu, perbedaan ini bisa dipengaruhi oleh pengalaman hidupnya, pandangan serta faktor-faktor lainnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang penulis lakukan kepada masyarakat yang ada di Kelurahan Kamonji kota palu yang telah di susun dengan hasil pembahasan dengan kesimpulan bahwa faktor faktor yang menyuebabkan kurangnya minat masyarakat menggunakan produk tabungan berkah utama di bank Mega Syariah Kc Palu di sebabkan oleh tiga faktor yakni faktor pengetahuan, faktor Lokasi dan faktor perbedaan persepsi pada setiap individu.

Pengetahuan mansyarakat akan perbankan syariah khususnya pada bank Mega Syariah masih sangat kurang, kemudian lokasi kantor cabang pada bank Mega Syariah dari tempat tinggal masyarakat sedikit berjauhan dan tidak memiliki fasilitas atm yang memadai di dekat lokasi masyarakat tinggal, serta perbedaan persepsi pada setiap individu terhadap produk tabungan yang masyarakat gunakan dari sejak dulu hingga saat ini. Sehingga hal tersebut yang menjadi faktor penyebab masyarakat kurang berminat pada produk tabungan di bank Mega Syariah.

B. Implementasi Penelitian

1. Bagi Masyarakat untuk lebih meningkatkan pengetahuan akan lemabaga-lembaga keuangan khusus ya pada lembaga bank Mega Syariah sehingga dapat lebih memahami dan tidak fokus pada satu produk tabungan saja.
2. Bagi pihak bank Mega Syariah lebih maksimal lagi dalam meningkatkan kualiiitas layanan, memberikan pemahaman terhadap konsumen dengan

cara sosialisasi dan memperkenalkan jasa layanan pada masyarakat yang ada. Kemudian dapat memperluas jaringan dengan menambah fasilitas layanan kantor cabang dan ATM di berbagai lokasi agar masyarakat lebih mudah dalam bertransaksi.

3. Bagi penulis menyadari bahwa masih banyak sekali kekurangan dalam penyusunan penelitian yang dilakukan dari segi teknik penulisan, referensi dan hingga pada data data yang ada di lapangan. Kiranya penulis harap kiranya dapat dimaklumi.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmat, Z., 2010. Theory of Planned Behavior, Masihkah Relevan. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Afriadi, M. Khariska. *Analisis Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah*, (studi masyarakat komplek perumahan Kel. Kandang Mas kec. Kampung Melayu Kota Bengkulu) Bengkulu: 2016
- Ajzen, I., 1991. The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Volume 50, pp.
- Al Arif, M. Nur Rianto *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015)
- Bahtiar, Dhuha Hanif. “*Pengaruh Attitud Toward Using Subjective Norm Dan Perceived Behavioral Control Terhadap Minat Penggunaan Dompot Digital Studi Kasus Mahasiswa Iain Purwokerto*”. <https://eprints.uinsaizu.ac.id>, 22 januari 2022
- Bakhtiar, Amsal. *Filsafat Ilmu*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010
- Daniati, Nia “Faktor Penghambat Minat Masyarakat Betungan Mengajukan Pembiayaan Pada Bank Syariah”, Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2018
- Darmadi, *Pengembangan Model dan Metode Pembelajaran dalam Dinamika Belajar Siswa*, Yogyakarta: Deepublish, 2007
- Dini Kristianty Wardani, *Psikologi Pendidikan Islam*, Cirebon: Confident 2016
- Eman, Gusmail. Jurnal: “Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah”, Vol. 3 No. 5, 2017
- Ferdinand, Agusti *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006
- Ghafur Anshori Albdu, *Pembentuk Bank Syari’ah Melalui Akuisisi dan Komersi*, Yogyakarta: UII Press, 2010

- Handoko, dan Swastha. *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Produk Tabungan Perbankan*”, Solo: PT. Aksara Solopos, 2000
- Hartomo, Ilmu Sosial Dasar, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008
- Hasanah, Hasyim. “*Teknik-teknik Observasi*,” (sebuah alternative metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial), Jurnal at-Taqaddum, 8 No,or 1, 2016
- Hendratmoko, Maulana. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Tidak Menggunakan Bank Syariah Di Yogyakarta*, (Study Kasus Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia) Jakarta: 2012
<https://scholar.google.com> 11 juli 2023
- <https://lifepal.co.id/media/bank-mega-syariah/> produk bank mega syariah, di akses (4 september 2023) 19:26 WIB
- <https://lifepal.co.id/media/bank-mega-syariah/> di akses pada 17 Juli 2023 pukul 19:56 WIB.
- Ismail, Perbankan Syari’ah, Kencana : PRENADA MEDIA, 2011
- Jannah, Syarifah Raudhatul *Analisis Kinerja Keuangan PT. Bank Mega Syariah Sebelum dan Sesudah Pandemi COVID-19* Banda Aceh: 2022
- Jogiyanto, H., 2008. Sistem Informasi Keperilakuan Edisi Revisi. Yogyakarta: Penerbit Andi 2008
- Junaidi, “*Persepsi Masyarakat Untuk Memilih Bank Syariah*” Skripsi Tidak ditrbitkan, Jurusan Perbankan Syariah, IAIN Palopo, 2017
- Kartono, *Metodologi Penelitian*, Cet, II; Bandung Mandar Mass, 1990
- Kasmir. S.E., M.M., *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2005
- Klaus, Krippendorff. Content Analysis: an introduction ot its Methodology, London: SAGE Publucations, 1991
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, “*Manajemen Pemasaran*” terjm. Bob Sabran Jilid 1 edisi 1, Jakarta: Erlangga, 2008
- Krippendorff, Klaus, Content Analysis: an introduction ot its Methodology, SAGE Publucations, 1991

- Kurniati, “*Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam*,” Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia Vol. 6 No. 1, 2016
- Lestari, Dian. *Analisis Faktot Penyebab Rendahnya Minat Masyarakat Memilih Produk Pembiayaan Di Bank Syarriah* (Studi Kasus Masyarakat Desa Kuripan Selatan Kec. Kuripan Lombok Barat), Mataram: 20021, file://c:users/windows/documents/folder referensi/Dian Lestari pdf. diakses 14 Agustus 2023
- Majid, Arlen Astrioawan. *Analisi Perbandingan Minat MAsyarakat Terhadap Bank Syariah dan Bank Konvensional* (Studi Kasus: Pada Masyarakat Nagari kapalo Hilalang, Kecamatan 2x11Kayutanam, Kabupaten Padang Pariaman) (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.) Bukuttinggi: 2021 <https://scholar.google.com> 11 juli 2023
- Mappiare, Andi. *Psikologi Orang DewasaBagi Penyesuaian dan Pendidikan*, Surabaya: Usana Offiset Printing, 1994
- Moleong, Lexy J. *Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Rosadakarya, 2008
- _____. *Metodologi penelitian Kualiiitatif*, Bandung: Remaja Rosad Karya, 2003
- Nasution Mislal Hayati. 2012, *factor-faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking*” Jurnal Nisbah (1):Bogor:2015
- Nawawi, Ismail. *Perilau Administrasi, Paradigma, Konsep, Teori dan Pengantar Peraktek*, Surabaya: ITS Press, 2007
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia* jakarta: Pusat Bahasa, 2008
- Putri, Devia Galuh. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Pensiun Di Bank Syari’ah Mandiri Kantor Cabang (KC) Curup”, (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, 2019
- Rahmat, Kriyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana, 2006
- Report, Amual. *Bank Mega Syariah*, Mega Indonesia, 2009

- Retno Ayu, Sari. *Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Menabung Di Bank Syariah*, Skripsi UIN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2016
- S. Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, Cet, IV; Jakarta: Bumi Aksara, 2004
- Setiadi, Nugroho. J. *Perilaku Konsumen* , Jakarta: Kencana Prenada Group, 2010
- Shaleh, Abdul RaChman dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (dalam Perspektif Islam)*, Jakarta: Pranada media, 2004
- Simamora, Bilson. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*”, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008
- Sinungan, Moch. Darsyah *manajemen Dana Bank*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1990
- Sitinjak, Labora dan Aprianus Umbu Kadu. Journal “*Akademi Keperawatan Husada karya jaya*”, v 2, No. 2, September 2016 ISSN 2442-501X. <http://ejurnl.husadakaryajaya.ac.id/index> di akses pada tanggal 17 juli 2023
- Slamento, *belajar dan factor-faktor yang mempengaruhi*, Jakarta: Rineka cipta, 2007
- Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2007
- _____, *Metode Penelitian Pendidikan*, Cet, XI: Bandung: Alfabeta, 2010
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif Dilengkapi Dengan Contoh Proposal dan Laporan Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2005
- Sujarwani, Wiratna. *Metodoli Penelitiian lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014
- Sulaiman, Anggi. *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadi'ah Bank Mega Syariah*, Jakarta: 2011
- Titin, Herawati. “*factor-faktor yang Mempengaruhi Non Muslim menjadi Nasabahdi Bank Syariah*” (Studi Kasus Bank Dinar BPRS Dinar Ashari). Diss. Universitas Muhammadiyah Mataram, 2021
- Undang-undang Repoblik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 1 Tentang Perbankan syariah,

Wigati, Sri “*Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam*,”Maliyah Jurnal Hukum Bisnis Islam Vol, 01 No. 01, 2011

Yuliadi, Imadudin. *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*, Yogyakarta: LPPI, 2001

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

PEDOMAN WAWANCARA

1. Apakah bapak/ibu mempunyai rekening tabungan?
2. Jenis rekening tabungan apa yang bapak/ibu gunakan?
3. Sudah berapa lama bapak/ibu menggunakannya?
4. Bagaimana menurut bapak/ibu dengan rekening tabungan yang digunakan sekarang?
5. Apakah bapak/ibu mengenal Bank Mega Syariah?
6. Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang Bank Mega Syariah?
7. Apakah bapak/ibu tertarik untuk membuka rekening tabungan di Bank Mega Syariah?
8. Apa saja faktor yang menyebabkan bapak/ibu tidak menggunakan tabungan di bank Mega Syariah?



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU

جامعة داتوكاراما الإسلامية الحكومية بالو

STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Diponegoro No.23 Palu. Telp. 0451-460798, Fax. 0451-460165.

Website : www.iainpalu.ac.id email: humas@iainpalu.ac.id

Nomor : 02 /Un.24/F.V/PP.00.9/01/2024
Sifat : Penting
Lampiran : -
Hal : Izin Penelitian

Palu, // Januari 2024

Kepada Yth.

Kepala Kantor Kelurahan Kamonji

di -

Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat disampaikan bahwa mahasiswa (i) yang tersebut di bawah ini :

Nama : Akbar
NIM : 19.5.15.0049
TTL : Jono Oge, 14 September 1999
Semester : IX (Sembilan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Alamat : Jln. Asam 2 Kelurahan Lere Kec. Palu Barat

Untuk melakukan Penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul: **"FAKTOR - FAKTOR YANG MENYEBABKAN KURANGNYA MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN BERKAH UTAMA DI BANK MEGA SYARIAH KC PALU (STUDI MASYARAKAT KELURAHAN KAMONJI)"**

Untuk maksud tersebut diharapkan kiranya kepada yang bersangkutan dapat diberikan izin untuk melakukan Penelitian di Kelurahan Kamonji Palu Barat

Demikian kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalam.

Dekan,



Dr. Sagir Mohammad Amin, M.Pd.I

NIR. 19650612 199203 1 004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU

جامعة ذاتوكاراما الإسلامية الحكومية بالو

STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Diponegoro No.23 Palu. Telp. 0451-460798, Fax. 0451-460165.
Website : www.uindatokarama.ac.id email: humas@uindatokarama.ac.id

PENGAJUAN JUDUL SKRIPSI

Nama : Akbar
TTL : Jono dg. 19 September 1999
Jurusan : Perbankan Syariah
Alamat : Jl. Aram II
NIM : 195150049
Jenis Kelamin : laki-laki
Semester : 8 (Delapan)
HP : 0812 3558 7006

Judul :

- o Judul I Strategi Pemecatan dan Pelayanan terhadap nasabah menabung di bank Syariah (Studi kasus Bank Mega Syariah Kc Palu)
- o Judul II Faktor-faktor yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat untuk menggunakan produk individu simpanan tabungan berkah utame di bank mega syariah kc palu (Studi masyarakat kelahiran kamorji)
- o Judul III faktor yang mempengaruhi non muslim menjadi nasabah di Bank Mega Syariah Kc Palu.

Palu, 05 Juli 2023
Mahasiswa,

NIM 195150049

Telah disetujui penyusunan skripsi dengan catatan :

Pembimbing I : Dr. Fatmahan, MEd.

Pembimbing II : Nurfarzila, K. Pd.
a.n. Dekan
Wakil Dekan BIDANG AKADEMIK DAN
KELEMBAGAAN,

Ketua Jurusan,

Dr. Ermawati, S.Ag., M.Ag
NIP.19770331 200312 2 002

Dr. Syaakir Sofyan, S.E.I., M.E.
NIP. 19860204 201406 1 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU

جامعة داتوكاراما الإسلامية الحكومية فالو
STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Diponegoro No.23 Palu. Telp. 0451-460798, Fax. 0451-460165.
Website : www.iainpalu.ac.id email: humas@iainpalu.ac.id

Nomor : 3576 /Un.24/F.V/PP.00.9/09/2023
Sifat : Penting
Lampiran : -
Perihal : Undangan Seminar Proposal

Kepada Yth.
Bapak/Ibu.....
di-

Assalamualaikum War. Wb.

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan akan diselenggarakannya Seminar "Proposal" bagi mahasiswa yang tersebut dibawah ini :

Nama : Akbar
NIM : 19.5.15.0049
Judul Proposal : FAKTOR -FAKTOR YANG MENYEBABKAN KURANGNYA
MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN BERKAH UTAMA
DI BANK MEGA SYARIAH KC PALU (STUDI MASYARAKAT KELURAHAN
KAMONJI)

Maka untuk maksud tersebut, dimohon kesediaan Bapak/Ibu untuk hadir pada acara dimaksud, yang Insya Allah akan dilaksanakan pada :

Hari/Tanggal : Selasa, 19/09/2023
Jam : 08.00- Selesai
Tempat : Ruang Seminar FEBI (Lt. II Gd. M)

Demikian undangan ini, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Palu, 10 September 2023



Dr. H. Hilar Matangan, M.H.I.
NIP. 199003 1 002

Catatan peserta ujian seminar proposal :

1. Berpakaian rapi hitam putih pakai kopiah (pria)
2. Berpakaian Muslimah hitam putih (wanita)

NO.	HARI/TANGGAL KONSULTASI	MATERI BIMBINGAN SKRIPSI / SARAN	TANDA TANGAN		KETERANGAN
			PEMBIMBING I	PEMBIMBING II	
1	Tgl. 8 Feb 2024	- Penulisan Sub Sub - Catatan kaki		glt	
2	Tgl. 13 Feb 2024	- Penulisan daftar referensi - Penulisan Penulisan terdapat		glt	
3	Tgl. 28 Feb 2024	- Daftar Pustaka - Hasil wawancara.		glt	
4	Tgl. 29 Feb 2024	- Penulisan Penulisan		glt	
5		Abstrak menggunakan kesimpulan dengan menggunakan hasil penelitian.			
6		tabulasi dan kesimpulan hasil wawancara dengan faktor 2 menggunakan			
7		Penulisan Sarana fasilitas layanan pd hasil dan penulisan.			
8		Daftar pustaka dituliskan dengan KIT UIN Darulman 1220			
9		Penulisan Daftar Pustaka, Penulisan bab dan tulisan.			
10					

Telah diperiksa dan disetujui

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Siti Azzahra M.F.
NIP. 19791024201612007

Muhammad Manur, S.Pd
NIP. 198709222020122002



PEMERINTAH KOTA PALU
KECAMATAN PALU BARAT
KELURAHAN KAMONJI

Alamat Jl. Datu Pamusu I No. 1 Telp. (0451) 429012 Kode pos 94223

SURAT KETERANGAN

Nomor : 474.2 / \21/ KMJ /1/2024

Yang bertanda tangan dibawah ini :

a. N a m a : MOHAMAD RIZAL, S. A.P
b. Jabatan : Lurah
c. Nip : 19681222 200003 1 004

Dengan ini menerangkan bahwa :

a. N a m a : AKBAR
b. NIM : 19.5.15.0049
c. Ttl : Jono Oge, 14 September 1999
d. Semester : IX (Sembilan)
e. Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
f. Prodi : Perbankan Syariah
g. Alamat : Jl. Asam 2 Kelurahan Lere Kec. Palu Barat

Bahwa benar yang bersangkutan telah selesai melakukan Penelitian di Kelurahan Kamonji terhitung Tanggal 12 sampai dengan 27 Januari 2024 dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul " Faktor-faktor Yang Menyebabkan Kurangnya Minat Masyarakat Menggunakan Produk Tabungan Berkah Utama DI Bank Mega Syariah KC Palu (Studi Masyarakat Kelurahan Kamonji).

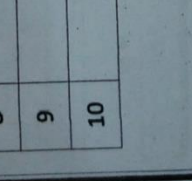
Demikian surat keterangan ini di buat untuk dipergunakan sebagaimana perlunya.



NO.	HARI/TANGGAL KONSULTASI	MATERI BIMBINGAN PROPOSAL / SARAN	TANDA TANGAN		KETERANGAN
			PEMBIMBING I	PEMBIMBING II	
1	20/07/25 Juli 2023	- Penelitian kualitatif, catatan kaki & referensi			
2	Juni 2023 / 4 Agustus 2023	- Berbasis penelitian buku & jurnal, wawancara teman			
3	Selasa 12/08/23	- Penelitian ^{Buku II} - Penelitian ^{us} ^{salah} ^{kecil}			
4		Fenomena sosial digital lebih dalam tentang ruang. Fenomena			
5		Pilih beberapa wawancara & kutipan telusuran pd observasi			
6		Alasan penelitian objek penelitian & c. ilusi			
7		Kemampuan dalam & faktor yang dasar			
8					
9					
10					

Telah diperiksa dan disetujui

Pembimbing I,


Dr. STEG. ANJ. M. I
NIP. 1979102920012027

Pembimbing II,


Nurfaizah Marwan, S.Pd, M.Pd
NIP. 198704212020122002

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN DATOKARAMA PALU

[illegible]

Mahasiswa Ybs.

NIM. 182150049

palu 28 Februari 2024

An. Dekan,
Ketua Jurusan / Sek.

Jurusan
Pertambangan Syariah

Abdul Jalil, S.F., M.M.
NIP. 198711102019031006

DOKUMENTASI

Dokumentasi wawancara bersama pak Agus, tanggal 15 januari 2024



Dokumentasi bersama saudara Algi, 16 januari 2024



Dokumentasi bersama saudari Riska, 16 januari 2024



Dokumentasi bersama bapak Aminudin, 16 januari 2024



Dokumentasi wawancara bersama Ibu Khomar, 17 januari 2024



Kantor Kelurahan Kamonji



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



i. Identitass Penulis

Nama : Akbar
Tempat Tanggal Lahir : Jono Oge, 14 September 1999
Jenis Kelamin : Laki - laki
Anak Ke : 5 (lima)
Agama : Islam
Alamat : Jono Oge, Kec. Sirenja, Kab. Donggala
Pendidikan :

- SDN Jono Oge
- SMP N. 2 Sirenja
- SMA N.1 Sirenja

ii. Identitas Orang Tua

1. Nama Ayah : Mahmud
Agama : Islam
Pekerjaan : Petani
Alamat : Jono Oge

2. Identitas Ibu

Nama Ibui : Wati
Agama : Islam
Pekerjaan : IRT
Alamat : Jono Oge