

**PENGARUH SOSIALISASI PERBANKAN  
SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG  
NASABAH**

**(Studi Kasus Pada PT. Bank Aceh Syariah cabang  
Lhokseumawe)**



**OLEH:**

**HIDAYATINAA, S. HI, MA  
NIP. 19800903 200912 2 003**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
LHOKSEUMAWE  
TAHUN 2018**

**PENGARUH SOSIALISASI PERBANKAN SYARIAH TERHADAP  
MINAT MENABUNG NASABAH**

**(Studi Kasus Pada PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe)**

**OLEH : HIDAYATINAA, S. HI, MA**

**NIP : 19800903 200912 2 003**

**PRODI : EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**



**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) LHOKSEUMAWE**

**TAHUN 2018**

## ABSTRAK

Banyak masyarakat yang mengenal perbankan syariah dari kulitnya, dengan anggapan bank Syariah sama dengan bank Konvensional, orang awam berpandangan bahwa menabung di Bank Syariah tidak jauh berbeda atau sama saja dengan menabung di Bank Konvensional. Anggapan ini lebih disebabkan oleh minimnya sosialisasi perbankan syariah di lingkungan masyarakat. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana bentuk sosialisasi perbankan syariah yang dilakukan dan bagaimana pengaruh sosialisasi perbankan syariah terhadap minat menabung nasabah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sosialisasi perbankan syariah yang dilakukan dan untuk mengetahui pengaruh sosialisasi perbankan syariah terhadap minat menabung nasabah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sumber data primer diperoleh secara langsung dilapangan dengan wawancara dan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe berjumlah 17.366 orang, adapun penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah 100 orang. Metode analisis data menggunakan teknik depenelitian kuantitatif, data sosialisasi di analisis langsung oleh penulis sedangkan data pengaruh sosialisasi menggunakan model regresi linear sederhana, untuk uji hipotesis menggunakan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi yang dilakukan PT. Bank Aceh Syariah sebagai bentuk informasi kepada masyarakat dalam memperkenalkan produk syariah. Sosialisasi dilakukan melalui media cetak, media elektronik, memanfaatkan media ruang publik seperti baliho, spanduk, brosur, leaflet dan catalog. Sosialisasi juga dilakukan di lembaga pendidikan maupun dalam kegiatan-kegiatan yang bersifat sosial. Kendala yang dihadapi yaitu terbatasnya pakar dan SDM ekonomi syariah dan terbatasnya dana sosialisasi. Sosialisasi perbankan syariah mempengaruhi minat menabung nasabah PT. Bank Aceh Syariah dengan hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,314 > 1,661$ ). Variabel sosialisasi menjelaskan hubungan signifikansinya sebesar 45,1% variasi minat menabung nasabah sedangkan 54,9% dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan pemasaran.

Kata Kunci : Sosialisasi Perbankan Syariah, Minat Menabung Nasabah

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                              | i    |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                                  | iii  |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                                | v    |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                               | vi   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                             | vii  |
| <b>ABSTRAK</b> .....                                     | viii |
| <br>   |      |
| <b>BAB I     PENDAHULUAN</b>                             |      |
| A. Latar Belakang .....                                  | 1    |
| B. Rumusan Masalah .....                                 | 5    |
| C. Tujuan Penelitian .....                               | 6    |
| D. Manfaat Penelitian .....                              | 6    |
| E. Definisi Operasional .....                            | 7    |
| F. Tinjauan Kepustakaan .....                            | 10   |
| <br>   |      |
| <b>BAB II    LANDASAN TEORITIS</b>                       |      |
| A. Perbankan Syariah.....                                | 13   |
| 1. Pengertian Perbankan Syariah .....                    | 13   |
| 2. Fungsi Bank Syariah .....                             | 22   |
| 3. Penggunaan Perbankan Syariah.....                     | 24   |
| 4. Prinsip Operasional Perbankan Syariah.....            | 28   |
| B. Minat Nasabah.....                                    | 30   |
| 1. Pengertian Nasabah.....                               | 30   |
| 2. Pengertian Minat Nasabah .....                        | 30   |
| 3. Faktor-faktor Minat Nasabah dalam Memilih Produk .... | 32   |
| 4. Hubungan Sosialisasi Terhadap Minat Nasabah.....      | 33   |
| C. Model Sosialisasi Perbankan Syariah .....             | 35   |
| 1. Sosialisasi .....                                     | 35   |
| 2. Peran Ulama dalam Sosialisasi .....                   | 35   |
| D. Kerangka Teoritis.....                                | 38   |
| <br>   |      |
| <b>BAB III   METODE PENELITIAN</b>                       |      |
| A. Lokasi Penelitian .....                               | 39   |
| B. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....                  | 39   |
| C. Sumber Data Penelitian.....                           | 40   |
| D. Populasi dan Sampel .....                             | 41   |
| E. Teknik Pengumpulan Data .....                         | 42   |
| F. Teknik Analisa Data .....                             | 44   |
| G. Teknik Penulisan .....                                | 49   |

|               |   |    |
|---------------|---|----|
| <b>BAB IV</b> | <b>HASIL PENELITIAN</b>   |    |
| A.            | Gambaran Umum PT. Bank Aceh Syariah Lhokseumawe ...   | 50 |
| 1.            | Sejaran Berdirinya Bank Aceh Syariah .....  | 50 |
| 2.            | Visi dan Misi .....   | 53 |
| 3.            | Konsep Operasional Bank Aceh Syariah cabang<br>Lhokseumawe .....  | 53 |
| 4.            | Struktur Organisasi .....   | 55 |
| B.            | Hasil Penelitian .....  | 56 |
| 1.            | Sosialisasi yang Dilakukan PT. Bank Aceh Syariah<br>cabang Lhokseumawe .....  | 56 |
| 2.            | Pengaruh Sosialisasi Perbankan Terhadap Minat<br>Menabung Nasabah PT. Bank Aceh Syariah cabang<br>Lhokseumawe ..... | 61 |
| C.            | Pembahasan .....  | 74 |
| <b>BAB V</b>  | <b>PENUTUP</b>  |    |
| A.            | Kesimpulan .....  | 77 |
| B.            | Saran-saran .....   | 78 |

**DAFTAR KEPUSTAKAAN**

**LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada awal dasawarsa 90-an atau tepatnya pada tahun 1992, suatu perkembangan baru terjadi dari sistem perbankan di Indonesia, yakni didirikannya sebuah bank yang menuansakan Islam atau Syariah dengan landasan operasinya berbasis pada sistem bagi hasil (*profit sharing*). Perkembangan perbankan ini patut disambut gembira oleh semua lapisan masyarakat muslim karena selama ini selalu berada dalam keraguan untuk bertransaksi dengan bank konvensional yang berbasis bunga.

Bank syariah yang pertama kali didirikan di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI). Dengan ini berdirinya BMI ini diharapkan segala bentuk keraguan yang selama ini dirasakan oleh masyarakat muslim dalam bertransaksi dapat diatasi karena masyarakat dapat bermuamalat dengan bank yang beroperasi tanpa bunga. Dengan demikian, umat Islam Indonesia diharapkan dapat berperan optimal dalam industri perbankan di tanah air.

Bersamaan dengan dikeluarkannya fatwa Majelis Ulama Indonesia No. 27 Tahun 1990 yang menyatakan bahwa bunga bank adalah haram,<sup>1</sup> ditambah dengan disahkannya Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998 yang mengakui dwi sistem (*dual system*) perbankan yaitu konvensional dan syariah, maka pintu telah telah dibuka selebar-lebarnya untuk bermuamalat *maliyah* secara

---

<sup>1</sup> Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Islam dan Kedudukannya Dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Ulama Grafiti, 2009). h. 2.

syariah. Dengan Undang-Undang yang baru ini, industri Perbankan di Indonesia mulai melihat harapan yang besar menyusul keterpurukan sektor riil dan keuangan akibat krisis moneter dan ekonomi yang berkepanjangan. Dengan Undang-Undang baru ini pula bermunculan keinginan kuat dari beberapa bank nasional untuk mendirikan cabang syariah (*shariah full pledge branch*) atau bank-bank syariah.<sup>2</sup>

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah dimulai pada tahun 1992 dengan diundangkannya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang memuat ketentuan-ketentuan yang secara implisit memperbolehkan pengelolaan bank berdasarkan prinsip bagi hasil (*profit and loss sharing*).<sup>3</sup> Terutama melalui Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 1992 tentang bank berdasarkan prinsip bagi hasil. Kemudian disusul dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia yang memberikan kewenangan kepada Bank Indonesia untuk dapat pula menjalankan tugasnya berdasarkan prinsip syariah.<sup>4</sup>

Dengan demikian tidak terbantahkan lagi bahwa Bank Syariah tidaklah sama dengan Bank Konvensional, namun orang awam dan orang-orang yang mengenal Bank Syariah dari kulitnya saja akan selalu berpandangan bahwa Bank Syariah sama saja atau tidak berbeda dengan Bank Konvensional, sehingga tidak mengherankan jika orang awam berpandangan bahwa menabung di Bank Syariah tidak jauh berbeda atau sama saja dengan menabung di Bank Konvensional,

---

<sup>2</sup> Umar Vadillo, *Bank Tetap Haram, Kritik Terhadap Kapitalisme, Sosialisme & Perbankan Syariah*, (Jakarta: PUZAM, 2003), h. 18.

<sup>3</sup> Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 *Tentang Perbankan....*

<sup>4</sup> Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1999 *Tentang Bank Indonesia.....*

adapun anggapan ini lebih disebabkan oleh minimnya sosialisasi perbankan syariah di lingkungan masyarakat khususnya di wilayah Lhokseumawe yang notabene penduduknya mayoritas muslim ini ternyata belum benar-benar paham tentang sistem ekonomi syariah serta banyak sekali istilah-istilah yang belum familier di lingkungan umat Islam sendiri.

Keadaan ini benar-benar sangat disayangkan karena secara sistematis bahwa Bank Syariah memiliki keunggulan di bandingkan dengan Konvensional, baik dalam penerapan spritual maupun penerapan rasional.<sup>5</sup> Keunggulan-keunggulan dari Bank Syariah sebenarnya dapat dijadikan alasan umat Islam untuk memilih Bank Syariah yang berazaskan Syariah Islam, kurangnya pemahaman masyarakat terhadap sistem keuangan dan perbankan syariah tersebut, terlihat dari belum banyaknya masyarakat yang mengakses layanan Perbankan Syariah dibandingkan layanan Perbankan Konvensional.

Perbedaan aktivitas Bank Syariah dengan bank konvensional terletak pada orientasi konsep dan juga terletak pada konsep dasar operasionalnya yang berdasarkan pada ketentuan-ketentuan dalam Islam. Sehingga Bank Syariah menjadi alternatif bagi masyarakat yang ingin melakukan transaksi dengan perbankan. Sebagai lembaga keuangan yang relatif baru, maka akan banyak tantangan yang dihadapi oleh Bank Syariah. Oleh karena itu, fokus utama strategi pengembangan sistem perbankan syariah meliputi hal penyempurnaan ketentuan, pengembangan jaringan bank syariah, pengembangan piranti moneter dan

---

<sup>5</sup> Warkum Sumitro, *Asas-asas Perbankan Islam dan Lembaga Terkait*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2000), h. 15



pelaksanaan kegiatan sosialisasi perbankan syariah.<sup>6</sup>

Dalam persoalan sosialisasi kepada masyarakat bank syariah masih relatif kecil, hanya sebagian masyarakat yang paham tentang ciri-ciri dan keistimewaan yang dimiliki oleh Bank Syariah. Hal ini dikarenakan sosialisasi perbankan Syariah kepada masyarakat harus didukung oleh sumber daya insani yang memadai baik dari segi kualitas maupun dari segi kuantitasnya, namun realitas yang ada menunjukkan bahwa masih banyak sumber daya insani yang selama ini terlibat dalam institusi Perbankan Syariah tidak memiliki pengalaman akademis maupun praktis dalam *Islamic Banking*.<sup>7</sup>

Kondisi inilah salah satunya yang mempengaruhi sosialisasi Perbankan Syariah kepada masyarakat, hal ini tertentu mendapatkan perhatian dari kita semua yakni sumber daya insani yang mampu dan benar-benar dapat mengamalkan ekonomi syariah di semua lini.

Berdasarkan observasi awal di wilayah Kota Lhokseumawe, sosialisasi Perbankan Syariah khususnya Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe sudah pernah dilakukan baik melalui media cetak maupun media elektronik dan juga dengan mendatangi lembaga pendidikan maupun lingkungan sosial lainnya ketika melakukan promosi akan produk yang ditawarkan. Hal ini tentunya akan mengetahui minat masyarakat dalam memilih Bank Syariah. Bentuk sosialisasi Bank Aceh Syariah yang dilakukan melalui media masa, cetak atau elektronik, buletin, majalah, buku, di lembaga pendidikan maupun dalam

---

<sup>6</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Bagi Bankir Dan Praktisi Keuangan*, (Jakarta: Tazkia Intitute, 2001), h. 227

<sup>7</sup> Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh Dan Keuangan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), h. 27

kegiatan-kegiatan yang bersifat sosial diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat akan kelebihan Bank yang bersistem syariah.

Sosialisasi Perbankan Syariah kepada kalangan masyarakat sangat penting mengingat masih minimnya minat masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah, keterbatasan informasi mengenai prinsip dan operasional bank syariah yang dimiliki masyarakat bahkan dikalangan perbankan sekalipun. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe sebagai bank yang bersistem syariah terus berupaya untuk mensosialisasikan kepada masyarakat baik melalui media dakwah para ulama maupun media-media lainnya agar masyarakat memiliki minat untuk menjadi nasabah pada Bank Syariah.

Mengingat masih banyak masyarakat yang belum memiliki pemahaman dan wawasan yang minim terhadap Bank Syariah khususnya di Lhokseumawe, atas dasar inilah penulis tertarik untuk meneliti tentang sosialisasi perbankan syariah terhadap masyarakat dengan judul **“Pengaruh Sosialisasi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe)”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka yang akan menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana Sosialisasi yang dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe?
2. Bagaimana pengaruh Sosialisasi Perbankan Syariah terhadap minat menabung nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui sosialisasi yang dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe.
2. Untuk mengetahui pengaruh Sosialisasi Perbankan Syariah terhadap minat menabung nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian merupakan dampak dari pencapaiannya tujuan. manfaat penelitian umumnya dipilih menjadi dua katagori, yaitu Teoritis/akademis dan Praktis/fragmatis. Kegunaan teoritis/akademis terkait dengan kontribusi tertentu dari penyelenggaraan penelitian terhadap perkembangan teori dan ilmu pengetahuan serta dunia akademis. Sedangkan kegunaan praktis/fragmatis berkaitan dengan kontribusi praktis yang diberikan dari penyelenggaraan penelitian terhadap obyek penelitian, baik individu, kelompok, maupun organisasi.

Penelitian tentang pengaruh sosialisasi perbankan syariah terhadap minat menabung nasabah di harapkan memiliki manfaat, yaitu :

1. Manfaat Teoretis
  - a. Menambahkan pengetahuan, pengalaman dan wawasan, serta bahan dalam menerapkan ilmu metode penelitian, khususnya mengenai pengaruh sosialisasi perbankan syariah terhadap minat menabung nasabah.
  - b. Dapat dijadikan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini juga di harapkan dapat bermanfaat bagi penulis sendiri untuk menambah ilmu pengetahuan dan untuk penelitian lainnya. Khususnya di kalangan mahasiswa/i prodi ekonomi islam untuk mengembangkan penelitian lanjutan dan untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (SI) di stalin malikussaleh lhokseumawe.
- b. Dapat dijadikan sebagai bahan untuk meningkatkan minat nasabah untuk menabung di perbankan syariah.

## E. Definisi Operasional

Untuk menghindari penafsiran yang berbeda, perlu dijelaskan beberapa istilah yang terdapat dalam penelitian ini yaitu :

### 1. Pengaruh

Menurut Scoot dan Michhel, pengaruh merupakan suatu transaksi sosial dimana seorang atau kelompok orang yang digerakkan oleh seseorang atau sekelompok orang lainnya untuk melakukan kegiatan sesuai dengan harapan.<sup>8</sup> Sumber pengaruh untuk perorangan atau kelompok dalam organisasi terdapat pada status jabatan, sistem pengawasan atau balas jasa dan hukuman, pengawasan finansial, pemilikan informasi dan pengawasan saluran komunikasi.

Seseorang akan bersedia menjalankan permintaan orang yang dapat mempengaruhinya secara efektif karena merasa dirinya puas dapat

---

<sup>8</sup> [Http://suchideppyanita.blogspot.com/2011/10/pengertian-pengaruh.html](http://suchideppyanita.blogspot.com/2011/10/pengertian-pengaruh.html). diakses pada 10 Desember 2016.

melaksanakan apa yang diminta orang yang berpengaruh tersebut. berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pengaruh adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok orang, dalam hal ini perbankan syariah dan orang-orang yang berkepentingan seperti para ulama untuk memotivikasi masyarakat dan mendorong mereka untuk menggunakan jasa perbankan syariah setelah menjelaskan berbagai hal tentang perbankan syariah tersebut atau melakukan pensosialisasian.

## 2. Sosialisasi

Sosialisasi diartikan sebagai suatu proses seumur hidup bagaimana seseorang mempelajari kebiasaan-kebiasaan yang meliputi cara hidup, nilai-nilai dan norma-norma sosial yang terdapat dalam masyarakat agar dapat diterima oleh masyarakat.

Menurut Soerjono Soekanto Sosialisasi adalah proses mengkomunikasikan kebudayaan kepada masyarakat yang baru.<sup>9</sup> Dalam proposal ini berarti sosialisasi adalah kegiatan yang dilakukan oleh perbankan syariah dan dibantu oleh ormas masyarakat dan para ulama dalam mengkomunikasikan mengenai perbankan syariah, seperti apa sebenarnya bank syariah, keunggulannya, perbedaannya dengan bank konvensional, kegiatan operasionalnya, serta produk-produk yang ada dalam perbankan syariah dan sebagainya, sehingga masyarakat mengerti dan memahami apa yang ada dalam bank syariah.

---

<sup>9</sup> [Http://id.shvoong.com/social\\_sciences/sociology/1943452-pengertian-sosialisasi](http://id.shvoong.com/social_sciences/sociology/1943452-pengertian-sosialisasi) diakses pada 10 Desember 2016.

### 3. Minat Nasabah

Minat adalah sebagai sebab yaitu kekuatan pendorong yang memaksa seseorang menaruh perhatian pada orang, situasi atau aktifitas tertentu dan bukan pada yang lain.<sup>10</sup> Minat mengandung unsur-unsur adanya pemusatan perhatian, perasaan dan pikiran dari subyek karena tertarik, adanya perasaan senang terhadap obyek yang menjadi sasaran, adanya kemauan dan kecenderungan pada diri subyek untuk melakukan kegiatan guna mencapai tujuan.

Dalam hal ini, maka maksud dari minat dalam penelitian ini yaitu sebagai ketertarikan atau kecenderungan nasabah Lhokseumawe dalam berhubungan dengan perbankan syariah untuk memenuhi dan menjalankan aktifitas perekonomiannya.

Adapun pengertian nasabah dalam kamus bahasa Indonesia adalah sehimpunan manusia yang hidup bersama dalam suatu tempat dengan aturan dan ikatan tertentu.<sup>11</sup> Jadi maksud dari nasabah dalam penelitian yaitu himpunan orang-orang yang bertempat tinggal di Lhokseumawe dan memiliki pekerjaan yang beragam dan mayoritas.

### 4. Bank Syariah

Bank Syariah adalah lembaga yang tata cara operasionalnya didasari dengan tata cara Islam yang mengacu kepada ketentuan al-Quran dan al-Hadist. Dalam RUU No. 10 tahun 1998 disebutkan bahwa Bank Syariah merupakan bank yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip

---

<sup>10</sup> <http://belajar.spikologi.com/15664-pengertian-minat/html>. Diakses pada tanggal 09 Desember 2016

<sup>11</sup> Dessy anwar, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Amelia, 2005), h. 156

syariah yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dengan pihak lain untuk penyimpanan dan kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah.<sup>12</sup>

Jadi, yang dimaksud dengan bank syariah dalam penelitian ini merupakan bank dengan operasionalisasinya menggunakan syariah Islam atau berdasarkan hukum Islam yaitu Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe.

## **F. Tinjauan Pustaka**

Berdasarkan hasil tinjauan penulis terhadap penelitian terdahulu belum pernah dibahas oleh peneliti sebelumnya, adapun penelitian terdahulu yaitu :

1. Vitria dalam penelitiannya yang berjudul “*Tingkat Motivasi Masyarakat dalam Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa*”. Menyimpulkan bahwa tingkat pengetahuan masyarakat terhadap perbankan syariah masih kurang, hal ini didasarkan kepada hasil penyebaran angket yang menunjukkan bahwa hanya 13,9 % yang sangat mengetahui tentang perbankan syariah, 28,3% sebatas mungkin, 29,7% kurang mengetahui, 18,4% sangat kurang mengetahui dan sebanyak 9,7% tidak mengetahui tentang perbankan syariah.
2. Mutiasari dalam penelitiannya yang berjudul “*Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung pada Tabungan Firdaus Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Lhoksukon*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat nasabah untuk menabung pada Tabungan Firdaus Bank Aceh Syariah Cabang Pembantu Lhoksukon dinilai cukup. Hal ini terlihat jelas berdasarkan hasil angket yang peneliti dapatkan, yaitu sangat setuju sebesar 10,7%, setuju

---

<sup>12</sup> RUU No. 10 Tahun 1998 tentang Bank Umum dan Bank Syariah.

47,2%, netral 26,0%, tidak setuju 12,5%, dan sangat tidak setuju sebesar 3,6%. Hasil angket ini mungkin dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan serta variabel lain seperti tingkat nisbah yang diberikan, kecepatan, teknologi yang dimiliki, dan lain sebagainya.

3. Edi Ramdan dalam tesisnya yang berjudul “Pengaruh Minimnya Sosialisasi Perbankan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Memilih Bank Syariah”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kurangnya pemahaman masyarakat terhadap sistem keuangan dan perbankan syariah tersebut terlihat dari belum banyaknya masyarakat yang mengakses layanan perbankan syariah ddi bandingkan layanan perbankan konvensional, lebih lanjut dijelaskan tingkat pemahaman dan pengetahuan umat tentang bank syariah masih sangat rendah. Masih banyak yang belum mengerti dan salah paham tentang bank syariah dan menganggapnya sama saja dengan bank konvensional, untuk itu perlu strategi jitu memasarkan bank syariah kepada masyarakat. Pola dan sistem pemasaran bank syariah selama ini masih belum tepat dan perlu perubahan-perubahan mendasar. Sistem dan strategi pemasaran bank syariah selama ini belum bisa membuahkan pertumbuhan cepat atau loncatan pertumbuhan yang memuaskan.<sup>13</sup>
4. Rahmat A. Setianto dalam penelitiannya “Sosialisasi Perbankan Syariah Melalui Komunikasi Pemasaran Terpadu”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi perbankan syariah amat diperlukan dalam rangka penyebaran informasi dan meningkatkan pemahaman masyarakat

---

<sup>13</sup> Edi Ramdan, *pengaruh minimnya sosialisasi perbankan syariah terhadap minat masyarakat memilih bank syariah*, tesis Tahun 2010.



mengenai perbankan syariah. Sosialisasi dapat dilakukan dengan berbagai ragam cara dan pendekatan yang berbeda, dengan memanfaatkan beberapa pihak yang dirasa akan efektif serta didukung dengan media masa dan teknologi informasi yang semakin canggih.<sup>14</sup>

Berdasarkan hasil tinjauan penulis maka penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Adapun perbedaannya yaitu dari aspek teoretis, metodologi, aspek pemahaman, fokus permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh sosialisasi perbankan syariah terhadap minat menabung masyarakat lhokseumawe dan bagaimana model sosialisasi perbankan syariah. penelitian di atas berbeda dengan penelitian ini dimana perbedaannya adalah tempat penelitian, penelitian ini dilakukan di Lhokseumawe dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.

---

<sup>14</sup> Rahmat A. Setianto, *Sosialisasi Perbankan Syariah Melalui Komunikasi Pemasaran Terpadu*, skripsi Tahun 2011

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORETIS**

#### **A. Perbankan Syariah**

##### **1. Pengertian Perbankan Syariah**

Istilah lain yang digunakan untuk menyebutkan Bank Islam adalah Bank Syariah, namun secara teknis kata Islam dan Syariah mempunyai pengertian yang sama. Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.<sup>15</sup> Berdasarkan prinsip operasionalnya Bank Syariah adalah Bank yang dalam operasionalnya menerapkan aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara Bank dengan pihak lain baik dalam hal untuk penyimpanan dana atau pembiayaan usaha atau kegiatan Perbankan lainnya.<sup>16</sup>

Bank Syariah adalah bank yang menjalankan prakteknya sesuai dengan prinsip syariah. Perbankan Syariah adalah suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan syariah (hukum) Islam. Usaha pembentukan sistem ini didasari oleh larangan dalam agama Islam untuk memungut atau meminjam dengan bunga atau yang disebut dengan riba serta larangan investasi untuk usaha-usaha yang dikategorikan haram.

Allah berfirman :

---

<sup>15</sup> Warkum Sumitro, *Asas-asas Perbankan Islam dan Lembaga terkait*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2002), h. 5

<sup>16</sup> Pengenalan Perbankan Indonesia (PPI), *Bank dan Lembaga Keuangan*. Terbit 5 Mei 2005.

Artinya : *“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (terkanan) penyakit gila, keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urasannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”*. (QS. Al-Baqarah: 275)

Bank syariah merupakan bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga (riba), Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan prinsip Syariah dengan tata cara operasionalnya mengacu pada ketentuan Al-Qur'an dan Hadist, atau dengan kata lain Bank Syariah merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip Islam, bank yang mengikuti ketentuan Syariah Islam khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam.<sup>17</sup>

Pada dasarnya bank syariah memiliki prinsip yang menghendaki semua dana yang diperoleh dalam sistem perbankan syariah dikelola dengan integritas tinggi dan sangat hati-hati. Usaha pembentukan sistem perbankan syariah ini didasari oleh ketentuan agama mengenai larangan dalam agama Islam untuk

---

<sup>17</sup> Amir Mahmud dan Rukmana, *Bank Syariah Teori, Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 2010), h. 9

memungut maupun meminjam dengan bunga atau yang disebut dengan riba serta larangan investasi untuk usaha-usaha yang dikategorikan haram, dimana hal ini tidak dapat dijamin oleh sistem perbankan konvensional. Sejarah perbankan syariah pertama kali muncul di Mesir pada tahun 1963. Sedangkan di Indonesia sendiri perbankan syariah baru lahir pada tahun 1991 dan secara resmi dioperasikan pada tahun 1992. Berbagai prinsip perbankan syariah telah diterapkan dengan atauran perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk menyimpan dana atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang sesuai dengan syariah. Dalam pasal 1 Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 disebutkan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Bank Syariah terdiri dari BUS, UUS serta BPRS yang melakukan kegiatan usaha yang sama. BUS adalah bank syariah yang kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Unit usaha Syariah (UUS) adalah unit kerja dari kantor pusat Bank Umum Konvensional yang berfungsi melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu/atau unit syariah. Sedangkan BPRS adalah bank syariah yang dalam melaksanakan kegiatan usahanya tidak memberi jasa dalam lalu lintas pembayaran.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Undang-undang No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

Landasan hukum operasi Bank yang menggunakan sistem syariah yang dikategorikan sebagai “bank dengan sistem bagi hasil”<sup>19</sup> tidak terdapat rincian landasan hukum syariah serta jenis-jenis usaha yang diperbolehkan tidak diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 dimana pembahasan perbankan dengan sistem bagi hasil hanya diuraikan sepintas lalu dan merupakan sisipan. Perkembangan perbankan syariah mulai mendapatkan perhatian setelah terbentuknya undang-undang baru yaitu Undang-Undang Nomor. 10 Tahun 1998 yang merupakan perubahan dari undang-undang sebelumnya yaitu Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992.

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 merupakan landasan hukum yang mengatur secara rinci terhadap jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dari di implementasikan oleh bank syariah, bukan hanya itu undang-undang ini juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan mengkonversi diri secara total menjadi bank syariah. Undang-undang tersebut adalah Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Aturan mengenai bank umum syariah setelah diterbitkannya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah adalah PBI Nomor 11/3/PBI/2009 tentang Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS).<sup>20</sup> Ini berarti, perbankan syariah memiliki payung hukum yang diharapkan semakin menguatkan eksistensi Perbankan Syariah di Indonesia.

---

<sup>19</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h. 26

<sup>20</sup> Andri Sometra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 69

Bank Islam atau Bank Syariah berarti bank yang tata caranya operasinya berdasarkan pada tata cara bermuamalat secara Islam, yakin mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-qur'an dan Hadist. Bank Syariah berbeda dari bank konvensional yaitu secara konseptual. Konsep dasarnya adalah adanya keseimbangan antara kehidupan dunia dan persiapan menuju kehidupan akhirat. Berbisnis atau melakukan tindak ekonomi juga harus mengikuti konsep tersebut, yaitu menjaga keseimbangan bukan hanya sekedar memaksimalkan kekayaan, tetapi harus seimbang dengan memperhatikan apakah cara bisnisnya sudah sesuai dengan syariah atau belum.

Dengan demikian yang menjadi nasabah bank syariah, niat dan tujuannya adalah berekonomi dengan cara yang di ridhai Allah SWT, sehingga bukan hanya mencari tingginya tingkat pengembalian ekonomi. Namun, memang harus bagi bank syariah agar secara ekonomis dapat bersaing dengan bank konvensional sehingga diharapkan juga mampu menciptakan pengembalian investasi atau bagi hasil yang lebih menguntungkan dibandingkan dengan bank konvensional.

Nasabah ( masyarakat ) yang kelebihan dana akan menyimpan uangnya dibank dalam berbagai bentuk. Nasabah penyimpan akan memperoleh balas jasa dari bank berupa bunga seperti bank konvensional. Berbeda dengan bank syariah bila masyarakat menyimpan uangnya maka bukan bunga yang di peroleh melainkan bagi hasil yang berdasarkan prinsip syariah. Besar bunga dan bagi hasil tergantung dari besar kecilnya dana yang disimpan dan faktor lainnya.

Bagi masyarakat yang memperoleh pinjaman atau kredit dari bank konvensional, diwajibkan untuk mengembalikan pinjaman tersebut beserta bunga yang telah ditetapkan sesuai perjanjian antara bank dengan nasabah. Sedangkan di bank syariah pengembalian pinjaman disertai dengan sistem bagi hasil yang sesuai hukum Islam.

Sebagai perantara keuangan, bank akan memperoleh keuntungan dari selisih bunga yang diberikan kepada penyimpan ( bunga simpanan ) dengan bunga yang diterima dari peminjam ( bunga kredit ). Keuntungan ini dikenal dengan istilah Spread Based. Jenis keuntungan ini diperoleh dari bank konvensional. Sedangkan bank syariah tidak dikenal dengan istilah bunga, karena bank syariah mengharamkan bunga. Pada bank syariah keuntungan yang diperoleh dikenal dengan istilah bagi hasil.

Dalam beberapa hal, bank syariah dan bank konvensional memiliki persamaan, terutama dalam sisi teknis penerimaan uang, mekanisme transfer, teknologi komputer yang digunakan, persyaratan umum pembiayaan, dan lain sebagainya. Akan tetapi terdapat banyak perbedaan mendasar antara keduanya.<sup>21</sup>

Kepastian hukum menjadi hal yang paling mendasar sekaligus penting dari lahirnya UU Perbankan Syariah bagi pelaku usaha dan penggunaan jasa perbankan berbasis syariah selama ini masih merasa belum aman dan bergerak leluasa dalam melakukan aktivitasnya di industri perbankan syariah.

---

<sup>21</sup> Gemala Dewi, S.H., LL.M, *Aspek-aspek Hukum Perbankan dan Perasuransian Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2007), h. 96

Lahirnya ketentuan yang mengatur perbankan syariah dalam bentuk undang-undang akan semakin meningkatkan dukungan pemerintah yang lebih nyata dalam memajukan perbankan syariah dalam beberapa hal yang hingga sekarang masih menghambat target perkembangan perbankan syariah Indonesia, di antaranya :

1. Peningkatan sosialisasi kepada masyarakat yang masih belum memiliki pemahaman dan wawasan yang minim terhadap bank syariah.
2. Memperluas jaringan perbankan syariah yang belum menjangkau luas hingga keseluruhan wilayah Indonesia, diharapkan peran ini dapat didukung juga oleh pemerintah.<sup>22</sup>

Ketika bank syariah pertama kali berkembang, baik di tanah air maupun di mancanegara, seringkali dikatakan bahwa bank syariah adalah bank bagi hasil. Hal ini dilakukan untuk membedakan bank syariah dengan bank konvensional yang beroperasi dengan sistem bunga.<sup>23</sup>

Pengertian bank menurut undang-undang No. 7 tahun 1992 adalah beban usaha yang menghimpunkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.<sup>24</sup> Istilah bank dalam literatur Islam tidak dikenal. Suatu lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali ke masyarakat, dalam literatur Islam dikenal dengan istilah baitul mal atau baitul

---

<sup>22</sup> Andri Sometra, *Bank dan Lembaga*, h. 70

<sup>23</sup> Adiwarmanto, *Bank Islam, Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h. 203-204.

<sup>24</sup> Lukman Dandawijaya, *Manajemen Perbankan Syariah* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001), h. 25



tamwil. Istilah lain yang digunakan untuk sebutan bank islam dan syariah berbeda, namun secara teknis untuk penyebutan bank islam dan bank syariah mempunyai pengertian yang sama.

Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah dalam ketentuan umum pasal 1 ayat (1), penelitian perbankan adalah sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit syariah, mencakup kelembangaan, kegiatan usaha. Sedangkan pengertian bank syariah dalam ayat 7 adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah.<sup>25</sup>

Dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan, disebutkan bahwa bank umum merupakan bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Lebih lanjut dijelaskan bahwa prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain untuk menyimpannya, pembiayaan atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa perbankan syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan fungsi perantara dalam penghimpunan dana masyarakat serta menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang *Perbankan Syariah*.

<sup>26</sup> M.Nur Rianto Al Arif. *Lembaga Keuangan Syariah: Suatu kajian Teoritis Praktis*, (Bandung: pustaka Setia, 2012), h. 99

Perbedaan mendasar antara bank syariah dengan bank konvensional antara lain sebagai berikut:

a. Perbedaan falsafah

Filsafah yang dianut bank syariah adalah tidak melaksanakan sistem bunga dalam seluruh aktifitasnya sedangkan bank konvensional justru kebalikannya.

b. Konsep pengelolaan dana nasabah

Dalam sistem bank syariah dana nasabah dikelola dalam bentuk titipan maupun investasi. cara titipan dan investasi jelas berbeda dengan deposito, dimana deposito merupakan upaya membungakan uang. Konsep dana titipan berarti kapan saja si nasabah membutuhkan, maka bank syariah harus dapat memenuhinya, akibatnya dana titipan menjadi sangat *likuid*.

Dengan demikian sistem bagi hasil, besar atau kecilnya keuntungan yang diterima nasabah mengikuti besar kecilnya keuntungan bank, semakin besar keuntungan bank, semakin besar pula keuntungan nasabahnya. Berbeda dengan bank konvensional, keuntungan banknya tidak dibagikan kepada nasabahnya, berapapun jumlah keuntungan bank konvensional nasabah hanya di bayar sejumlah presentase dari dana yang di simpan saja.

c. Kewajiban mengelola zakat

Bank syariah diwajibkan mengelola zakat yaitu dalam arti membayar zakat, menghimpun, mengadministrasikannya dan mendistribusikannya. Hal ini merupakan fungsi dan peran yang melekat pada bank syariah untuk memobilisasi dana-dana sosial (zakat, sedekah dan infak).

d. Struktur organisasi

Di dalam struktur organisasi suatu bank syariah di haruskan adanya Dewan Pengawas Syariah. Dewan Pengawas Syariah ini bertugas mengawasi segala aktivitas bank agar selalu sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.<sup>27</sup>

## 2. Fungsi Bank Syariah

Menurut Muhammad Syafi'i Antonio, fungsi bank syariah yang dibagi dalam 4 fungsi yaitu fungsi bank syariah sebagai manajemen investasi, investasi, jasa-jasa keuangan, dan fungsi bank syariah sebagai jasa sosial.

a. Fungsi Bank Syariah Sebagai Manajemen Investasi

Fungsi ini berdasarkan kontrak *mudharabah* atau kontrak perwakilan. Menurut kontrak *mudharabah*, bank (dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, atau pihak pelaksana investasi dana dari pihak lain) menerima persentase suatu keuntungan hanya dalam kasus untung. Bank syariah bertindak sebagai manager investasi dari pemilik dana (*shahibul maal*) dari dana yang dihimpun (dalam perbankan lazim disebut deposit/ penabung), karena besar kecilnya pendapatan (bagi hasil) yang diterima pemilik dana sangat bergantung pada pendapatan yang diterima oleh bank syariah dalam pengelolaannya *mudharabah* sehingga tergantung kepada kehati-hatian, keahlian, dan sikap profesionalisme. Fungsi ini dapat dilihat dari segi penghimpunan dana bank syariah.

---

<sup>27</sup> M. Syafi'i Antonio, *Bank Syariah, Dari Teori Ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h. 75

b. Fungsi Bank Syariah Sebagai Investasi

Bank-bank Islam menginvestasikan dana yang disimpan pada bank tersebut dengan menggunakan alat investasi yang sesuai dengan syariah. Investasi tersebut meliputi akad murabahah, sewa-menyewa, musyarakah, akad mudharabah, akad salam atau istishna', pembentukan perusahaan atau akuisisi, pengendalian atau kepentingan lain dalam rangka mendirikan perusahaan, memperdagangkan produk, dan investasi atau memperdagangkan saham yang dapat diperjualbelikan atau *real estate*. Fungsi ini dapat dilihat dalam hal penyaluran dana yang dilakukan bank syariah, baik yang dilakukan dengan mempergunakan prinsip jual beli maupun dengan prinsip bagi hasil.

c. Fungsi Bank Syariah Sebagai Jasa Keuangan

Bank syariah dalam fungsi ini juga dapat menawarkan berbagai jasa keuangan lainnya berdasarkan wupah (*fee based*) dalam sebuah kontrak perwakilan atau penyewaan.

d. Fungsi Bank Syariah Sebagai Jasa Sosial

Dalam prinsip perbankan Islam mengharuskan bank Islam melaksanakan jasa sosial, jasa tersebut bisa melalui dana qardh (pinjaman kebajikan), dana zakat, atau dana sosial yang sesuai dengan ajaran Islam. Lebih jauh lagi, konsep perbankan dalam Islam juga mengharuskan bank Islam berperan untuk mengembangkan sumber daya insani dan menyumbang dana untuk pemeliharaan dan pengembangan lingkungan hidup.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> M. Syafi'i Antonio, *Bank Syariah, Dari Teori ke Praktek...*, h. 80

Menurut Adiwarman fungsi perbankan syariah dalam menjalankan usaha perbankan adalah

- a. *Intermediary agent*
- b. *Fund* atau *investment manager*
- c. Penyedia jasa perbankan pada umumnya
- d. Pengelola fungsi sosial (*Zakat, Infaq, Shadaqah, dan Waqaf*)
- e. Alat transmisi kebijakan moneter (sama seperti bank Konvensional)<sup>29</sup>

### **3. Penggunaan Perbankan Syariah**

Penggunaan dapat diartikan sebagai kegiatan memanfaatkan sesuatu untuk membantu memenuhi kebutuhan. Dalam hal ini seseorang atau masyarakat memanfaatkan jasa-jasa perbankan syariah dalam membantu kegiatan keuangannya atau perekonomiannya.

Jasa yang berikan oleh bank syariah kepada masyarakat dapat berupa sebagai tempat masyarakat menyimpan dananya, tempat masyarakat mencari sumber dana atau pembiayaan dan lalu lintas pembayaran. Produk-produk yang ada dalam bank syariah terdiri atas tiga kelompok yaitu:

- a. Produk penghimpunan dana

Dalam produk penghimpunan dana, bank syariah menggunakan akad *Al-wadi'ah* (titipan). *Al-wadi'ah* adalah perjanjian simpan menyimpan atau penitipan barang berharga antara pihak yang mempunyai barang dan pihak yang diberi kepercayaan (bank syariah).<sup>30</sup> Tujuan perjanjian ini adalah untuk

---

<sup>29</sup> Adiwarman, *Bank Islam, Analisis Fiqih dan Keuangan...*, h. 112

<sup>30</sup> M.Syafi'i Antonio, *Bank Syariah, Dari Teori Ke Praktek...*, h. 85

menjaga keamanan, keselamatan, dan keutuhan barang tersebut. Barang-barang yang telah ditiptkan sewaktu-waktu dapat diambil kembali sebagian atau seluruhnya oleh pemilik barang tersebut.

Fasilitas *al-Wadiah* diberikan untuk tujuan investasi guna mendapatkan keuntungan seperti halnya tabungan dan deposito. Aplikasi dalam perbankan yaitu tabungan dan *safe deposit box*, sedangkan deposito dan giro menggunakan akad *mudharabah*.

b. Produk penyaluran dana

1) *Al-Musyarakah*

*Al-musyarakah* adalah perjanjian kesepakatan bersama antara pemilik modal untuk menyertakan modal sahamnya pada suatu proyek, biasanya dalam jangka waktu yang panjang. Masing-masing memberikan dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan atau resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

2) *Al-Mudharabah*

*Al-mudharabah* adalah akad kerja sama antara dua pihak dimana pihak pertama menyediakan seluruh modalnya dan pihak lain menjadi pengelola.<sup>31</sup> Keuntungan dibagi menurut kesepakatan yang telah dituangkan dalam kontrak.

3) *Al-muzara'ah*

*Al-muzara'ah* adalah kerjasama antara pengolahan pertanian antara pemilik lahan dengan penggarap. Pemilik lahan menyediakan lahan kepada

---

<sup>31</sup> M.Syafi'i Antonio, *Bank Syariah, Dari Teori Ke Praktek...*, h. 95

penggarap untuk ditanami produk pertanian dengan imbalan bagian tertentu dari hasil panen. Dalam dunia perbankan kasus ini diaplikasikan untuk pembiayaan bidang plantation atas dasar bagi hasil dari panennya.

#### 4) *Murabahah*

*Murabahah* adalah menjual harga barang dengan harga pokok ditambah keuntungan yang disetujui bersama untuk dibayar pada waktu yang ditentukan atau dibayar secara cicilan. dengan cara ini pembeli dapat mengetahui harga sebenarnya dari barang yang dibeli dan dikehendaki penjual. Perjanjian *murabahah* bermanfaat bagi orang yang membutuhkan suatu barang tetapi belum mempunyai uang.

#### 5) *Salam*

*Salam* artinya pembelian barang yang diserahkan kemudian hari tetapi pembayarannya dilakukan dimuka.<sup>32</sup> Prinsip yang harus dianut yaitu harus diketahui terlebih dahulu jenisnya, kualitas dan jumlah barang dan hukum awal pembayaran harus dalam bentuk uang.

#### 6) *Istishna'*

*istishna'* adalah kontrak penjualan antara pembeli dengan produsen (pembuat barang).<sup>33</sup> kedua belah pihak harus saling menyetujui atau sepakat lebih dulu tentang harga dan sistem pembayaran.

#### 7) *Al-ijarah*

*Al-ijarah* adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui pembayaran upah sewa tanpa diikuti pemindahan kepemilikan atas

---

<sup>32</sup> M.Syafi'i Antonio, *Bank Syariah, Dari Teori Ke Praktek...*, h. 108

<sup>33</sup> *Ibid...*, h. 113

barang tersebut.<sup>34</sup> Dalam praktiknya kegiatan ini dilakukan oleh perusahaan asing baik untuk kegiatan operating lease maupun financial lease.

c. Produk Jasa

1) *Wakalah* (Amanah)

*Wakalah* artinya penyerahan atau pemberian suatu mandat dari satu pihak kepada pihak lain. Mandat ini harus dilakukan sesuai dengan apa yang telah disepakati oleh si pemberi mandat.

2) *Al-kafalah* (Garansi)

*Al-kafalah* merupakan jaminan yang diberikan penanggung kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung. Dapat pula diartikan sebagai pengalihan tanggung jawab dari satu pihak kepada pihak lain.

3) *Al-hawalah*

*Al-hawalah* merupakan pengalihan utang dari orang yang berutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya.<sup>35</sup> Atau dengan kata lain pemindahan beban utang dari satu pihak kepada pihak lain.

4) *Al-rahn*

*Al-rahn* kegiatan menahan salah satu harta milik sipeminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Kegiatan seperti ini dilakukan seperti jaminan utang atau gadai.

---

<sup>34</sup> M.Syafi'i Antonio, *Bank Syariah, Dari Teori Ke Praktek...*, h. 117

<sup>35</sup> *Ibid...*, h. 126



#### 4. Prinsip Operasional Perbankan Syariah

Bank syariah pada dasarnya melakukan kegiatan usaha sama dengan bank konvensional yaitu melakukan penghimpunan dana, penyaluran dana kemasyarakatan dan penyediaan jasa keuangan lainnya yang sesuai dengan prinsip hukum Islam karena dalam prinsip syariah memiliki berbagai variasi akad yang akan menimbulkan variasi produk. Secara struktural sistem pengawasannya berbeda dengan bank konvensional, pengawasan perbankan Islam mencakup pengawasan dari aspek keuangan, kepatuhan kepada perbankan secara umum dan prinsip kehati-hatian dan prinsip syariah dalam kegiatan operasional bank.<sup>36</sup>

Selain itu Bank Islam juga didasari oleh tuntutan bermuamalat secara Islam yang merupakan keinginan kuat dari sebagian umat Islam dan juga merupakan langkah aktif dalam rangka restrukturisasi perekonomian masyarakat yang dituangkan dalam kebijakan keuangan, moneter dan perbankan dan menjadi bank alternatif yang membebaskan perbankan dalam penetapan tingkat suku bunga (Rate Interest yang kemudian dikenal dengan bank syariah atau bank yang bebas/tanpa bunga).<sup>37</sup>

Menurut Syafi'i Antonio, pada dasarnya prinsip Bank Syariah menghendaki semua dana yang diperoleh dalam sistem perbankan syariah dikelola dengan integritas tinggi dan sangat hati-hati. Adapun prinsipnya yaitu:

- a. *Shiddiq*, memastikan bahwa pengelolaan bank syariah dilakukan dengan moralitas yang menjunjung tinggi nilai kejujuran. Dengan nilai ini

---

<sup>36</sup> Wirnyaningsih, dkk; *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2005), h. 61

<sup>37</sup> Rizal Yaya, dkk; *Akuntansi Perbankan Syariah: Teori dan Praktik Kontemporer*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h. 55

pengelolaan diperkenankan (halal) serta menjauhi cara-cara yang meragukan (*subhat*) terlebih lagi yang bersifat dilarang (haram).

- b. *Tabligh*, secara berkesinambungan melakukan sosialisasi dan mengedukasi masyarakat mengenai prinsip-prinsip, produk dan jasa perbankan syariah. Dalam melakukan sosialisasi sebaiknya tidak hanya mengedepankan pemenuhan prinsip syariah semata, tetapi juga harus mampu mengedukasi masyarakat mengenai manfaat bagi pengguna jasa perbankan syariah.
- c. *Amanah*, menjaga dengan ketat prinsip kehati-hatian dan kejujuran dalam mengelola dana yang diperoleh dari pemilik dana (*shahibul maal*) sehingga timbul rasa saling percaya antara pemilik dana dan pihak pengelola dana investasi (*mudharib*).
- d. *Fathanah*, memastikan bahwa pengelolaan bank dilakukan secara profesional dan kompetitif sehingga menghasilkan keuntungan maksimum dalam tingkat resiko yang ditetapkan oleh bank. Termasuk di dalamnya adalah pelayanan yang penuh dengan kecermatan dan kesantunan (*ri'ayah*) serta penuh rasa tanggung jawab (*mas'uliyah*)<sup>38</sup>

## **B. Minat Nasabah**

### **1. Pengertian Nasabah**

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No.21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa Bank Syariah atau Unit Syariah. Nasabah penyimpanan adalah nasabah yang menetapkan dananya di bank syariah dalam bentuk simpanan berdasarkan akad

---

<sup>38</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank...*, h. 174

antara bank syariah atau unit usaha syariah dan nasabah yang bersangkutan. Nasabah investor adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank syariah atau unit usaha syariah dalam bentuk investasi berdasarkan akad antara bank dan nasabah yang bersangkutan. Dan nasabah penerima fasilitas adalah nasabah yang memperoleh fasilitas dana atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan prinsip syariah.<sup>39</sup>

## **2. Pengertian Minat Nasabah**

Minat merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu. Abdul Rahman Shaheh dan Muhibb Abdul Wahab mendefinisikan minat itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian terhadap orang (nasabah), aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat itu tersebut dengan disertai perasaan senang.

Sedangkan menurut Andi Mappiare mendefinisikan minat adalah suatu perangkat mental yang berdiri dari satu campuran dari perasaan yang dimiliki calon nasabah, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.

Pengertian minat secara istilah telah banyak dikemukakan oleh para ahli, diantaranya yang dikemukakan oleh Hilgard menyatakan “minat adalah kecenderungan yang gigih untuk memperhatikan, mengakhiri, menikmati, beberapa inti keinginan tersebut. Sedangkan menurut Swastha dan Irawan mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah yang

---

<sup>39</sup> Amir Mahmud dan Rukmana, *Bank Syariah Teori...*, h. 9

berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli.

Minat nasabah adalah keinginan atau hasrat yang besar untuk memiliki sesuatu yang dianggap dapat memenuhi keinginan hati nasabah untuk turut serta menjadi nasabah pada sebuah perusahaan yaitu Bank Syariah.

Menurut Ikhwan Susila Minat adalah merupakan perilaku nasabah yang menunjukkan sejauh mana komitmennya untuk melakukan penggunaan suatu jasa pada bank syariah.<sup>40</sup> Sedangkan menurut Hurlock, minat adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukan ketika bebas memilih, ketika seseorang menilai bahwa sesuatu akan bermanfaat, maka akan menjadi berminat kemudian hal tersebut akan mendatangkan kepuasan.<sup>41</sup> Sedangkan nasabah menurut Kamus Besar Indonesia adalah orang yang biasa berhubungan dengan langganan bank dalam hal keuangan.<sup>42</sup>

### **3. Faktor-Faktor Minat Nasabah Dalam Memilih Produk**

Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat nasabah secara garis besar dikelompokkan menjadi dua yaitu yang pertama dari dalam diri individu yang bersangkutan (misalnya, bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, dan kepribadian). Dan yang kedua, berdasar dari luar mencakup lingkungan keluarga, sekolah dan masyarakat.

---

<sup>40</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenada Pramedia, 2008), h. 82

<sup>41</sup> Tim Penyusun Kamus Pembina dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), h. 683.

<sup>42</sup> <http://id.wikipedia.org/wiki/nasabah>, diakses pada tanggal 08 Oktober 2016

Lucas dan Britt dalam Natalia juga berpendapat bahwa aspek-aspek yang terdapat dalam minat nasabah antara lain:

a. Ketertarikan (*Interest*)

Ketertarikan (*Interest*) yang menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang. Ketertarikan tidak ada suatu patokan tertentu dalam penggunaan perangkat kreatif ini guna membuat orang tertarik pada penjualan produk tabungan yang ada pada bank syariah, produk itu juga berhasil meraih rasa ketertarikan mereka. Rasa tertarik mungkin dapat dimunculkan dengan produk yang menarik.

b. Keinginan (*Desire*)

Keinginan (*Desire*) ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki. Keinginan nasabah harus dibuat lebih dari sekedar merasa tertarik dan terpicat. Mereka harus didorong untuk menginginkan produk atau jasa yang dipasarkan oleh para karyawan Bank Syariah.

c. Keyakinan (*Conviction*)

Keyakinan (*Conviction*) ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan dari produk yang akan digunakan. Keyakinan perusahaan perlu menciptakan pemasaran produk yang mampu memunculkan keyakinan bahwa memang layak untuk melakukan transaksi dan hal itu memberikan kepuasan sebagaimana yang mereka

inginkan. Untuk mewujudkan hal itu diperlukan fakta-fakta yang meyakinkan yang berkaitan dengan produk yang dipasarkan oleh pihak Bank.<sup>43</sup>

#### **4. Hubungan Sosialisasi Terhadap Minat Nasabah**

Hubungan adalah kesinambungan interaksi antara dua orang atau lebih yang memudahkan proses pengenalan satu akan yang lain. Jadi hubungan ini yang merupakan kegiatan yang dilakukan perbankan syariah dan orang-orang yang berkepentingan seperti para ulama untuk memotivasi masyarakat dan mendorong mereka untuk menggunakan jasa perbankan syariah setelah menjelaskan berbagai hal tentang perbankan syariah tersebut atau melakukan pensosialisasian.

Ketidaktahuan masyarakat tentang perbankan syariah diakibatkan masih kurangnya sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat. Bank syariah harus mampu membuat strategi edukasi dan sosialisasi yang mampu mengenal bank syariah kepada seluruh segmen masyarakat.

Sosialisasi dapat terjadi melalui interaksi sosial secara langsung ataupun tidak langsung. Proses sosialisasi dapat berlangsung melalui kelompok sosial, seperti keluarga, teman sepermainan dan sekolah, lingkungan kerja ataupun media massa. Adapun media yang dapat menjadi ajang sosialisasi adalah keluarga, sekolah/kampus, teman bermain media massa dan lingkungan kerja.

Faktor-faktor penyebab masyarakat belum berhubungan dengan bank syariah, antara lain :

---

<sup>43</sup> <http://peoplemeetme.com/marketing-basic-theory-aida.html>. di akses pada tanggal 13 Des 2016

- a. Tingkat pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang bank syariah masih sangat rendah. Masih banyak yang belum mengerti dan salah paham tentang bank syariah dan menganggapnya sama saja dengan bank konvensional.
- b. Belum ada gerakan bersama dalam skala besar mempromosikan Bank Syariah.
- c. Terbatasnya pakar dan SDM ekonomi syariah.
- d. Peran pemerintah masih kecil dalam mendukung dan mengembangkan ekonomi syariah.
- e. Peran para akademisi diberbagai perguruan tinggi, termasuk perguruan tinggi Islam belum optimal.
- f. Peran ormas Islam juga belum optimal membantu dan mendukung gerakan bank syariah.
- g. Dan ini yang paling utama, bank-bank syariah belum menemukan strategi jitu dan ampuh dalam memasarkan bank syariah. Selama ini pendekatan dalam pemasaran masih bersifat konvensional, sehingga hasilnya tidak optimal. Sistem dan strategi pemasaran bank syariah harus segera diubah, agar market share meningkat drastis dan bank-bank syariah di banjiri (antri) oleh masyarakat. Untuk itu perlu strategi jitu memasarkan bank syariah kepada masyarakat. Pola dan sistem pemasaran bank syariah selama ini masih belum tepat dan perlu perubahan-perubahan mendasar.<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> Philip Kotler, *Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, Terj. Anella Anitawati Hermawan, (Jakarta: Salemba Empat, 1995), h. 203.

## **C. Model Sosialisasi Perbankan Syariah**

### **1. Sosialisasi**

Sosialisasi diartikan sebagai suatu proses seumur hidup bagaimana seseorang mempelajari kebiasaan-kebiasaan yang meliputi cara hidup, nilai-nilai dan norma-norma sosial yang terdapat dalam masyarakat agar dapat diterima oleh masyarakat.

Menurut Soejono soekanto sosialisasi adalah proses mengkomunikasikan kebudayaan kepada masyarakat yang baru.<sup>45</sup> Dalam penelitian ini berarti sosialisasi adalah kegiatan yang dilakukan oleh perbankan syariah dan dibantu oleh ormas masyarakat dan para ulama dalam mengkomunikasikan mengenai perbankan syariah, seperti apa sebenarnya bank syariah, keunggulannya, perbedaannya dengan bank konvensional, kegiatan operasionalnya, serta produk-produk yang ada dalam perbankan syariah. Sehingga masyarakat mengerti dan memahami apa yang ada dalam bank syariah.

### **2. Peran Ulama dalam sosialisasi**

Sebagai sebuah praktik keuangan baru di masyarakat, keberadaan dan pelaksanaan bank syariah di Indonesia masih perlu disosialisasikan kepada masyarakat. Sosialisasi tersebut bukan hanya bagi masyarakat umum, namun juga kalangan perbankan dan bahkan otoritas perbankan seperti Bank Indonesia. Para ulama mempunyai peran peting dalam sosialisasi tersebut.

---

<sup>45</sup> [Http://id.shvoong.com/social\\_sciences/sociology/1943452-pengertian-sosialisasi](http://id.shvoong.com/social_sciences/sociology/1943452-pengertian-sosialisasi).  
di akses pada tanggal 10 des 2014.



Dalam mensosialisasikan perbankan syariah kepada masyarakat, setidaknya terdapat empat peran penting ulama, yaitu sebagai berikut:

- a. Menjelaskan kepada masyarakat bahwa perbankan syariah pada dasarnya adalah penerapan (*tathbiq*) *fiqh mu'amalah maaliyah*. Fiqih ini menjelaskan bagaimana sesama manusia berhubungan dalam bidang harta, ekonomi, bisnis, dan keuangan. Selama ini, baik para ulama maupun santri kesulitan untuk menerapkan ajaran fiqh tersebut dalam kehidupan insitusi ekonomi modern sehari-hari karena berbagai sebab, baik karena tidak ada contoh nyata maupun kendala pranata hukum. Kehadiran bank syariah kiranya akan dapat membangkitkan kajian *fiqh mu'amalah maaliyah*.<sup>46</sup>
- b. Mengembalikan masyarakat kepada fitrah alam dan fitrah usaha yang sebenarnya telah mengikuti syariah, terutama dalam pertanian, perdagangan, investasi, dan perkebunan. Budaya demikian telah dirusak dengan adanya liberalisasi dunia perbankan sehingga masyarakat tercemari oleh budaya bunga yang sebenarnya bertentangan dengan fitrah alama dan fitrah usaha. Fitrah alama dan fitrah usaha pada dasarnya adalah belum tentu dan harus diusahakan, kadang-kadang berhasil, kadang-kadang gagal, sedangkan bunga mengharuskan segalanya pasti berhasil.
- c. Meluruskan fitrah bisnis yang rusak seperti meluasnya ungkapan “cari duit secara haram pun susah, apalagi secara halal”. Ini jelas merupakan pola

---

<sup>46</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h. 237

fikir Yahudi yang berlandaskan ajaran Machiavell yang menghalalkan segala cara tanpa aturan etika dan norma hukum.

- d. Membantu menyelamatkan perekonomian bangsa melalui perkembangan sosialisasi perbankan syariah . krisis ekonomi dipengujung dekade 1900-an menjadikan perekonomian bangsa nyaris hancur. Hal ini diperparah oleh terjadinya lonjakat tingkat suku bunga bank yang bukan saja mencekik para peminjam, tetapi juga bank itu sendiri. Usaha-usaha dalam berbagai skala praktis lumpuh karena usaha tanpa kucuran modal kerja ibarat tubuh tanpa suplx darah. Bank-bank mengalami negative spread atau keuntungan minus akibat bungan yang dibayar lebih tinggi daripada bunga yang didapat. Akibatnya, keuntungan bank menjadi terkikis.setelah keuntungan itu habis, giliran modal yang dipergunakan untuk menutupinya. Ketika modal juga habis, bank-bank meminta bank sentral untuk menutupi kebutuhan likuiditasnya dengan apa yang disebut BI.BI (Bantuan Likuiditas Bank Indonesia).

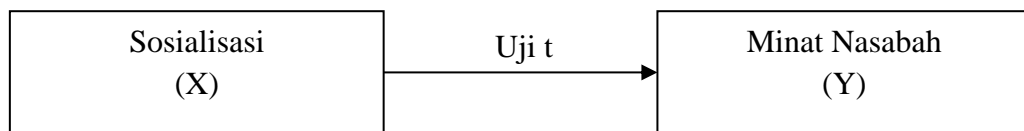
Berbeda dengan bank ribawi, bank syariah tidak mengenal negative spread. Keuntungan yang dibagikan kepada penyimpan bergantung pada keuntungan usaha nasabah yang menggunakan dana tersebut. Jika usaha yang dikelola para mitra mendapat keuntungan, para penyimpan mendapat keuntungan pula jika para mitra mengalami kegagalan usaha, para penyimpan tidak bisa menuntut untuk dibagikan keuntungan.<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik...*, h. 238

#### **D. Kerangka Teoritis**

Kerangka teoretis yaitu suatu model yang menerangkan bagaimana pengaruh sosialisasi perbankan syariah yang telah diketahui dalam suatu masalah tertentu. Berdasarkan uraian teori yang telah dikemukakan maka dapat digambarkan kerangka konseptual dalam penelitian ini seperti yang terlihat pada gambar berikut ini.



Gambar 2.1 Kerangka Konsep Penelitian

#### **E. Hipotesis**

Hipotesis adalah dugaan sementara yang harus di buktikan kebenarannya lewat pengujian data. Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho : Sosialisasi perbankan syariah tidak berpengaruh terhadap minat menabung nasabah PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe.

Ha : Sosialisasi perbankan syariah berpengaruh terhadap minat menabung nasabah PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe yang berlokasi di Jl. Samudera No. 29, Lancang Garam, Kecamatan Banda Sakti, Kota Lhokseumawe. Lokasi ini dipilih karena memiliki sejumlah informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini yang berhubungan dengan objek penelitian yaitu pengaruh sosialisasi perbankan syariah terhadap minat menabung nasabah.

#### **B. Pendekatan dan Jenis penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif serta menggunakan teknik perhitungan statistik. Penelitian kuantitatif adalah suatu penelitian yang didasari oleh falsafah positifisme yaitu ilmu yang valid, ilmu yang dibangun dari empiris, teramati terukur, menggunakan logika matematika dan membuat generalisasi atas rerata. Penelitian kuantitatif menekankan analisis pada data-data numerical yang diolah dengan metode statistika.<sup>48</sup>

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian *field research* (penelitian lapangan) adalah penelitian yang memperoleh data dari objek penelitian dengan mengumpulkan data yang digali dari sumber data lapangan yaitu dari informan<sup>49</sup>.

---

<sup>48</sup>I Made Wirata, *Metodelogi Penelitian Sosial Ekonomi*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2006), h. 140.

<sup>49</sup>*Ibid...*, h. 154.

### C. Sumber Data Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini, penulis membutuhkan dua jenis data, yakni primer dan sekunder.

#### 1. Data primer

Data primer ialah jenis data yang diperoleh dan digali dari sumber utamanya atau data yang diperoleh dari sumber aslinya, baik bersumber dari orang, tulisan, tempat maupun berupa data kualitatif dan ia juga bisa disebut dengan data mentah (*raw data*). Dengan kata lain data primer merupakan data yang masih murni yang dapat dari lapangan secara langsung dan memerlukan pengolahan lebih lanjut agar memiliki arti<sup>50</sup>.

Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari sumber aslinya dilapangan yaitu nasabah PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe melalui penyebaran kuesioner dan wawancara dengan pihak Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe.

#### 2. Data sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan di catat oleh pihak lain). Dalam penelitian ini data sekunder ini diperoleh melalui dokumentasi. Data sekunder dalam penelitian ini adalah buku-buku yang berkaitan dengan permasalahan penelitian yang didukung dengan hasil penelitian sejenis, profil bank, artikel-artikel, jurnal, serta berbagai tulisan lainnya yang dipublikasikan melalui internet.

---

<sup>50</sup>Muhammad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi, Teori dan Aplikasi*, Cet. I, (Jakarta : Raja Grafindo Persada. 1997), h. 121-122.

## **D. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian.<sup>51</sup> Menurut Sugiyono (2011:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan<sup>52</sup>

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe pada tahun 2017 yang berjumlah 17.366 orang.

### **2. Sampel**

Sampel adalah sebagian dari populasi yang bisa mewakili seluruh populasi sebagaimana yang disebutkan oleh Winarno Surachman adalah sebagian dari populasi untuk mewakili seluruh populasi.<sup>53</sup> Sedangkan ukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan suatu penelitian. Untuk menentukan minimal sampel yang dibutuhkan jika ukuran populasi diketahui, dapat digunakan rumus *Slovin*.

---

<sup>51</sup>Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan Dan Peneliti Pemula*, (Bandung: Alfabeta, 2007), h.54

<sup>52</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Cet. III, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 116

<sup>53</sup> Winarno Surachman, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), h. 250

Adapun rumus *Slovin* adalah sebagai berikut :

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

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Asumsi taraf kesalahan = 10 % (0.10)

Dari rumus di atas, maka besar sampel yang di dapat adalah :

$$n = \frac{26.323}{1 + (26.323)(0,1)^2}$$

$$n = \frac{26.323}{1 + 263,23}$$

$$n = \frac{26.323}{264,23}$$

$n = 99,52$  dibulatkan menjadi 100 orang.

Teknik penarikan sampel atau teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *random sampling*, yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara ini dilakukan, karena peneliti menganggap anggota populasi homogen.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

### **a. Kuesioner (*Questionnaire*)**

Kuesioner (*Questionnaire*) yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan

tertulis kepada responden untuk dijawab<sup>54</sup>. Kuesioner tersebut berupa daftar check list yaitu berisi butir-butir pertanyaan yang terdiri dari lima pilihan jawaban atau sering disebut dengan skala likert. Skala likert yaitu skala yang berisi lima kategori jawaban dengan pilihan sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Skala Likert**

| <b>Kategori</b> | <b>Jawaban</b>            | <b>Skor</b> |
|-----------------|---------------------------|-------------|
| 1               | Sangat Setuju (SS)        | 5           |
| 2               | Setuju (S)                | 4           |
| 3               | Netral (N)                | 3           |
| 4               | Tidak Setuju (TS)         | 2           |
| 5               | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1           |

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik untuk mendapatkan data dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan (pihak PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe) guna mendapatkan data dan keterangan yang menunjang analisis dalam penelitian. Teknik wawancara ini digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian tentang sosialisasi yang dilakukan PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang bersumber pada benda-benda yang tertulis. Dalam penelitian ini teknik dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data dari dokumen yang ada di PT. Bank Aceh Syariah Lhokseumawe berupa sejarah berdirinya PT. Bank Aceh Syariah

---

<sup>54</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, h. 236



Lhokseumawe, struktur organisasi, data karyawan dan data lainnya yang diperlukan untuk mendukung temuan tentang sosialisasi yang dilakukan PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe.

## **F. Teknik Analisa Data**

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan analisis deskriptif kuantitatif yang dinyatakan dengan angka-angka yang dalam perhitungannya menggunakan metode statistik. Data naratif terkait dengan sosialisasi di analisis langsung oleh penulis. Sementara untuk mengetahui pengaruh sosialisasi terhadap minat menabung nasabah PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe dilakukan dengan beberapa tahapan sebagai berikut:

### **1. Uji Asumsi Klasik**

#### **a. Uji Normalitas Data**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Normalitas dapat dideteksi menggunakan uji statistik, yaitu *Kolmogorov-Smirnov Test*.

Adapun kriteria pengujiannya adalah apabila nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov Test* lebih besar dari 0.05, maka data residual berdistribusi normal, sebaliknya apabila nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov Test* adalah lebih kecil dari 0,05, maka data residual berdistribusi tidak normal<sup>55</sup>.

---

<sup>55</sup>Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. (Semarang: Undip, 2006), h. 40

## b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah situasi penyebaran data yang tidak sama atau tidak samanya variansinya sehingga uji signifikansi tidak valid. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>56</sup>

Metode yang dapat dipakai untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah metode grafik yaitu *Scatterplots Regresi* dengan cara melihat grafiknya scatterplot antara *standardized predicted value (ZPRED)* dengan *studentized residual (SRESID)*.

Ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat diketahui dengan cara:

- 1) Jika sebaran data yang berupa titik-titik membentuk pola tertentu dan beraturan, maka terjadi masalah heteroskedastisitas.
- 2) Jika sebaran data yang berupa titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan menyebar diatas dan dibawah sumbu Y, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

## 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

### a. Uji validitas

Uji Validitas digunakan untuk menguji apakah kuesioner layak dilakukan sebagai instrument penelitian. Instrumen yang valid alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid<sup>57</sup>. Untuk menguji validitas dari pertanyaan dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) = 5 % digunakan rumus koefisien korelasi

---

<sup>56</sup> *Ibid...*, h. 86

<sup>57</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kedelapan. (Bandung : Alfabeta, 2011), h.149

produk moment dari *Karl Pearson* berikut ini :

$$r = \frac{n \sum X_i Y_i - \sum X_i \sum Y_i}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Keterangan :

- $r$  = Korelasi Product Moment
- $\sum X_i$  = Jumlah skor item
- $\sum Y_i$  = Jumlah total skor jawaban
- $\sum X_i^2$  = Jumlah kuadrat skor jawaban suatu item
- $\sum Y_i^2$  = Jumlah kuadrat total skor jawaban
- $\sum X_i Y_i$  = Jumlah perkalian skor jawaban suatu item dengan total skor

Sugiyono menyatakan bahwa item pertanyaan yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi, menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah  $r = 0,3$ .<sup>58</sup>

Setelah perhitungan dilakukan (proses perhitungan dibantu dengan program SPSS) kemudian nilai  $r$  yang diperoleh dibandingkan dengan nilai  $r$  yang di syaratkan yaitu  $r = 0,3$ . Jika  $r$  hitung yang diperoleh lebih besar dari pada  $r = 0,3$  maka item pertanyaan di katakana valid.

#### b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan tingkat kehandalan suatu instrumen penelitian. Instrumen yang reliabel berarti instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama yang akan menghasilkan data yang sama<sup>59</sup>. Cara menghitung tingkat reliabilitas suatu data yaitu dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Adapun rumus perhitungan tersebut adalah sebagai berikut :

---

<sup>58</sup> *Ibid...*, h. 152

<sup>59</sup> *Ibid...*, h. 153

$$\alpha = \frac{k \cdot r}{1 + (r - 1)k}$$

Dimana :

- a = koefisien reliabilitas
- k = jumlah item per variabel x
- r = *mean* korelasi antar item

Kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha*  $\alpha > 0,6$ <sup>60</sup>. Pada pengujian reliabilitas ini menggunakan bantuan komputer program SPSS.

### 3. Regresi Linier Sederhana

Data-data penelitian yang terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan rumus :

$$Y = \alpha + \beta X + \varepsilon$$

Dimana :

- Y = Minat Menabung Nasabah
- X = Sosialisasi Perbankan Syariah
- $\alpha$  = Konstanta
- $\beta$  = Koefisien Regresi
- $\varepsilon$  = *Error term*

Nilai koefisien regresi sangat menentukan sebagai dasar analisis, karena penelitian ini bersifat *fundamental method*. Hal ini berarti jika koefisien  $\beta$  bernilai positif (+) maka dapat dikatakan terjadi pengaruh searah, setiap kenaikan nilai variabel independen akan mengakibatkan kenaikan variabel dependen. Bila koefisien  $\beta$  bernilai negatif (-), hal ini menunjukkan adanya pengaruh negatif dimana kenaikan nilai variabel independen akan mengakibatkan penurunan nilai variabel dependen.

---

<sup>60</sup>Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. (Semarang: Undip, 2006), h. 30

#### 4. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Uji-t. Pengujian dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dengan tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% atau taraf signifikan 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Penentuan  $t_{tabel}$  berdasarkan  $df = n-k-1$ .

Adapun bentuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini :

$H_0$  : Sosialisasi perbankan syariah tidak berpengaruh terhadap minat menabung nasabah PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe.

$H_a$  : Sosialisasi perbankan syariah berpengaruh terhadap minat menabung nasabah PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe.

Adapun dasar pengambilan keputusan :

1. Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau nilai probabilitas ( $sig$ )  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai probabilitas ( $sig$ )  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

#### 5. Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien korelasi adalah pengukuran statistik kovarian atau asosiasi antara dua variabel. Koefisien korelasi menunjukkan kekuatan (*strength*) hubungan linear dan arah hubungan dua variabel. Mengenai kekuatan hubungan antara dua variabel, penulis menggunakan kriteria sebagai berikut :

**Tabel. 3.2**  
**Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi**

| Frekuensi    | Interprestasi |
|--------------|---------------|
| 0,00 – 0,199 | Sangat rendah |
| 0,20 – 0,399 | Rendah        |
| 0,40 – 0,599 | Sedang        |
| 0,60 – 0,799 | Kuat          |
| 0,80 – 1,000 | Sangat kuat   |

Setelah diketahui besarnya koefisien korelasi, tahap selanjutnya adalah mencari nilai dari koefisien determinasi ( $R^2$ ), pengujian ini dilakukan untuk melihat seberapa besar persentase variasi variabel independen dapat menjelaskan variasi variabel dependennya (*goodness of fit test*). Adapun dalam penelitian ini menggunakan adjusted  $R^2$  (*adjusted R square*). Menurut Ghozali kegunaan dari Adjusted  $R^2$  adalah :

1. Jika nilai Adjusted  $R^2$  semakin besar maka akan semakin tepat suatu garis regresi dan sebaliknya.
2. Untuk mengukur besarnya proporsi atau prosentase sumbangan dari variabel dependen terhadap variabel independen.<sup>61</sup>

### **G. Teknik Penulisan**

Adapun penyusunan dan penulisan proposal penelitian ini penulis berpedoman pada buku “ *Panduan Karya Ilmiah Tahun 2012*” Yang Diterbitkan Oleh: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Malikussaleh Lhokseumawe.<sup>62</sup> Ayat-ayat al-Qur’an diambil dari Al-Qur’an dan Terjemahannya yang diterbitkan oleh Departemen Agama Republik Indonesia.

---

<sup>61</sup> Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate...*, h. 92

<sup>62</sup>Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Malikussaleh Lhokseumawe*, Tahun 2012

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Bank Aceh Syariah Cabang Lhokseumawe**

##### **4.1.1 Sejarah Berdirinya Bank Aceh Syariah**

Gagasan untuk mendirikan Bank milik Pemerintah Daerah di Aceh tercetak atas prakarsa Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Atjeh. Setelah mendapat persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah peralihan Provinsi Aceh di Kutaraja (sekarang Banda Aceh) dengan Surat Keputusan No. TIDPRD/S tanggal 7 September 1957, beberapa orang mewakili Pemerintah Daerah menghadap Mula Pangihutan Tamboenan, wakil Notaris di Kutaraja untuk mendirikan suatu Bank dalam bentuk Perseroan Terbatas yang bernama “PT. Bank Kesejahteraan Atjeh NV” dengan modal dasar ditetapkan Rp. 25.000.000.<sup>63</sup>

Setelah beberapa kali perubahan Akte, barulah pada tanggal 2 Februari 1960 diperoleh izin dari Menteri Keuangan dengan Surat Keputusan No. 12096/BUM/II dan Pengesahan bentuk hukum dari Menteri Kehakiman dengan Surat Keputusan No. J.A.5/22/9 tanggal 18 Maret 1960. Pada saat itu PT Bank Kesejahteraan Aceh NV dipimpin oleh Teuku Djalil sebagai Direktur dan Komisaris sendiri atas nama Teuku Soelaiman Polem, Abdullah bin Muhammad Hoesin dan Moehammad Sanusi. Dengan ditetapkan Undang-Undang No. 13 Tahun 1962 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah, semua Bank milik Pemerintah Daerah yang sudah berdiri sebelumnya, harus menyesuaikan diri dengan Undang-Undang tersebut.

---

<sup>63</sup> Dokumentasi Bank Aceh Syariah 2013

Untuk memenuhi ketentuan ini maka pada tahun 1963 Pemerintah Daerah Provinsi Aceh Istimewa Aceh membuat Peraturan Daerah No. 12 Tahun 1963 sebagai landasan hukum berdirinya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Sepuluh tahun kemudian, atau tepatnya pada tanggal 7 April 1973, Gubernur Kepala Daerah Istimewa Aceh mengeluarkan Surat Keputusan No.54/1973 tentang Penetapan Pelaksanaan Pengalihan PT Bank Kesejahteraan Aceh NV, menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Peralihan status, baik bentuk hukum, hak dan kewajiban dan lainnya secara resmi terlaksana pada tanggal 6 Agustus 1973, yang dianggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh.

Untuk memperluas pangsa pasar dan mengakomodir kebutuhan segmen masyarakat yang belum terlayani oleh Bank Konvensional, khususnya berkaitan dengan masalah keyakinan serta di dukung oleh UU No. 7 Tahun 1997 tentang Perbankan yang kemudian disempurnakan dengan UU No. 10 Tahun 1998, membuka peluang yang seluas-luasnya kepada perbankan Nasional untuk mendirikan Bank Syariah maupun Kantor Cabangnya oleh Bank Konvensional, maka pada tanggal 28 Desember 2001 BPD Aceh mendirikan Unit Usaha Syariah dengan SK Direksi No. 047/DIR/SDM/XII/2001.

Dengan terbitnya izin pembuka Kantor Cabang Syariah dari Bank Indonesia No. 6/4/DPbs/Bna tanggal 19 Oktober 2004 maka dibukalah BPD Cabang Syariah di Banda Aceh yang beralamat di Jl. Tentara Pelajar Banda Aceh yang peresmianya dilakukan pada tanggal 5 November 2004.



Pasca Tsunami kegiatan Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh sempat terhenti dan beroperasi kembali pada tanggal 3 Januari 2005. Pada tanggal 21 Februari 2005 Bank Aceh syariah dipindahkan ke jalan mata ie, Ketapang Dua. Meskipun dengan kondisi yang jauh dan baru, namun Bank Aceh Syariah terhitung baik dalam perkembangannya. Hal ini terbukti dengan tingginya jumlah dana pihak ketiga yang mencapai Rp. 37,28 Miliar, tabungan mudharabah (tabungan firdaus) Rp. 9,6 miliar dan tabungan wadi'ah (tabungan sahara/haji) sebesar 2,3 miliar, deposito mudharabah sebesar Rp. 55,2 Miliar, sedangkan pembiayaan-pembiayaan di antaranya, Murabahah sebesar Rp. 22,8 miliar dan musyarakah Rp. 315 juta yang berhasil dihimpun.

Untuk memenuhi permintaan masyarakat Aceh yang tidak hanya di Ibukota Provinsi, Bank Aceh syariah melakukan ekspansi dengan membuka kantor cabang dan cabang pembantu di beberapa daerah di Aceh, diantaranya:

- 1) CABANG BANDA ACEH, Jl. T. Hasan Dek No, 42-44 Banda Aceh, dengan cabang pembantu:
  - a) Kantor Capem Keutapang
  - b) Kantor Capem IAIN Darussalam
  - c) Kantor Capem Lambaro
  - d) Kantor Capem Diponogoro
  - e) Kantor Capem Meulaboh
  - f) Kantor Capem Sigli
  - g) Kantor Capem Tapak Tuan

2) CABANG LHOKSEUMAWE, Jl. Samudera No. 29 Lhokseumawe, dengan

cabang pembantu :

- a) Kantor Capem Bireuen
- b) Kantor Capem Lhoksukon
- c) Kantor Capem Langsa
- d) Kantor Capem Takengon
- e) Kantor Capem Lhoknibong
- f) Kantor Capem Pantan Labu

#### **4.1.2 Visi dan Misi**

Adapun visi Bank Aceh Syariah adalah mewujudkan Bank Aceh Syariah menjadi bank yang syariah, sehat, tangguh, handal dan terpercaya serta dapat memberikan nilai tambah yang tinggi kepada mitra dan masyarakat. Sedangkan misi Bank Aceh Syariah adalah membantu dan mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui pengembangan dunia usaha dan pemberdayaan ekonomi rakyat, serta memberi nilai tambah kepada pemilik dan kesejahteraan kepada karyawan.

#### **4.1.3 Konsep Operasional Bank Aceh Syariah Cabang Lhokseumawe**

Sesuai dengan visi dan misinya yang terlibat aktif dalam membangun sektor riil melalui pembiayaan syariah, maka dalam menjalankannya Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe berada dalam koridor prinsip-prinsip sebagai berikut :

- 1) Keadilan. Prinsip ini mencerminkan dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil

dan pengambilan margin keuntungan yang disepakati bersamaan antara bank dan nasabah. Prinsip ini dipakai dalam produk pendanaan dan pembiayaan seperti wadi'ah, mudharabah, musyarakah, murabahah, ijarah, rahn, kafalah dan wakalah.

- 2) Kemitraan. Nasabah investor, pengguna dana dan bank berada dalam hubungan yang sejajar mitra usaha yang saling menguntungkan dan bertanggungjawab. Artinya suatu jalinan kerjasama usaha yang erat dan setara antara Bank dan nasabah yang merupakan srategis bisnis bersama dengan prinsip saling membutuhkan, saling memperbesar dan saling menguntungkan diikuti dengan pembinaan dan pengembangan secara berkelanjutan.
- 3) Transparansi. Diwujudkan melalui laporan keuangan yang terbuka secara berkesinambungan sehingga nasabah dapat dengan segera mengetahui kondisi keuangan dan kualitas manajemen bank. Misalnya laporan keuangan dapat di akses oleh nasabah dan masyarakat umum sesuai dengan ketentuan Bank Indonesia.
- 4) Universal dalam kemitraan. Bank Aceh Syariah bertekad menjadi alat yang ampuh untuk mendukung perkembangan usaha masyarakat tanpa membedakan suku, agama, ras dan antar golongan.

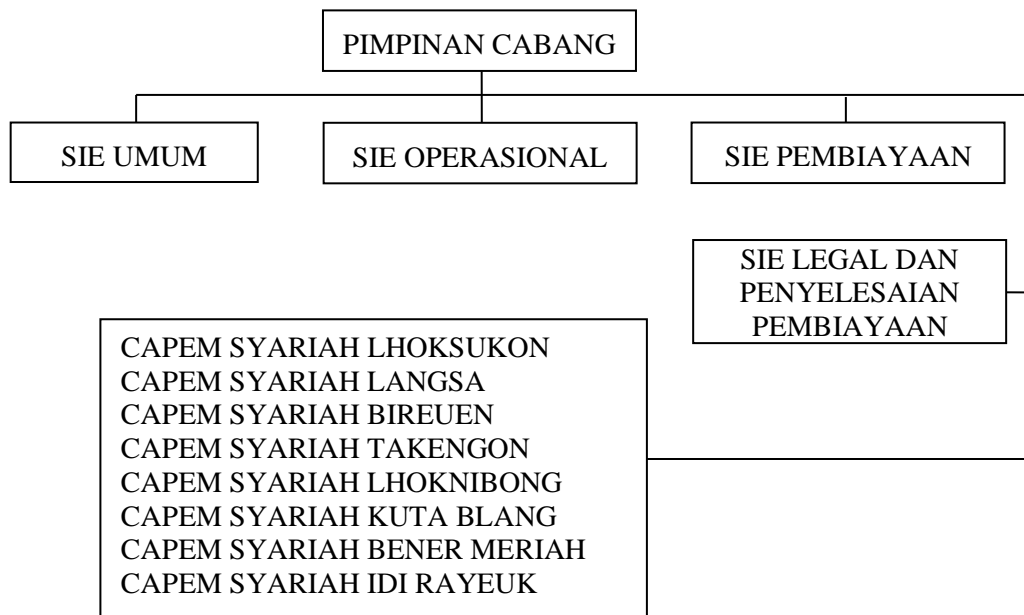
Selain prinsip-prinsip di atas, Bank Aceh Syariah Cabang Lhokseumawe juga memiliki keistimewaan yaitu berorientasi pada kebersamaan dalam hal:

- a) Mendorong kegiatan investasi dan mencegah terjadinya simpanan yang tidak produktif melalui prinsip bagi hasil,

- b) Mengembangkan produksi, menggalakkan perdagangan dan memperluas kesempatan kerja,
- c) Meratakan pendapatan melalui kegiatan investasi dengan prinsip bagi hasil yang diberlakukan kepada pihak pengguna dana dan bank serta sistem bagi hasil yang diberlakukan kepada bank dan pihak penyimpan dana,
- d) Mendorong tercapainya kestabilan ekonomi/moneter.

#### 4.1.4 Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 4.1. Struktur Organisasi PT. Bank Aceh Syariah Cabang Lhokseumawe

## **4.2 Hasil Penelitian**

### **4.2.1 Sosialisasi yang Dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe**

Sosialisasi merupakan proses interaksi sosial melalui mana kita mengenal cara-cara berpikir, berperasaan dan berperilaku sehingga dapat berperan secara efektif dalam masyarakat. Sosialisasi mempunyai arti sebagai proses yang dialami individu dari masyarakatnya mencakup kebiasaan, sikap, norma, nilai-nilai, pengetahuan, harapan, ketrampilan yang dalam proses tersebut ada kontrol sosial yang kompleks sehingga anak terbentuk menjadi individu sosial dan dapat berperan sesuai dengan apa yang diharapkan masyarakatnya. Sosialisasi diarahkan bagi kelangsungan masyarakat, kelompok sosial dan kebudayaan.

Sosialisasi sebagai salah satu bentuk informasi kepada masyarakat, sehingga Bank Syariah perlu melakukan sosialisasi kepada masyarakat untuk memperkenalkan bank syariah kepada masyarakat. Sosialisasi yang dilakukan bank merupakan salah satu langkah untuk kegiatan untuk memperkenalkan sistem syariah yang diterapkan sehingga sosialisasi berperan sebagai promosi.

Sosialisasi PT. Bank Aceh Syariah kepada masyarakat dilakukan sejak mulai beroperasi di Lhokseumawe tahun 2007 sebagai bentuk komunikasi dan informasi kepada masyarakat untuk memperkenalkan berbagai produk syariah yang sesuai dengan syariat Islam di bank tersebut, sehingga sosialisasi dapat menjadi promosi bagi bank tersebut dalam memperkenalkan kepada masyarakat.<sup>64</sup>

---

<sup>64</sup> Wawancara dengan karyawan PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe, pada tanggal 20 Mei 2017

Sosialisasi yang dilakukan PT. Bank Syariah bertujuan untuk memperkenalkan sistem perbankan syariah kepada masyarakat, karena kurang pemahaman masyarakat akan bank syariah membuat masyarakat tidak mau menjadi mitra atau nasabah bank syariah.<sup>65</sup> Sosialisasi menjadi suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.

Terbatasnya pengetahuan masyarakat terhadap bank syariah melahirkan persepsi yang keliru dan berdampak pada rendahnya keputusan masyarakat untuk memilih bank syariah. Bagi PT. Bank Aceh Syariah, sasaran utama sosialisasi adalah masyarakat dan kalangan pelajar maupun mahasiswa. Untuk itu sosialisasi secara konsekutif dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah, hal ini dilakukan dengan komitmen yang kuat dari seluruh sumber daya manusia yang ada di bank untuk mensosialisasikan dan mengimplementasikan prinsip syariah dalam keseluruhan praktik perbankan.

Sosialisasi terencana, adaptif dan menarik perlu dilakukan secara kontinyu oleh bank syariah, hal ini dapat dilakukan melalui penggunaan berbagai media yang ada dalam masyarakat seperti media elektronik, media cetak, maupun kelompok elite (pemerintah, tokoh agama dan tokoh masyarakat) untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap bank syariah.

---

<sup>65</sup> Wawancara dengan Kepala Kantor PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe, pada tanggal 20 Mei 2017

Adapun bentuk sosialisasi yang dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe berupa informasi tentang bank syariah dan produk-produk syariah. Sosialisasi yang dilakukan PT. Bank Aceh Syariah menggunakan media cetak, media elektronik, selain itu memanfaatkan ruang publik seperti baliho, spanduk, brosur, leaflet dan catalog. Sosialisasi juga dilakukan di lembaga pendidikan maupun dalam kegiatan-kegiatan yang bersifat sosial.<sup>66</sup>

Dalam sosialisasi dibutuhkan langkah-langkah yang menjadikan sosialisasi itu benar-benar dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan hasil akhir dari sosialisasi tersebut. Langkah-langkah yang dilakukan PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe yaitu melakukan survey tempat dan peserta, serta persiapan alat pendukung seperti alat tulis, kopian materi dan pemateri dan mempersiapkan souvenir. Selain itu, pihak PT. Bank Syariah bekerja sama dengan dinas pemerintah, lembaga pendidikan maupun lembaga sosial masyarakat lainnya guna memiliki sasaran objek sosialisasi.<sup>67</sup>

Sosialisasi yang dilakukan dengan memperkenalkan prinsip-prinsip universalitas dan inklusifitas perbankan syariah, aspek keunggulan komparatif, serta produk dan jasa yang dimiliki perlu diperkenalkan kepada masyarakat. Karena sosialisasi yang dilakukan tidak saja bertujuan untuk meminimalisir risiko mis persepsi masyarakat, tetapi sebagai proses penanaman nilai-nilai bank syariah sehingga dibutuhkan para sosialisasi yang handal.

---

<sup>66</sup> Wawancara dengan karyawan PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe, pada tanggal 20 Mei 2017

<sup>67</sup> Wawancara dengan Kepala Kantor PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe, pada tanggal 20 Mei 2017

Selama ini, sosialisasi yang dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah yaitu melalui media cetak seperti koran, dimana dalam media tersebut di publis berbagai hal mengenai bank syariah baik berupa keunggulan bank syariah maupun produk syariah. Selain itu juga dengan pemanfaatan ruang publik dengan menempatkan baliho maupun spanduk mengenai anjuran bergabung dengan bank syariah dengan menyertakan informasi yang menarik terhadap bank syariah.<sup>68</sup>

Adapun kegiatan lain yang dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah yaitu dengan mendatangi langsung ke lembaga pendidikan baik jenjang SMA maupun pendidikan tinggi, dimana dalam kunjungan tersebut, memberikan materi yang berhubungan dengan bank syariah dan menekankan perbuatan-perbuatan yang dilarang dalam Islam seperti pengharaman riba, selain memberikan materi tentang bank syariah juga menjadi sponsor di lembaga pendidikan tersebut jika sedang dilangsungkan suatu event ataupun kegiatan lainnya.

Selain mengunjungi lembaga pendidikan, PT. Bank Aceh Syariah juga bekerjasama dengan lembaga kemasyarakatan lainnya dalam bentuk sponsor, hal ini dimanfaatkan untuk menyebarkan nilai-nilai informasi mengenai bank syariah. Sejauh ini untuk kegiatan sosialisasi dalam bentuk sponsor dilakukan dengan ikut serta dalam pameran, kegiatan olahraga, serta kegiatan keagamaan. Adapun sosialisasi dalam kegiatan keagamaan dilakukan saat dakwah memperingati hari-hari besar Islam.<sup>69</sup>

---

<sup>68</sup> Wawancara dengan karyawan PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe, pada tanggal 20 Mei 2017

<sup>69</sup> Wawancara dengan Kepala Kantor PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe, pada tanggal 20 Mei 2017



Dalam melaksanakan sosialisasi, terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh PT. Bank Aceh Syariah, diantaranya terbatasnya pakar dan SDM ekonomi syariah, sehingga sosialisasi yang dilakukan hanya menjelaskan mengenai keunggulan dari produk-produk yang ditawarkan. Selain itu terbatasnya yang dikhususkan untuk sosialisasi juga menjadi kendala, dimana anggaran khusus untuk sosialisasi tentang perbankan syariah tidak ada, sehingga kegiatan sosialisasi perbankan syariah dilakukan pada kegiatan-kegiatan tertentu yang bukan program sosialisasi.<sup>70</sup>

Sosialisasi suatu proses yang membantu individu melalui belajar dan menyesuaikan diri, bagaimana cara hidup dan cara berfikir kelompoknya agar dapat berperan dan berfungsi dalam kelompoknya. Masyarakat secara spontan ikut sosialisasikan bank syariah yang telah diinformasikan sehingga semakin memahami maksud dan tujuan dari perbankan syariah. Agar informasi mengenai bank syariah yang akan disosialisasikan dapat dipahami, maka nara sumber atau pemateri harus mengetahui informasi apa yang akan menarik di sampaikan dan menemukan sudut dan judul yang layak.

Sosialisasi perbankan syariah merupakan suatu kegiatan yang bertujuan agar pihak yang di berikan informasi atau diajak, mau mematuhi kaidah dan nilai yang berlaku dan dianut oleh masyarakat. Tujuan akhir sosialisasi perbankan syariah adalah agar masyarakat bersikap dan bertindak sesuai dengan kaidah dan nilai yang ditawarkan yaitu mau menjadi nasabah ataupun mitra bank syariah.

---

<sup>70</sup> Wawancara dengan karyawan PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe, pada tanggal 20 Mei 2017

## 4.2.2 Pengaruh Sosialisasi Perbankan Terhadap Minat Menabung Nasabah

### PT. Bank Aceh Syariah Cabang Lhokseumawe

#### 1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe. Adapun besarnya responden sesuai dengan sampel penelitian, jumlah nasabah yang menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Adapun karakteristik dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

##### a. Jenis Kelamin Responden

Adapun karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**  
Jenis Kelamin

|       |           | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Laki-laki | 47        | 47.0    | 47.0          | 47.0               |
|       | Perempuan | 53        | 53.0    | 53.0          | 100.0              |
|       | Total     | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

kelamin laki-laki berjumlah 47 orang atau 47%, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 53 orang atau 53%. Jadi, jenis kelamin responden yang paling dominan dalam penelitian yaitu berjenis kelamin perempuan dengan persentase sebesar 53%.

##### b. Usia Responden

Selain itu, karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

|                  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid < 20 Tahun | 2         | 2.0     | 2.0           | 2.0                |
| 21-30 Tahun      | 31        | 31.0    | 31.0          | 33.0               |
| 31-40 Tahun      | 47        | 47.0    | 47.0          | 80.0               |
| > 40 Tahun       | 20        | 20.0    | 20.0          | 100.0              |
| Total            | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa responden yang berumur < 20 tahun berjumlah 2 orang (2%), responden berusia 21-30 tahun berjumlah 31 orang (31%), responden berusia 31-40 tahun berjumlah 47 orang (47%), dan responden yang berusia > 40 tahun berjumlah 20 orang (20%). Jadi, usia responden yang paling dominan dalam penelitian ini berusia 31-40 tahun yaitu sebesar 47%.

c. Pendidikan Terakhir Responden

Untuk karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat di lihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

|           | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid SMP | 13        | 13.0    | 13.0          | 13.0               |
| SMA       | 46        | 46.0    | 46.0          | 59.0               |
| Diploma   | 30        | 30.0    | 30.0          | 89.0               |
| Sarjana   | 11        | 11.0    | 11.0          | 100.0              |
| Total     | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa responden yang pendidikan terakhirnya SMP sebanyak 13 orang (13%), pendidikan SMA sebanyak 46 orang (46%), Diploma berjumlah 30 orang (30%) dan sarjana sebanyak 11

orang (11%). Jadi, pendidikan paling dominan yaitu SMA sebesar 50%.

d. Pekerjaan Responden

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

|                      | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid PNS            | 11        | 11.0    | 11.0          | 11.0               |
| Pegawai Swasta       | 14        | 14.0    | 14.0          | 25.0               |
| Wiraswasta           | 64        | 64.0    | 64.0          | 89.0               |
| Petani/Pekebun/Buruh | 11        | 11.0    | 11.0          | 100.0              |
| Total                | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa responden yang berprofesi sebagai PNS berjumlah 11 orang atau 11%, berprofesi sebagai pegawai swasta berjumlah 14 orang atau 14%, berprofesi sebagai wiraswasta berjumlah 64 orang atau 64%, sedangkan responden yang berprofesi sebagai petani/pekebun/buruh berjumlah 11 orang atau 11%. Jadi, pekerjaan responden yang paling dominan berprofesi sebagai wiraswasta sebesar 64%.

Berdasarkan uraian karakteristik responden di atas, dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin responden yang paling dominan yaitu perempuan, usia responden yang paling dominan yaitu berada pada usia 21-30 tahun, pendidikan terakhir responden yang paling dominan berada pada pendidikan SMA, sedangkan pekerjaan responden yang paling dominan yaitu berprofesi sebagai wiraswasta.

## 2. Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Hasil penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen dalam pengumpulan data akan sangat bergantung kepada baik buruknya kuesioner yang digunakan. Untuk menguji ketepatan pertanyaan dalam kuesioner digunakan analisis validitas sedangkan untuk menguji konsistensi dari seluruh pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner dilakukan dengan analisis reliabilitas.

### a. Pengujian Validitas Data

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan koefisien korelasi produk moment dari Karl Pearson. Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur yang digunakan dapat mengukur apa yang ingin diukur. Butir pertanyaan dikatakan valid apabila korelasi ( $r$ ) >  $r$ . Nilai  $r$  hitung adalah nilai-nilai yang berada dalam kolom “*corrected item total correlation*”.

Jika  $r$  hitung >  $r$  kritis (0,306), maka butir pertanyaan atau variabel tersebut valid. Untuk menghitungnya, penulis menggunakan bantuan *SPSS for windows*. Hasil perhitungan yang diperoleh dari masing-masing pertanyaan untuk menunjukkan validitas adalah sebagai berikut :

#### 1) Variabel Sosialisasi Perbankan Syariah (X)

Jumlah pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel sosialisasi perbankan syariah dalam penelitian ini sebanyak 10 pertanyaan. Hasil pengujian validitas pertanyaan tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Validitas untuk Variabel Sosialisasi Perbankan Syariah (X)**

| Item<br>Pertanyaan | <i>Corrected Item-Total<br/>Correlation (r-hitung)</i> | r-kritis | Hasil |
|--------------------|--|----------|-------|
| 1                  | 0,586  | 0,306    | Valid |
| 2                  | 0,660  | 0,306    | Valid |
| 3                  | 0,780  | 0,306    | Valid |
| 4                  | 0,642  | 0,306    | Valid |
| 5                  | 0,665  | 0,306    | Valid |
| 6                  | 0,683  | 0,306    | Valid |
| 7                  | 0,728  | 0,306    | Valid |
| 8                  | 0,597  | 0,306    | Valid |
| 9                  | 0,728  | 0,306    | Valid |
| 10                 | 0,680  | 0,306    | Valid |

*Sumber : Data Primer Diolah*

Hasil analisis diatas menunjukkan bahwa dari segi ketepatan dalam mengukur, seluruh pertanyaan yang digunakan dalam mengukur pertanyaan untuk variabel sosialisasi perbankan syariah (X) memiliki ketepatan yang baik. Ini terlihat dari besarnya koefisien validitas yang dihasilkan oleh setiap item pertanyaan yang semuanya di atas 0.306 atau bisa dikatakan bahwa  $r\text{-hitung} > r\text{-kritis}$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan untuk variabel sosialisasi perbankan syariah adalah valid.

## 2) Variabel Minat Menabung Nasabah (Y)

Jumlah pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel minat menabung nasabah adalah sebanyak 10 pertanyaan. Hasil pengujian validitas pertanyaan tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas untuk Variabel Minat Menabung Nasabah (Y)**

| Item<br>Pertanyaan | <i>Corrected Item-Total<br/>Correlation (r-hitung)</i> | r-kritis | Hasil |
|--------------------|--|----------|-------|
| 1                  | 0,611  | 0,306    | Valid |
| 2                  | 0,492  | 0,306    | Valid |
| 3                  | 0,603  | 0,306    | Valid |
| 4                  | 0,721  | 0,306    | Valid |
| 5                  | 0,759  | 0,306    | Valid |
| 6                  | 0,912  | 0,306    | Valid |
| 7                  | 0,817  | 0,306    | Valid |
| 8                  | 0,835  | 0,306    | Valid |
| 9                  | 0,683  | 0,306    | Valid |
| 10                 | 0,799  | 0,306    | Valid |

*Sumber : Data Primer Diolah*

Hasil analisis pada tabel di atas menunjukkan bahwa dari segi ketepatan dalam mengukur, seluruh pertanyaan yang digunakan dalam mengukur variabel minat menabung nasabah memiliki ketepatan yang baik. Ini terlihat dari besarnya koefisien validitas yang dihasilkan oleh setiap item pertanyaan yang semuanya di atas 0.306 atau bisa dikatakan bahwa  $r\text{-hitung} > r\text{-kritis}$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan untuk variabel minat menabung nasabah adalah valid.

b. Pengujian Reliabilitas Data

Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pedoman alat pengukur reliabilitas data menurut Imam Ghozali, dikatakan

reliable adalah jika nilai koefisien alpha di atas 0,60 ( $\alpha > 0,6$ ).

Adapun hasil hitung reliabilitas data dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas Data**

| Instrumen                         | Reliabilitas<br>( <i>Alpha</i> ) | Ket      |
|-----------------------------------|----------------------------------|----------|
| Sosialisasi Perbankan Syariah (X) | 0,910                            | Reliabel |
| Minat Menabung Nasabah (Y)        | 0,929                            | Reliabel |

*Sumber : Data Primer Diolah*

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel sosialisasi perbankan syariah (X) dapat dikatakan reliable karena nilai alpha di atas 0,60 yaitu sebesar 0,910 ( $0,910 > 0,60$ ). Sedangkan untuk variabel dependent yaitu minat menabung nasabah (Y) juga dapat dikatakan reliable karena nilai alpha di atas 0,60 yaitu sebesar 0,805 ( $0,929 > 0,60$ ).

Nilai koefisien reliabilitas ini menunjukkan hasil pengukuran yang dihasilkan oleh instrumen yang digunakan menunjukkan konsistensi yang cukup baik pada setiap responden. Atau dengan kata lain, persepsi responden mengenai pertanyaan yang digunakan sudah homogen.

### **3. Uji Asumsi Klasik**

#### **a. Normalitas Data**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas yang digunakan yaitu *Kolmogorov-Smirnov*



*Test.* Adapun kriteria pengujian adalah data residual tidak berdistribusi normal apabila nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov Test* adalah lebih kecil dari 0,05, maka data residual tidak berdistribusi normal, sebaliknya Apabila nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov Test* adalah lebih besar dari 0,05 maka data residual berdistribusi normal.

Adapun hasil uji *Kolmogorov-Smirnov Test* dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov Test***

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test |                | MINAT MENABUNG NASABAH |
|------------------------------------|----------------|------------------------|
| N                                  |                | 100                    |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>   | Mean           | 15.7600                |
|                                    | Std. Deviation | 2.49087                |
| Most Extreme Differences           | Absolute       | .101                   |
|                                    | Positive       | .076                   |
|                                    | Negative       | -.101                  |
| Kolmogorov-Smirnov Z               |                | 1.007                  |
| Asymp. Sig. (2-tailed)             |                | .263                   |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel uji *Kolmogorov-Smirnov Test* di atas, nilai *Asymp Sig* terlihat bahwa nilai probabilitas 0.263. Maka keputusan yang diambil adalah  $H_0$ . ( $0.263 > 0.05$ ). Jadi, sampel mewakili populasi (distribusi normal), hal ini berarti data residual terdistribusi normal.

#### **b. Uji Heteroskedastisitas**

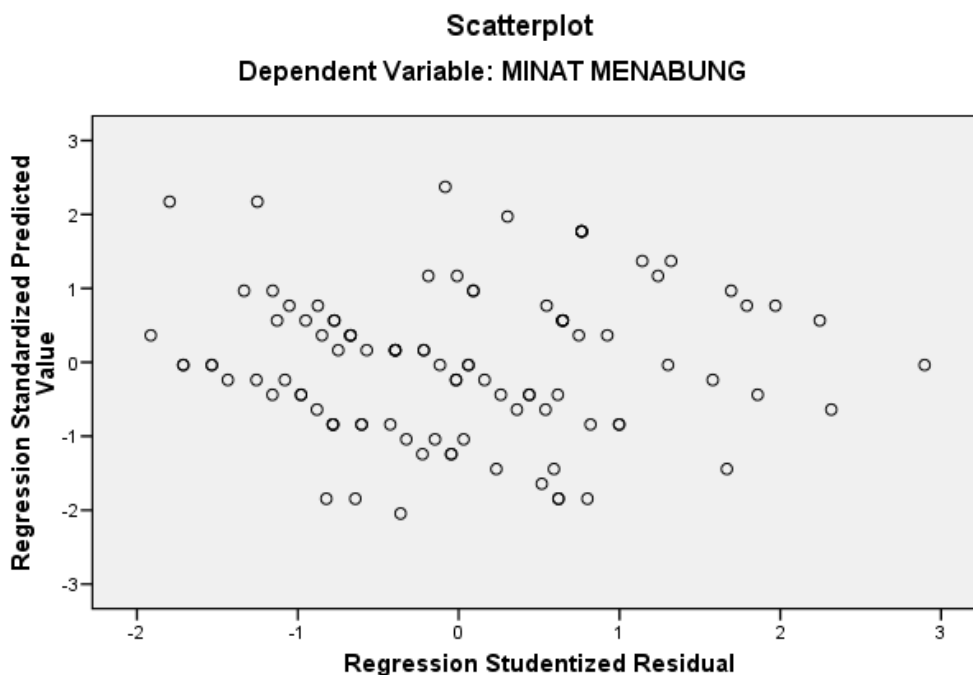
Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan

yang lain. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

Metode yang dapat dipakai untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah metode grafik. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas antar variabel independen dilihat dari grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat diketahui dengan dua hal, antara lain :

- 3) Jika pencaran data yang berupa titik-titik membentuk pola tertentu dan beraturan, maka terjadi masalah heteroskedastisitas.
- 4) Jika pencaran data yang berupa titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan menyebar diatas dan dibawah sumbu Y, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Adapun grafik hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:



#### Gambar 4.1 : Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar grafik scatterplot di atas dapat diketahui bahwa data (titik-titik) menyebar secara merata di atas dan di bawah garis nol, tidak berkumpul di satu tempat, serta tidak membentuk pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada uji regresi ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

#### 4. Analisis Model Regresi

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Persamaan regresi dapat dilihat dari tabel hasil uji *coefficients* berdasarkan output SPSS terhadap variabel independen yaitu sosialisasi perbankan syariah terhadap variabel dependent yaitu minat menabung nasabah PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe.

Adapun hasil uji regresi berdasarkan output SPSS dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Analisis Regresi**

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model | Unstandardized Coefficients   |            | Standardized Coefficients | t    | Sig.  |      |
|-------|-------------------------------|------------|---------------------------|------|-------|------|
|       | B                             | Std. Error | Beta                      |      |       |      |
| 1     | (Constant)                    | .870       | 1.492                     |      | .583  | .561 |
|       | SOSIALISASI PERBANKAN SYARIAH | .303       | .131                      | .194 | 2.314 | .002 |

a. Dependent Variable: MINAT MENABUNG NASABAH

Berdasarkan pada tabel di atas, terlihat bahwa nilai konstanta ( $\alpha$ ) = 0,870 dan koefisien regresi ( $\beta$ ) = 0,303. Nilai konstanta dan koefisien regresi ( $\alpha$ ,  $\beta$ ) ini dimasukkan dalam persamaan regresi berikut ini :

$$Y = \alpha + \beta X + \varepsilon$$

Sehingga, persamaan regresinya menjadi sebagai berikut :

$$Y = 0,870 + 0,303X + \varepsilon$$

Dari persamaan regresi linear diatas, dapat dijelaskan bahwa:

- 1) Konstanta ( $\alpha$ ) = 0,870 artinya apabila tidak ada variabel sosialisasi perbankan syariah (X) atau nilai variabel  $X = 0$ , maka minat menabung nasabah (Y) meningkat sebanyak 0,870 satuan atau sebesar 8,7%.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel sosialisasi perbankan syariah (X) = 0,303 berarti bila variabel lain 0, maka minat menabung nasabah (Y) akan mengalami peningkatan sebanyak 0,303 satuan atau 3,03%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara sosialisasi dengan minat menabung nasabah. Semakin meningkat nilai sosialisasi perbankan syariah, maka semakin naik minat menabung nasabah.

## 5. Pengujian Hipotesis

### a. Uji-t

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (sosialisasi perbankan syariah) terhadap variabel terikat (minat menabung nasabah). Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ho : Sosialisasi perbankan syariah tidak berpengaruh terhadap minat menabung nasabah PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe.

Ha : Sosialisasi perbankan syariah berpengaruh terhadap minat menabung nasabah PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe.

Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dengan tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% ( $\alpha =$

0,05). Sebelum membandingkan maka terlebih dahulu di cari  $t_{tabel}$ .

Sebelum menentukan nilai  $t_{tabel}$ , maka terlebih dahulu di cari *degree of freedom* atau derajat bebas (df). Adapun derajat bebas dengan jumlah sampel (n) = 100 dan jumlah variabel penelitian (k) = 2 adalah (df) = n-k-1 = 100-2-1 = 97. Jika di lihat dari tabel *t*, maka nilainya sebesar 1,661.

Adapun hasil pengujian uji *t* dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.9 di atas. Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai  $t_{hitung}$  untuk sosialisasi perbankan syariah terhadap minat menabung nasabah PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe sebesar 2,314. Hasil ini menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (2,314 > 1,661). Sedangkan signifikansinya sebesar 0,002, hal ini menunjukkan bahwa tingkat signifikansi hitung lebih kecil dari pada 0,05 (0,002 < 0,05) maka membuktikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Sehingga dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa sosialisasi perbankan syariah berpengaruh terhadap minat menabung nasabah PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe. Dengan kata lain pada tingkat kepercayaan 95% menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan sosialisasi perbankan syariah terhadap minat menabung nasabah.

#### **b. Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Koefisien korelasi menunjukkan kekuatan (*strength*) hubungan linear dan arah hubungan dua variabel. Adapun hasil perhitungan koefisien korelasi dan determinasi penelitian ini dapat terlihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

**Model Summary**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .651 <sup>a</sup> | .592     | .451              | 1.20875                    |

a. Predictors: (Constant), Sosialisasi Perbankan Syariah

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa nilai korelasi ( $R$ ) sebesar 0,651. Jika berpedoman pada tabel korelasi maka nilai korelasi tersebut berada pada frekuensi 0,40 – 0,599 yang berarti berada pada kategori sedang. Jadi kekuatan (*strength*) hubungan antara sosialisasi perbankan syariah ( $X$ ) dengan minat menabung nasabah ( $Y$ ) berada pada kategori sedang.

Adapun determinasinya ( $R^2$ ) atau besarnya hubungan antara dua variabel yang dilihat dari nilai *adjusted R Square* ( $R^2$ ) adalah sebesar 0,451. Artinya, besar presentase variasi minat menabung nasabah ( $Y$ ) PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe yang bisa dijelaskan oleh variasi dari sosialisasi perbankan syariah ( $X$ ) sebesar 45,1%, sedangkan sisanya sebesar 54,9% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar variabel penelitian seperti kualitas pelayanan, lokasi dan promosi.

### **4.3 Pembahasan**

Sosialisasi perbankan syariah yang dilakukan PT. Bank Aceh Syariah dilakukan sebagai bentuk komunikasi dan informasi kepada masyarakat untuk memperkenalkan berbagai produk syariah, sehingga sosialisasi dapat menjadi promosi bagi bank tersebut dalam memperkenalkan kepada masyarakat. Terbatasnya pengetahuan masyarakat terhadap bank syariah melahirkan persepsi yang keliru dan berdampak pada rendahnya keputusan masyarakat untuk memilih bank syariah menjadi dasar dilakukan sosialisasi oleh PT. Bank Aceh Syariah.

Bentuk sosialisasi yang dilakukan oleh PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe berupa informasi tentang bank syariah dan produk-produk syariah. Sosialisasi yang dilakukan PT. Bank Aceh Syariah menggunakan media cetak, media elektronik, selain itu memanfaatkan ruang publik seperti baliho, spanduk, brosur, leaflet dan catalog. Sosialisasi juga dilakukan di lembaga pendidikan maupun dalam kegiatan-kegiatan yang bersifat sosial.

Kendala yang dihadapi oleh PT. Bank Aceh Syariah dalam melakukan sosialisasi yaitu terbatasnya pakar dan SDM ekonomi syariah dan itu terbatasnya dana yang dikhususkan untuk program sosialisasi, sehingga sosialisasi yang dilakukan hanya menjelaskan mengenai keunggulan dari produk-produk yang dilakukan pada kegiatan-kegiatan tertentu yang bukan program sosialisasi dalam bentuk sponsor kegiatan event tertentu seperti pameran, kegiatan olahraga, serta kegiatan keagamaan melali dakwah memperingati hari-hari besar Islam.

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh sosialisasi perbankan syariah terhadap minat menabung nasabah PT. Bank Aceh Syariah Cabang Lhokseumawe, menunjukkan bahwa sosialisasi perbankan syariah mempengaruhi minat menabung nasabah yang dibuktikan dengan hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,314 > 1,661$ ).

Hasil analisis yang menunjukkan bahwa sosialisasi perbankan syariah berpengaruh terhadap minat menabung nasabah PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe, menandakan bahwa semakin baik dan sering dilakukan sosialisasi perbankan syariah maka minat menabung nasabah akan semakin tinggi. Sosialisasi perlu dilakukan secara kontinyu an efektif baik sosialisasi terencana, adaptif dan menarik, baik melalui media elektronik, media cetak maupun kelompok elite (pemerintah, tokoh agama, dan tokoh masyarakat) untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap bank syariah.

Menurut Kridawati Sadhana, sosialisasi yang efektif dan intensif perlu ditekankan pada hakikat bank syariah terutama prinsip-prinsip universalitas dan inklusifitas perbankan syariah, aspek keunggulan komperatif bank syariah serta produk dan jasa yang dimiliki oleh Bank Syariah. Sebab ekonomi syariah bukanlah ajaran agama tertentu, tetapi adalah nilai-nilai keadilan, kejujuran, tranparansi, tanggung jawab, yang menjadi nilai universal bagi semua orang. Nilai-nilai itu berasal dari al-Qur'an dan Hadits.<sup>71</sup>

M. Nur Rianto Al Arif yang menyatakan bahwa hubungan antara intensitas sosialisasi yang tinggi oleh perbankan syariah dapat mempengaruhi

---

<sup>71</sup> Kridawati Sadhana, *Sosialisasi dan Persepsi Bank Syariah*. (Malang: FISIP Universitas Merdeka, 2010), h. 87



masyarakat secara umum, dimana fungsi yang terkandung adalah menarik perhatian dan mampu menarik calon nasabah baru sekaligus mempertahankan kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah.<sup>72</sup>

Salah satu cara memperkenalkan perbankan syariah kepada masyarakat adalah dengan cara sosialisasi yang masif dan preventif. Pelaksanaan sosialisasi dan edukasi publik perbankan syariah akan efektif mencapai sasarannya antara lain karena adanya iklan maupun media promosi yang lain yang memadai.

Tujuan diterapkannya sosialisasi sebuah perusahaan adalah memberi kepuasan kepada konsumen, jadi perusahaan harus melakukan promosi terarah sesuai dengan keinginan konsumen. Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwa sosialisasi yang telah dilakukan oleh berbagai pihak merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap minat menabung nasabah.

Jadi, penulis dapat menggambarkan bahwa; meskipun variable dapat menunjukkan masing-masing pengaruhnya, namun banyaknya nilai yang dapat menjelaskan hubungan signifikansinya adalah sekitar 45,1%, sehingga indikator lain di luar penulisan penelitian ini masih terbuka sebanyak 54,9%. Hal tersebut merupakan tugas kita semua baik selaku akademisi, praktisi dan para peneliti yang serius menekuni bidang perbankan syariah, agar dapat mengungkap persoalan dalam sistem ekonomi Islam, khususnya tentang sosialisasi dan pengembangan perbankan syariah.

---

<sup>72</sup> *Ibid...*, h. 98

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Sosialisasi yang dilakukan PT. Bank Aceh Syariah sebagai bentuk komunikasi dan informasi kepada masyarakat untuk memperkenalkan berbagai produk syariah. Bentuk sosialisasi dilakukan berupa informasi tentang bank syariah dan produk-produk syariah yang menggunakan media cetak, media elektronik, selain itu memanfaatkan ruang publik seperti baliho, spanduk, brosur, leaflet dan catalog. Sosialisasi juga dilakukan di lembaga pendidikan maupun dalam kegiatan-kegiatan yang bersifat sosial. Sosialisasi dilakukan dengan menjelaskan jenis dan keunggulan produk-produk pada kegiatan kemasyarakatan dengan menjadi seperti pameran, kegiatan olahraga, serta kegiatan keagamaan melali dakwah memperingati hari-hari besar Islam.
2. Sosialisasi perbankan syariah mempengaruhi minat menabung nasabah PT. Bank Aceh Syariah dengan hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,314 > 1,661$ ). Variable sosialisasi menjelaskan hubungan signifikansinya sekitar 45,1% artinya sebesar 45,1% variasi minat menabung nasabah PT. Bank Aceh Syariah cabang Lhokseumawe yang bisa dijelaskan oleh variasi dari sosialisasi perbankan syariah, sehingga indikator lain di luar penulisan penelitian ini masih terbuka sebanyak 54,9%, indikator tersebut dapat kualitas pelayanan, lokasi dan promosi.

## 5.2 Saran

Beberapa saran yang penulis ajukan sebagai berikut:

1. Mengingat pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap bank syariah masih rendah, maka diperlukan sosialisasi tentang bank syariah secara intensif, komprehensif dan terstruktur termasuk mengedepankan aspek rasionalitas ekonomi, bukan semata pertimbangan emosional keagamaan. Sejalan dengan upaya tersebut, bank syariah juga harus meningkatkan kinerja terutama menyangkut fasilitas, aksesibilitas dan kemampuan sumberdaya manusianya, sehingga dapat bersaing dengan bank konvensional dalam penyediaan pelayanan.
2. Untuk lebih mempercepat proses sosialisasi dan peningkatan pemahaman masyarakat terhadap bank syariah, maka keikutsertaan institusi keagamaan (pesantren, ulama dan organisasi keagamaan) perlu ditingkatkan, termasuk didalamnya adalah institusi Dewan Pengawas Syariah.
3. Diharapkan untuk penelitian lanjutan menggunakan pendekatan penelitian yang berbeda untuk melihat pelaksanaan sosialisasi perbankan syariah sehingga adanya temuan baru.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amir Mahmud dan Rukmana, *Bank Syariah Teori, Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*. Jakarta: Erlangga, 2010
- Andri Sometra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2010
- Ascarya, *Akad Dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007
- Dessy anwar, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Amelia, 2005
- Gemala Dewi, S.H., LL.M, *Aspek-aspek Hukum Perbankan dan Perasuransian Syariah di Indonesia*. Jakarta: Kencana, 2007
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Cet. 3. Jakarta: Prenada Pramedia, 2008
- Karim, Adiwarman A, *Bank Islam Analisis Fiqh Dan Keuangan*. Jakarta: raja grafindo persada, 2006
- Lukman Dandawijaya, *Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001
- Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Bagi Bankir Dan Praktisi Keuangan*. Jakarta: Tazkia Intitute, 2001
- M. Nur Rianto Al Arif. *Lembaga Keuangan Syariah: Suatu kajian Teoritis Praktis*. Bandung: Pustaka Setia, 2012
- M. Sholahuddin, *Lembaga Ekonomi Dan Keuangan Islam*. Surakarta: UMS Press, 2006
- Pengenalan Perbankan Indonesia (PPI), *Bank dan Lembaga Keuangan*. Terbit 5 Mei 2005
- Philip Kotler, *Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, terj. Ancella Anitawati Hermawan. Jakarta: Salemba Empat, 1995
- Rahmat A. Setianto, *Sosialisasi Perbankan Syariah Melalui Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Penelitian. Tahun 2011
- Ramdan, Edi, *Pengaruh Minimnya Sosialisasi Perbankan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Memilih Bank Syariah*, Tesis, Tahun 2010
- Rizal Yaya, dkk. *Akuntansi Perbankan Syariah: Teori dan Praktik Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat, 2009

Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Islam dan Kedudukannya Dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*. Jakarta: Pustaka Ulama Grafiti, 2009

Tim Penyusun Kamus Pembina dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1999.

Umar Vadillo, *Bank Tetap Haram, Kritik Terhadap Kapitalisme, Sosialisme & Perbankan Syariah*. Jakarta: PUZAM, 2003

Warkum Sumitro, *Asas-asas Perbankan Islam dan Lembaga Terkait*. Jakarta: Raja Grafindo persada, 2000

Wirduyaningsih, dkk. *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana Prenada Media, 2005

[Http://suchideppyanita.blogspot.com/2011/10/pengertian-pengaruh.html](http://suchideppyanita.blogspot.com/2011/10/pengertian-pengaruh.html). diakses pada 10 Desember 2016.

[Http://peoplemeetme.com/marketing-basic-theory-aida.html](http://peoplemeetme.com/marketing-basic-theory-aida.html). di akses pada tanggal 13 Desember 2016

[Http://id.shvoong.com/social\\_sciences/sociology/1943452-pengertian-sosialisasi](http://id.shvoong.com/social_sciences/sociology/1943452-pengertian-sosialisasi). di akses pada tanggal 10 Desember 2016

<http://id.wikipedia.org/wiki/nasabah>, diakses pada tanggal 08 Oktober 2016

[Http://id.shvoong.com/social\\_sciences/sociology/1943452-pengertian-sosialisasi/](http://id.shvoong.com/social_sciences/sociology/1943452-pengertian-sosialisasi/) diakses pada 10 Desember 2016.

<http://belajar.spikologi.com/15664-pengertian-minat/html>. Diakses pada tanggal 09 Desember 2016

RUU No. 10 Tahun 1998 tentang Bank Umum dan Bank Syariah

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan

Undang-Undang Nomor 23 tahun 1999 tentang Bank Indonesia

Undang-undang No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah