

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berdasarkan prinsip perbankan di Indonesia, bank mempunyai fungsi utama sebagai lembaga intermediasi (*intermediary institution*). Artinya, lembaga bank adalah lembaga yang dalam aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang yang merupakan alat pelancar terjadinya kegiatan perdagangan.¹

Pembangunan Indonesia di bidang ekonomi ditunjang oleh Bank sebagai bagian integral dari perekonomian nasional yang diarahkan menjadi penggerak utama pembangunan ekonomi, meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui pemerataan kegiatan pembangunan dan hasil-hasilnya, serta memperluas kesempatan usaha dan lapangan kerja menuju terwujudnya perekonomian nasional yang tangguh dan mandiri. Menurut UU RI No 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, dapat disimpulkan bahwa usaha perbankan meliputi tiga kegiatan, yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa bank lainnya.² Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok bank, sedangkan memberikan jasa bank lainnya hanya kegiatan pendukung. Kegiatan menghimpun dana, berupa mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan giro, tabungan, dan deposito, biasanya

¹ M. Faisal Abdullah, *Manajemen Perbankan Teknis Analisis Kinerja Keuangan Bank*, (Malang: UMM Press, 2003), h. 20

² Departemen Keuangan RI, *UU RI No 10 Tahun 1998 tentang Perbankan*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999) h.3

sambil diberikan balas jasa yang menarik seperti, bunga dan hadiah dan atau bagi hasil (khusus bank syariah) sebagai rangsangan bagi masyarakat. Kegiatan menyalurkan dana, berupa pemberian pinjaman kepada masyarakat. Sedangkan jasa-jasa perbankan lainnya diberikan untuk mendukung kelancaran kegiatan utama tersebut.

Bank sebagai wadah kegiatan ekonomi diarahkan agar semakin memiliki kemampuan menjadi badan usaha yang efektif dan tangguh dalam membantu perekonomian masyarakat dan perlu makin ditingkatkan perannya dalam membantu perekonomian, terutama di daerah tempat berdirinya bank tersebut. Pelaksanaan fungsi dan peranan bank perlu ditingkatkan melalui upaya peningkatan semangat kebersamaan dan manajemen yang lebih profesional. Peran aktif masyarakat menumbuh-kembangkan bank harus terus ditingkatkan dengan meningkatkan kesadaran dan kegairahan menabung masyarakat serta menghimpun dana di bank.

Adanya bank tentunya memberikan manfaat bagi banyak pihak, manfaat tersebut antara lain:

1. Sebagai model investasi, yang berarti, transaksi derivatif dapat dijadikan sebagai salah satu model berinvestasi. Walaupun pada umumnya merupakan jenis investasi jangka pendek (*yield enhancement*).
2. Sebagai cara lindung nilai, yang berarti, transaksi derivatif dapat berfungsi sebagai salah satu cara untuk menghilangkan risiko dengan jalan lindung nilai (*hedging*), atau disebut juga sebagai *risk management*.

3. Informasi harga, yang berarti, transaksi derivatif dapat berfungsi sebagai sarana mencari atau memberikan informasi tentang harga barang komoditi tertentu dikemudian hari (*price discovery*).
4. Fungsi spekulatif, yang berarti, transaksi derivatif dapat memberikan kesempatan spekulasi (untung-untungan) terhadap perubahan nilai pasar dari transaksi derivatif itu sendiri.
5. Fungsi manajemen produksi berjalan dengan baik dan efisien, yang berarti, transaksi derivatif dapat memberikan gambaran kepada manajemen produksi sebuah produsen dalam menilai suatu permintaan dan kebutuhan pasar di masa mendatang.³

Terlepas dari fungsi-fungsi perbankan (bank) yang utama atau turunannya, maka yang perlu diperhatikan untuk dunia perbankan, ialah tujuan secara filosofis dari eksistensi bank di Indonesia. Hal ini sangat jelas tercermin dalam Pasal empat (4) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang menjelaskan, "Perbankan Indonesia bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak"⁴. Meninjau lebih dalam terhadap kegiatan usaha bank, maka bank (perbankan) Indonesia dalam melakukan usahanya harus didasarkan atas asas demokrasi ekonomi yang menggunakan prinsip kehati-hatian. Hal ini, jelas tergambar, karena secara filosofis bank memiliki fungsi makro dan mikro terhadap proses pembangunan bangsa.

³ Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank Edisi revisi* (Yogyakarta: Liberti, 2007), h. 225

⁴ Departemen Keuangan RI, *op.cit.*, h.5

Perkembangan dunia perbankan telah terlihat kompleks, dengan berbagai macam jenis produk dan sistem usaha dalam berbagai keunggulan kompetitif. Kekomplekan ini telah menciptakan suatu sistem dan pesaing baru dalam dunia perbankan, bukan hanya persaingan antar bank tetapi juga antara bank dengan lembaga keuangan. Sebuah fenomena nyata yang telah menuntut manajer keuangan bank untuk lebih antisipatif terhadap perubahan yang terjadi dalam dunia perbankan.

Pembangunan bank didukung melalui pemberian kesempatan berusaha seluas-luasnya di segala sektor kegiatan ekonomi, baik di luar maupun di dalam negeri dan menciptakan iklim usaha yang mendukung dengan kemudahan memperoleh modal dan adanya fasilitas-fasilitas yang diberikan oleh bank itu dalam bentuk tabungan. Fasilitas tersebut dapat membantu meningkatkan serta mengembangkan pertumbuhan pembangunan yang berkesinambungan.

Di antara bank yang berkembang pesat di Kalimantan Selatan adalah Bank Kalsel. Bank Kalimantan Selatan adalah Bank milik Pemerintah Provinsi Kalimantan Selatan bersama-sama dengan Pemerintah Kota/Kabupaten Se-Kalimantan Selatan yang didirikan pada tanggal 25 Maret 1964 atas dasar Peraturan Daerah Tingkat I Kalimantan Selatan Nomor 4 tahun 1964, Perda tersebut terbit sebagai tindak lanjut dari adanya Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1962 tentang ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah dengan modal dasar sebesar Rp100.000.000,-(Seratus Juta Rupiah) serta memperoleh ijin usaha dari Menteri Urusan Bank Sentral/Gubernur Bank Indonesia sesuai dengan Surat Keputusan Nomor 26/UBS/65 tanggal 31 Maret 1965.

Seiring perjalanan waktu, guna penyesuaian terhadap berbagai perubahan yang terjadi, telah dilakukan beberapa kali pergantian Peraturan Daerah. Saat ini landasan hukum yang mengatur pendirian Bank Kalsel adalah Peraturan Daerah Propinsi Kalimantan Selatan Nomor 11 Tahun 2008, dimana modal dasar Bank ditetapkan sebesar Rp500.000.000.000,- (Lima Ratus Miliar Rupiah).

Tujuan pendirian Bank Kalsel adalah untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan Daerah serta sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat melalui kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip konvensional maupun syariah.

Bank Kalsel sebagai salah satu alat kelengkapan otonomi daerah di bidang perbankan mempunyai tugas:

1. Sebagai penggerak dan pendorong laju pembangunan di Daerah;
2. Sebagai pemegang Kas Daerah dan atau melaksanakan penyimpanan uang Daerah;
3. Sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD);
4. Turut membina lembaga perkreditan (BKK & LPUK) dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) milik Pemerintah Propinsi dan Pemerintah Kabupaten/Kota.⁵

Upaya peningkatan minat menabung dan penghimpunan dana pada Bank Kalsel dilaksanakan dengan berbagai strategi dan promosi yang diharapkan dapat

⁵ <http://www.bpdkalsel.com>, diakses tanggal 23 Februari 2015

meningkatkan minat menabung nasabah pada Bank Kalsel, di antaranya dengan melakukan kerjasama kepada sekolah-sekolah yang ada di kota Banjarmasin.

Berdasarkan observasi awal ke beberapa sekolah yang bekerjasama dengan Bank Kalsel, di antaranya pada SDN Mawar 1, SDN Teluk Dalam 10, SDN Seberang Masjid dan SDN Pasar Lama 1, setelah adanya kas keliling dari Bank Kalsel ke sekolah-sekolah, minat menabung anak menjadi meningkat dan kepercayaan orang tua juga semakin meningkat. Hal ini terbukti dengan peningkatan saldo menabung anak yang meningkat secara signifikan.

Tercatat pada saldo total tabungan siswa selama tiga tahun terakhir meningkat. Peningkatan saldo menabung pada SDN Seberang Masjid sebagai berikut: Total tabungan pada tahun 2011 adalah Rp.749.321,00 dan meningkat pada tahun 2012 menjadi Rp.790.686,00. Hal ini terlihat, telah terjadi peningkatan sekitar Rp.41.365,00 atau sebanyak 5,52%, sedangkan dari tahun 2012 sampai 2013 terjadi peningkatan dari Rp. 790.686,00 menjadi Rp.895.466,00 atau meningkat sebanyak Rp.104.780,00 atau sebanyak 13,25%. Jadi, terjadi peningkatan tabungan dari tahun 2011 hingga tahun 2013 sebanyak Rp.146.145,00 atau meningkat sebanyak 9,39%.⁶

Demikian pula yang terjadi pada SDN Pasar Lama 1, peningkatan jumlah tabungan yang terjadi sejak tahun 2011 adalah sebagai berikut: Total Penghimpunan Dana pada tahun 2011 adalah 1.004.428 dan meningkat pada tahun 2012 menjadi 1.246.611. terjadi peningkatan sekitar 422.183 atau 14,05%, sedangkan dari tahun 2012 sampai 2013 terjadi peningkatan dari 1.246.611

⁶ Data Dokumen Tata Usaha SDN Seberang Masjid Tahun Pelajaran 2014-2015

menjadi 2.530.759 atau meningkat sebanyak 1.284.148 atau sebanyak 39,55%. Jadi, terjadi peningkatan penghimpunan dana dari tahun 2011 hingga tahun 2013 sebanyak 1.706.331 atau meningkat sebanyak 26,8%.

Oleh sebab itu berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul **“Peningkatan Minat Menabung Melalui Kerjasama Bank Kalsel dengan Sekolah-Sekolah di Kota Banjarmasin”**.

B. Rumusan Masalah

Dengan demikian permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk kerjasama yang dilakukan oleh Bank Kalsel dengan sekolah-sekolah di kota Banjarmasin?
2. Bagaimana peningkatan minat menabung melalui kerjasama Bank Kalsel dengan sekolah-sekolah di Kota Banjarmasin?
3. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam tentang kerjasama Bank Kalsel dengan sekolah-sekolah di Kota Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui bentuk kerjasama yang dilakukan oleh Bank Kalsel dengan sekolah-sekolah di kota Banjarmasin.

2. Untuk mengetahui peningkatan minat menabung melalui kerjasama Bank Kalsel dengan sekolah-sekolah di Kota Banjarmasin.
3. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam tentang kerjasama Bank Kalsel dengan sekolah-sekolah di Kota Banjarmasin.

D. Signifikansi Penelitian

Adapun signifikansi dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Bank Kalsel

Memberikan masukan kepada pihak Bank dalam upaya meningkatkan kinerja operasional dan pelayanannya secara lebih baik.

2. Penelitian

Sebagai sumber informasi bagi penelitian-penelitian yang akan datang, serta dapat memberikan kontribusi keilmuan kepada semua civitas akademik dalam bidang manajemen perbankan khususnya manajemen pemasaran.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahan dalam memahami judul penelitian ini, penulis merasa perlu untuk membatasi maknanya istilah yang ada pada judul penelitian dalam sebuah definisi yang bersifat operasional sebagai berikut:

1. Peningkatan

Peningkatan secara etimologis berarti perubahan dari titik nol kepada titik yang berkelanjutan,⁷ sedangkan secara terminologis berarti suatu usaha untuk meningkatkan kadar atau kualitas seseorang atau sesuatu. Adapun yang dimaksud dengan peningkatan pada penelitian ini adalah suatu usaha untuk meningkatkan kadar atau kualitas minat yang ada di dalam diri siswa untuk menabung.

2. Minat

Minat adalah suatu rasa dan suatu ketertarikan pada sesuatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh dan timbul tidak secara tiba-tiba atau spontan, melainkan timbul akibat partisipasi, pengetahuan dan kebiasaan. Minat juga diartikan sebagai kondisi yang terjadi disertai perasaan senang dihubungkan dengan kebutuhan atau keinginannya sendiri. Minat dianggap sebagai perantara faktor-faktor motivasional yang mempunyai dampak pada suatu perilaku.⁸

Adapun yang dimaksud dengan minat pada penelitian ini adalah ketertarikan atau perasaan senang siswa untuk menabung yang timbul akibat kerjasama yang dilakukan oleh bank Kalsel dengan sekolah dalam memberikan layanan menabung.

3. Menabung

Menabung berarti menyimpan pendapatan yang tidak dibelanjakan untuk keperluan konsumsi. Menabung dalam hal ini bukan berarti sisa pendapatan setelah semua keperluan konsumsi dipenuhi, melainkan suatu pilihan antara

⁷ W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Besar Umum Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2006), h. 880

⁸ Mahmud Amir. 2008. *Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Mengikuti Pendidikan Profesi Akuntan*. Jurnal Pendidikan Ekonomi Vol 3 No.1 Februari 2008.

membelanjakannya atau tidak.⁹ Adapun maksud dari menabung pada penelitian ini adalah penggunaan layanan tabungan pada bank Kalsel yang dilakukan oleh siswa-siswa sekolah dasar di kota Banjarmasin.

4. Kerjasama

Kerjasama berarti suatu kegiatan yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dengan memberikan kontribusi masing-masing yang bersifat saling menguntungkan. Adapun yang dimaksud dengan kerjasama pada penelitian ini adalah kerjasama dalam penghimpunan dan pengelolaan tabungan siswa.

F. Kajian Pustaka

Adapun penelitian-penelitian terdahulu yang terkait dengan minat menabung adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Sisca Aulia (NIM.01397688) Universitas Sunan Kalijaga pada tahun 2013 dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Manabung pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta” dengan hasil yang menyatakan bahwa faktor pelayanan, nisbah bagi hasil dan faktor kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta.
2. Penelitian yang dilakukan Fakhruddinor (NIM. A1A107212) Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin pada tahun 2012 dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Muara” dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa

⁹ Ace Partadiredja, *Pengantar Ekonomika*. (Yogyakarta: BPFE, 1995), h. 64

terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat menabung pada Bank Rakyat Indonesia Cabang Muara Uya.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Jumi Yati (Nim: 0901160794) Institut Agama Islam Negeri Antasari Banjarmasin dengan judul “Pengaruh Tingkat Pengetahuan Nasabah Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Minat Nasabah Pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Banjarmasin” dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa tingkat pengetahuan nasabah mengenai perbankan syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung nasabah.

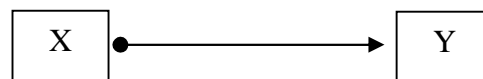
Dari beberapa penelitian di atas, tidak satu pun penelitian yang membahas tentang peningkatan minat nasabah melalui kerjasama-kerjasama terhadap pihak sekolah di kota Banjarmasin, sehingga penelitian ini layak untuk dilaksanakan dan tidak termasuk penelitian yang bersifat plagiat.

G. Kerangka Pemikiran

Dalam kerangka pemikiran ini penulis menggambarkan regresi antara variabel bebas X (kerjasama bank Kalsel dengan Sekolah) dengan variabel terikat Y (peningkatan minat menabung siswa) sebagai berikut:

Gambar 1.1.

Diagram Hubungan Antara Variabel Independen dengan Variabel Dependen



Keterangan:

X = Kerjasama bank Kalsel dengan Sekolah
 Y = Minat menabung siswa

H. Hipotesis

Di dalam penelitian ini penulis mencoba menganalisis dengan membuat hipotesis sebagai berikut:

Ho : Diduga tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel kerjasama bank Kalsel dengan Sekolah terhadap variabel peningkatan minat menabung siswa.

Ha : Diduga ada pengaruh yang signifikan antara variabel kerjasama bank Kalsel dengan Sekolah terhadap variabel peningkatan minat menabung siswa.

I. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini terdiri dari lima bab yaitu sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, dalam bab ini terdapat latar belakang masalah yang menjadi dasar/tolak belakang penulis untuk melakukan penelitian, rumusan masalah merupakan pertanyaan yang timbul dari permasalahan, tujuan penelitian yang merupakan fokus dari pencapaian penelitian, signifikansi penelitian berupa manfaat-manfaat yang bisa diambil dari hasil skripsi ini kelak, definisi operasional sebagai batasan operasional terhadap istilah-istilah yang terdapat pada judul penelitian, kajian pustaka untuk menghindari terjadinya plagiasi penelitian ilmiah dengan memaparkan beberapa penelitian yang serupa dengan penelitian yang akan dilaksanakan, kerangka pemikiran sebagai gambaran dan penjelasan tentang variabel-variabel yang akan diteliti, hipotesis penelitian sebagai dugaan awal hasil penelitian dan sistematika penulisan yang merupakan tata penulisan dan susunan bab serta sub bab yang akan disajikan dalam skripsi ini.

Bab II Landasan Teori, yang terdiri dari pengertian minat dan menabung, pengertian ini dimaksudkan agar ranah-ranah yang akan diteliti menjadi jelas dan terarah. Kemudian pembahasan tentang upaya peningkatan minat menabung, proses kerjasama bank dan sekolah. Kemudian pembahasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhinya minat menabung.

Bab III Metode Penelitian yang memuat jenis penelitian yang akan digunakan, sifat serta lokasi penelitian, populasi penelitian secara menyeluruh dan sampel penelitian yang menjelaskan tentang jumlah keseluruhan populasi yang kemudian akan disempitkan menjadi beberapa sampel penelitian dan penjelasan tentang metode yang digunakan dalam penentuan sampel penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data yang terdiri dari analisis yang bersifat kualitatif dan analisis yang bersifat kuantitatif sebagai pengujian dari hipotesis penelitian, pemenuhan asumsi yang digunakan untuk mengukur kenormalan penyebaran data dan kehomogenan data, serta terakhir tentang tahapan-tahapan yang harus ditepuh dalam melaksanakan penelitian ini.

Bab IV Laporan hasil penelitian, yaitu berisi tentang data profil atau gambaran umum Bank Kalsel dan sekolah, penyajian data yang terdiri atas gambaran pelaksanaan kerjasama antara bank Kalsel dengan sekolah-sekolah di Kota Banjarmasin dalam menghimpun dan mengelola tabungan siswa serta pengaruh kerjasama tersebut terhadap peningkatan minat menabung siswa. Pada akhir bab, dipaparkan analisis kualitatif dengan menganalisis secara deskriptif gambaran tentang pelaksanaan kerjasama bank Kalsel dengan sekolah-sekolah di Kota Banjarmasin dan kemudian akan dianalisis secara kuantitatif pengaruh kerjasama bank Kalsel dengan sekolah-sekolah terhadap peningkatan minat menabung siswa. yang diawali dengan pemenuhan asumsi dan pengujian hipotesis

dengan menggunakan analisis regresi untuk mengukur kualitas signifikansi pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y.

Bab V Penutup, yaitu berisi kesimpulan dari analisis yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, kemudian pemberian saran-saran sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

TINJAUAN TEORETIS

A. Pengertian-Pengertian

1. Pengertian Minat

Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Sedangkan nasabah merupakan konsumen-konsumen sebagai penyedia dana dalam proses transaksi barang ataupun jasa.

Secara etimologi minat adalah perhatian, kesukaan (kecenderungan hati) kepada suatu keinginan.¹⁰

Adapun pengertian minat secara terminologi, terdapat beberapa pengertian minat yang dikemukakan oleh para ahli, diantaranya yaitu menurut Muhibbin Syah minat berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu.¹¹

Menurut Ahmad D. Marimba, minat adalah kecenderungan jiwa kepada sesuatu, karena sesuatu itu mempunyai arti bagi kita, dapat memenuhi kebutuhan kita dan dapat menyenangkan kita.¹² Abdurrahman Shaleh, mengemukakan

¹⁰W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT Balai Pustaka, 1994), Cet. ke-7, h. 650

¹¹Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000), h.136

¹²Ahmad D. Marimba, *Pengantar Filsafat Pendidikan Islam*, (Bandung: PT Al-Ma'rif, 2002), h. 72

pendapat bahwa “Minat adalah sumber hasrat terhadap sesuatu”.¹³ Sedangkan Menurut Andi Mappiare ialah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.¹⁴

Menurut Slameto, minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.¹⁵ Sedangkan menurut Hilgard yang dikutip oleh Slameto, minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan.¹⁶

Witherington mendefinisikan minat sebagai kesadaran seseorang, bahwa suatu obyek, seseorang, suatu persoalan atau suatu situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya. Menurutnya minat harus dipandang sebagai suatu sambutan yang sadar, karena jika tidak demikian, minat tidak mempunyai arti sama sekali. Oleh karena itu pengetahuan atau informasi tentang seseorang atau suatu obyek pasti harus ada lebih dahulu daripada orang atau obyek tadi.¹⁷

Aunur Rahim Faqih menerangkan bahwa minat yaitu keinginan, kemauan, kehendak dan hasrat yang kuat terhadap sesuatu. Ia adalah salah satu faktor dari dalam individu yang mempengaruhi keberhasilan pendidikan. Seseorang yang

¹³Abdurrahman Shaleh, *Didaktik Pendidikan Agama*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1976), h.85.

¹⁴Andi Mappiare, *Psikologi Remaja*, (Surabaya: Usaha Nasional, 2007), h. 62

¹⁵Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), Cet. ke-4, h. 180

¹⁶*Ibid.*, h. 57

¹⁷ HC. Witherington, alih bahasa M. Buchori, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Aksara Baru, 1978), h.124.

cerdas, berbakat, minat, mampu menaruh perhatian lebih besar terhadap yang dipelajari didukung keadaan mental-psikologis normal dan fisik yang sehat, jauh lebih mudah berhasil dari seseorang yang bersifat sebaliknya.¹⁸

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan minat adalah kesediaan/perhatian jiwa yang sifatnya aktif untuk menerima sesuatu dari luar, dan akibatnya menimbulkan kecenderungan hati seseorang kepada sesuatu yang diminatinya. Sedangkan minat kalau dihubungkan dengan kegiatan menabung berarti kecenderungan hati seseorang dalam menyisihkan sebagian uangnya untuk menabung.

2. Menabung

Menabung adalah simpanan pihak ketiga kepada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat yang ditentukan antara bank dengan nasabah.¹⁹

Sedangkan menurut Undang-Undang Republik Indonesia nomor 7 tentang perbankan tahun 1992, menabung adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang telah disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek atau alat pembayaran lainnya yang disamakan dengan itu.

Ketentuan umum tabungan sesuai dengan pedoman operasional Bank Kalsel adalah sebagai berikut:

- a. Penabung adalah badan usaha atau perorangan yang namanya

¹⁸ Aunur Rahim Faqih, *Bimbingan dan Konseling dalam Islam* (Yogyakarta: UII Press, 2001), h.106.

¹⁹ Simorangkir, *Seluk Beluk Bank Komersial*, (Jakarta, Aksara Persada Indonesia, 2002) Edisi revisi, h.21

tercantum dalam buku tabungan.

- b. Sebagai bukti tabungan, maka bank akan menerbitkan buku tabungan.
- c. Setiap penyeteroran, penarikan maupun pemindahbukuan disertai dengan buku tabungan.
- d. Apabila terdapat perbedaan saldo tabungan antara buku tabungan dengan catatan yang ada pada koperasi, maka sebagai patokan yang dipergunakan adalah saldo tabungan pada catatan koperasi.²⁰

3. Pengertian Bank

Dalam pembicaraan sehari-hari, bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan, dan deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkan. Di samping itu bank juga dikenal sebagai tempat untuk menukarkan uang, memindahkan uang atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak, uang kuliah dan pembayaran lainnya.

Bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalulintas pembayaran dan peredaran uang.²¹ Selain itu, menurut Undang-Undang RI No. 10 tahun 1998 tanggal 10 November 1998, Bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau

²⁰ <http://www.bpdkalsel.com>, diakses tanggal 23 Februari 2015

²¹ Undang-Undang Pokok Perbankan No. 14 tahun 1967

bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.²²

Dari pengertian di atas, dapat dijelaskan secara lebih luas lagi, bahwa bank merupakan perusahaan yang bergerak di bidang keuangan yang artinya aktivitas perbankan selalu berkaitan dalam bidang keuangan, sehingga berbicara mengenai bank tidak terlepas dari masalah keuangan. Aktivitas perbankan yang utama adalah menghimpun dana dari masyarakat luas yang dikenal dengan istilah dalam dunia perbankan sebagai kegiatan *funding*. Pengertian dari menghimpun dana sendiri adalah mengumpulkan dan mencari dana dengan cara membeli dari masyarakat. Pembelian dana dari masyarakat ini dilakukan oleh bank dengan cara memasang berbagai strategi agar masyarakat mau menanamkan dananya dalam bentuk simpanan.

Menurut Abdurrachman dalam “*Ensiklopedia Ekonomi Keuangan dan Perdagangan*” yang dikutip oleh Suyatno dkk. bahwa “Bank adalah suatu jenis lembaga keuangan yang melaksanakan berbagai macam jasa, seperti memberikan pinjaman, mengedarkan mata uang, pengawasan terhadap mata uang, bertindak sebagai tempat penyimpanan surat berharga, membiayai usaha perusahaan-perusahaan dan lain-lain”²³.

Dari uraian di atas bertambah jelas bahwa selain mengembang tugas sebagai *agent of development* dalam kaitannya dengan kredit, bank juga bertindak selaku *agent of trust*, yakni dalam kaitannya dengan pelayanan/jasa yang diberikan baik kepada perorangan maupun kelompok/perusahaan. Jadi dapat

²² Undang-Undang RI No. 10 tahun 2008 tanggal 10 November 2008

²³ Thomas Suyatno, dkk. *Kelembagaan Perbankan*, (Jakarta, Gramedia, 2009) cet. ke-V, h.1

disimpulkan bahwa kegiatan menghimpun dana (*funding*) dan menyalurkan dana (*lending*) adalah merupakan kegiatan utama suatu perbankan.

B. Produk dan Pelayanan Bank

1. Produk Nasabah

Selama beberapa tahun ini perbankan telah melakukan usaha-usaha yang mengarah kepada pemenuhan kebutuhan nasabah. Produk-produk baru diciptakan sebagai pengembangan kearah peningkatan untuk mempertemukan kebutuhan reail banking costumer. Berbagai produk baru yang muncul dalam dunia perbankan dalam berbagai bentuk seperti *Credit Card*, *Certificate Of Deposito*, *Money Market Sertificate*, *Floating Rate Notes*, *Interest Rate Swap* dan sebagainya.

Di samping itu di lingkungan perbankan di Indonesia sendiri terdapat beberapa produk yang disediakan oleh bank seperti:

- a. Simpanan giro (*demand-deposit*), yaitu simpanan pihak ketiga kepada bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan mempergunakan cek, surat perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahan bukuan.
- b. Simpanan deposito (*time-deposit*), adalah simpanan dari pihak ketiga kepada pihak bank yang penarkannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu menurut perjanjian antara pihak ketiga dan bank yang bersangkutan.
- c. Tabungan (*saving*) adalah simpanan dari pihak ketiga kepada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu.

Misalnya seperti Tabungan Pembangunan Nasional (Tabanas), Tabungan Asuransi Berjangka (Taska), Tabungan Ongkos Naik Haji (ONH), dan tabungan lainnya.

- d. Kredit adalah peminjaman uang yang dilakukan oleh pihak bank kepada nasabah dengan pembayaran pengambilan secara mengangsur.
- e. Wasel adalah surat pembayaran yang dapat diuangkan ke Bank oleh pemegangnya.
- f. Mata Uang Asing (Valuta Asing) adalah produk tabungan dalam melaksanakan tugasnya.²⁴

C. Konsep Kerjasama

1. Pengertian Kerjasama

Kerjasama berasal dari bahasa Inggris yaitu “*Cooperate*”, “*Cooperation*”, atau “*Cooperative*”. Dalam bahasa Indonesia disebut dengan istilah kerjasama atau bekerjasama. Adapun pengertian kerja sama adalah kegiatan atau usaha yang dilakukan oleh beberapa orang (lembaga, pemerintah) untuk mencapai tujuan bersama.²⁵

Pengertian lain dari kerja sama adalah suatu perbuatan bantu membantu atau suatu perbuatan yang dilakukan secara bersama-sama untuk mencapai tujuan bersama.²⁶ Tujuan daripada orang-orang melakukan kerja sama ialah untuk mewujudkan apa yang menjadi tujuan bersama mereka. Agar orang-orang yang

²⁴Thomas Suyatno, dkk. *Op.Cit.*, h.12

²⁵ Departemen Kebudayaan dan Pendidikan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), h.753.

²⁶ Wursanto, *Dasar-Dasar Ilmu Organisasi*, (Yogyakarta: ANDI, 2005), h.54.

bekerjasama itu dapat mencapai tujuan maka perlu adanya hubungan yang baik. Hubungan yang dilakukan oleh orang-orang dalam usaha mencapai tujuan bersama dinamakan *hubungan kerja*. Dengan demikian dalam kerja sama paling tidak terdapat dua unsur, yaitu tujuan bersama dan hubungan kerja.²⁷

Moh. Jafar Hafsah menyebut kerja sama dengan istilah “kemitraan”, yang artinya adalah suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan.²⁸ Sedangkan Budi Rachmat menyatakan bahwa: “Kemitraan merupakan hubungan kerjasama usaha diberbagai pihak yang sinergis, bersifat sukarela, dan berdasarkan prinsip saling membutuhkan, saling mendukung, dan saling menguntungkan dengan disertai pembinaan dan pengembangan UMKM oleh usaha besar.²⁹

Jalinan kemitraan usaha harus didasarkan atas prinsip sinergi, yaitu saling membutuhkan dan saling membantu. Dengan prinsip saling membutuhkan, usaha besar akan selalu mengajak usaha kecil sebagai *partner in progress*. Sedangkan prinsip saling membantu akan muncul apabila usaha besar memang membutuhkan kehadiran usaha kecil. Apabila kedua prinsip kemitraan tersebut diterapkan, maka kemitraan bukan lagi “barang mewah” di Indonesia, namun akan menjadi “barang kebutuhan” sebagaimana lazimnya hubungan bisnis yang lain.

²⁷ *Ibid.*, h.44.

²⁸ Muhammad Jafar Hafsah, *Kemitraan Usaha, Konsepsi dan Strategi*, (Jakarta: Sinar Harapan, 2000), h. 43.

²⁹ Budi Rachmat, *Modal Ventura*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), h.40.

Kemitraan bukan lagi merupakan *charity*. Sebagai mitra tentunya, kedua belah pihak berdiri pada posisi yang setara. Pada gilirannya, dengan kemitraan diharapkan tidak ada lagi kecemburuan dan kesenjangan sosial.³⁰ Ada beberapa aspek yang terkandung dalam kerja sama, yaitu:

- a. Dua orang atau lebih, artinya kerja sama dapat terlaksana minimal ada dua orang/pihak yang melakukan kesepakatan. Oleh karena itu, sukses tidaknya kerja sama tersebut ditentukan oleh peran dari kedua orang atau kedua pihak yang bekerja sama tersebut.
- b. Aktivitas, menunjukkan bahwa kerja sama tersebut terjadi karena adanya aktivitas yang dikehendaki bersama, sebagai alat untuk mencapai tujuan dan ini membutuhkan strategi (bisnis/usaha).
- c. Tujuan/target, merupakan aspek yang menjadi sasaran dari kerja sama usaha tersebut, biasanya adalah keuntungan baik secara finansial maupun nonfinansial yang dirasakan atau diterima oleh kedua pihak.
- d. Jangka waktu tertentu, menunjukkan bahwa kerja sama tersebut dibatasi oleh waktu, artinya ada kesepakatan kedua pihak kapan kerja sama itu berakhir. Dalam hal ini, tentu saja setelah tujuan atau target yang dikehendaki telah tercapai.³¹

³⁰ Mudrajad Kuncoro, *Ekonomika Pembangunan Teori, Masalah, dan Kebijakan*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2006), h.384.

³¹ Ika Cahya Siskiana, "Menumbuhkan Kerja sama Antara Anggota Kelompok Demi Tercapainya Tujuan Bersama", dalam <http://cake507.blogspot.com/2012/09/makalah-kerjasama.html>, diakses pada 29 Januari 2015.

2. Unsur-Unsur Kerjasama Usaha

Pada dasarnya kemitraan itu merupakan suatu kegiatan saling menguntungkan dengan berbagai macam bentuk kerja sama dalam menghadapi dan memperkuat satu sama lainnya. Tujuan utama kemitraan adalah untuk mengembangkan pembangunan yang mandiri dan berkelanjutan (*Self-Propelling Growth Scheme*) dengan landasan dan struktur perekonomian yang kukuh dan berkeadilan dengan ekonomi rakyat sebagai tulang punggung utamanya.

Berkaitan dengan kemitraan seperti yang telah disebut di atas, maka kemitraan itu mengandung beberapa unsur pokok yang merupakan kerjasama usaha dengan prinsip saling menguntungkan, saling memperkuat dan memerlukan, yaitu:

a. Kerjasama Usaha

Dalam konsep kerjasama usaha melalui kemitraan ini, jalinan kerjasama yang dilakukan antara usaha besar atau menengah dengan usaha kecil didasarkan pada kesejajaran kedudukan atau mempunyai derajat yang sama terhadap kedua belah pihak yang bermitra. Ini berarti bahwa hubungan kerjasama yang dilakukan antara pengusaha besar atau menengah dengan pengusaha kecil mempunyai kedudukan yang setara dengan hak dan kewajiban timbal balik sehingga tidak ada pihak yang dirugikan, tidak ada yang saling mengeksploitasi satu sama lain dan tumbuh berkembangnya rasa saling percaya di antara para pihak dalam mengembangkan usahanya.³²

³² Julius Bobo, *Transformasi Ekonomi Rakyat*, (Jakarta : PT. Pustaka Cidesindo, 2003), h.182.

b. Antara Pengusaha Besar atau Menengah dengan Pengusaha Kecil

Dengan hubungan kerjasama melalui kemitraan ini diharapkan pengusaha besar atau menengah dapat menjalin hubungan kerjasama yang saling menguntungkan dengan pengusaha kecil atau pelaku ekonomi lainnya, sehingga pengusaha kecil akan lebih berdaya dan tangguh dalam berusaha demi tercapainya kesejahteraan.

c. Pembinaan dan Pengembangan

Pada dasarnya yang membedakan hubungan kemitraan dengan hubungan dagang biasa oleh pengusaha kecil dengan pengusaha besar adalah adanya bentuk pembinaan dari pengusaha besar terhadap pengusaha kecil atau koperasi yang tidak ditemukan pada hubungan dagang biasa. Bentuk pembinaan dalam kemitraan antara lain pembinaan didalam mengakses modal yang lebih besar, pembinaan manajemen usaha, pembinaan peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM), pembinaan manajemen produksi, pembinaan mutu produksi serta menyangkut pula pembinaan di dalam pengembangan aspek institusi kelembagaan, fasilitas alokasi serta investasi.³³

d. Prinsip Saling Memerlukan, Saling Memperkuat dan Saling Menguntungkan

1) Prinsip Saling Memerlukan

Kemitraan merupakan suatu rangkaian proses yang dimulai dengan mengenal calon mitranya, mengetahui posisi keunggulan dan kelemahan usahanya. Pemahaman akan keunggulan yang ada akan menghasilkan sinergi

³³ *Ibid.*, h.183

yang berdampak pada efisiensi, turunnya biaya produksi dan sebagainya. Penerapannya dalam kemitraan, perusahaan besar dapat menghemat tenaga dalam mencapai target tertentu dengan menggunakan tenaga kerja yang dimiliki oleh perusahaan yang kecil. Sebaliknya perusahaan yang lebih kecil, yang umumnya relatif lemah dalam hal kemampuan teknologi, permodalan dan sarana produksi melalui teknologi dan sarana produksi yang dimiliki oleh perusahaan besar. Dengan demikian sebenarnya ada saling memerlukan atau ketergantungan diantara kedua belah pihak yang bermitra.³⁴

2) Prinsip Saling Memperkuat

Dalam kemitraan usaha, sebelum kedua belah pihak memulai untuk bekerjasama, maka pasti ada sesuatu nilai tambah yang ingin diraih oleh masing-masing pihak yang bermitra. Nilai tambah ini selain diwujudkan dalam bentuk nilai ekonomi seperti peningkatan modal dan keuntungan, perluasan pangsa pasar, tetapi juga ada nilai tambah yang non ekonomi seperti peningkatan kemampuan manajemen, penguasaan teknologi dan kepuasan tertentu. Sehingga dengan bermitra terjadi suatu sinergi antara para pelaku yang bermitra sehingga nilai tambah yang diterima akan lebih besar. Dengan demikian terjadi saling mengisi atau saling memperkuat dari kekurangan masing-masing pihak yang bermitra. Dengan motivasi ekonomi tersebut maka prinsip kemitraan dapat didasarkan pada saling memperkuat. Kemitraan juga mengandung makna sebagai tanggung jawab moral, hal ini disebabkan karena bagaimana pengusaha besar atau menengah mampu untuk membimbing dan membina pengusaha kecil mitranya

³⁴ Muhammad Jafar Hafsa, *op.cit.*,h.386

agar mampu (berdaya) mengembangkan usahanya sehingga menjadi mitra yang handal dan tangguh didalam meraih keuntungan untuk kesejahteraan bersama.

Hal ini harus disadari juga oleh masing-masing pihak yang bermitra yaitu harus memahami bahwa mereka memiliki perbedaan, menyadari keterbatasan masing-masing, baik yang berkaitan dengan manajemen, penguasaan Ilmu Pengetahuan maupun penguasaan sumber daya, baik Sumber Daya Alam (SDA) maupun Sumber Daya Manusia (SDM), dengan demikian mereka harus mampu untuk saling isi mengisi serta melengkapi kekurangan-kekurangan yang ada.³⁵

3) Prinsip Saling Menguntungkan

Salah satu maksud dan tujuan dari kemitraan usaha adalah “*win-win solution partnership*” kesadaran dan saling menguntungkan. Pada kemitraan ini tidak berarti para partisipan harus memiliki kemampuan dan kekuatan yang sama, tetapi yang essensi dan lebih utama adalah adanya posisi tawar yang setara berdasarkan peran masing-masing. Pada kemitraan usaha terutama sekali terhadap hubungan timbale balik, bukan seperti kedudukan antara buruh dan majikan, atau terhadap atasan kepada bawahan sebagai adanya pembagian resiko dan keuntungan proporsional, disinilah letak kekhasan dan karakter dari kemitraan usaha tersebut. Berpedoman pada kesejajaran kedudukan atau memiliki derajat yang setara bagi masing-masing pihak yang bermitra, maka tidak ada pihak yang tereksploitasi dan dirugikan tetapi justru terciptanya rasa saling percaya diantara para pihak sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan keuntungan atau pendapatan melalui pengembangan usahanya.

³⁵ *Ibid.*, h.387

D. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen, atau *costumer behavior*, adalah tingkah laku konsumen dalam membeli suatu produk, yang dipengaruhi berbagai unsur, baik dari dalam maupun dari luar. Unsur-unsur tersebut membentuk suatu kekuatan yang merangsang konsumen sehingga ia memutuskan untuk membeli produk tertentu,³⁶

Perilaku konsumen terdiri dari aktivitas yang melibatkan orang-orang sewaktu mereka menyeleksi, membeli dan menggunakan produk-produk dan jasa-jasa, demikian rupa hingga hal tersebut memenuhi kebutuhan-kebutuhan dan keinginan-keinginan mereka,³⁷

Tujuan konsumen dalam pembelian adalah menukarkan pendapatannya dengan barang-barang dan jasa-jasa yang akan memberikan kepuasan maksimum kepadanya dan anggota-anggota keluarganya.³⁸

Pada masa-masa yang lalu, para pemasar dapat memahami para konsumen melalui pengalaman penjualan sehari-hari kepada mereka. Tetapi pertumbuhan dalam besar perusahaan dan pasar telah menjauhkan banyak manajer pemasaran dengan kontak langsung dengan pelanggan. titik tolak memahami pembeli adalah model rangsangan tanggapan, yang dapat digambarkan sebagai berikut:³⁹

³⁶ Ensiklopesi Ekonomi, h. 158.

³⁷ Winardi, *Marketing dan Perilaku Konsumen* (Bandung: Mandar Maju, 2001), h. 141

³⁸ Winardi, *Aspek-aspek Manajemen Pemasaran* (Bandung: Mandar Maju, 2002), h. 148

³⁹ Philip Kotler, *Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan pengendalian*, Alih bahasa: Ancella Anitawati Hermawan (Jakarta: Slemba Empat, 2005), h. 202

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen atau perilaku pembelian, yaitu:

1. Faktor Budaya

Faktor-faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling meluas dan mendalam terhadap perilaku konsumen.

a. Kultur (kebudayaan)

Kultur adalah determinan paling fundamental dari keinginan dan perilaku seseorang.

b. Sub-Kultur

Setiap kultur terdiri dari sub-sub kultur yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi anggotanya yang lebih spesifik.

c. Kelas Sosial

Kelas sosial adalah bagian-bagian yang relative homogen dan tetap dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hirarkis dan anggota-anggotanya memiliki tata nilai, minat dan perilaku yang mirip.⁴⁰

2. Faktor Sosial

Perilaku seorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, diantaranya:

a. Kelompok acuan

Kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau pengaruh tidak langsung terhadap pendirian atau perilaku seseorang. Semua ini adalah kelompok di mana orang tersebut berada atau

⁴⁰ Achmad Ruslan & Didi Djajamihardja, *Salesmanship untuk Perbankan I*, (Jakarta, Institut Bankir Indonesia, 2003) h.23

berinteraksi. Sebagian merupakan kelompok primer yang mana orang tersebut secara terus menerus berinteraksi dengan mereka. Seseorang juga termasuk dalam kelompok sekunder yang mana cenderung bersifat formal dan mempunyai interaksi yang tidak begitu rutin.

b. Keluarga, Orientasi keluarga terdiri dari orang tua seseorang.

c. Peran dan Status

Seseorang berpartisipasi dalam banyak kelompok sepanjang hidupnya, posisi orang tersebut dalam setiap kelompok dapat didefinisikan dalam istilah peran dan status.

3. Faktor Pribadi

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yaitu:

a. Usia dan tahap siklus hidup. Orang-orang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya.

b. Pekerjaan, pekerjaan seseorang mempengaruhi pola konsumsinya.

c. Keadaan Ekonomis

Keadaan ekonomi meliputi pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkat pendapatan, stabilitas dan pola waktunya), tabungan dan kekayaan, hutang, kekuatan untuk meminjam, dan pendirian terhadap belanja dan menabung.

d. Gaya Hidup

Orang-orang yang berasal dari sub kultur, kelas sosial dan pekerjaan yang sama mungkin saja mempunyai gaya hidup yang berbeda.

e. Kepribadian dan Konsep Pribadi

Kepribadian didefinisikan sebagai karakteristik psikologis yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relative konsisten dan tetap terhadap lingkungannya.

4. Faktor Psikologi

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi lagi oleh empat psikologis utama, yaitu:

a. Motivasi

Ahli psikologi telah mengembangkan teori motivasi manusia, terdapat tiga teori yang paling dikenal, yaitu:

- 1) Teori Motivasi Freud. Freud mengansumsikan bahwa kekuatan psikologis riil yang membentuk perilaku orang sebagian besar bersifat tidak sadar. Freud melihat seseorang menaan banyak keinginan dalam proses pertumbuhan dan menerima aturan-aturan sosial.
- 2) Teori Motivasi Maslow. Abraham Maslow berusaha menjelaskan mengapa orang-orang terdorong oleh kebutuhan-kebutuhan tertentu pada waktu tertentu.
- 3) Teori Motivasi Herzberg. Frederick Herzberg telah mengembangkan sebuah teori motifasi "dua faktor", yang membedakan antara *dissatisfiers* (faktor yang menyebabkan

ketidakpuasan) dan satisfies (faktor yang menyebabkan kepuasan).⁴¹

b. Persepsi

Seseorang yang termotivasi adalah siap untuk bertindak. Bagaimana seseorang benar-benar bertindak dipengaruhi oleh persepsi dia mengenai situasi tertentu.⁴²

c. Pengetahuan

Pengetahuan menjelaskan perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman.

d. Kepercayaan dan Sikap Pendirian

Suatu kepercayaan adalah pikiran deskriptif yang dianut seseorang melalui satu hal. Suatu pendirian menjelaskan evaluasi kognitif yang menguntungkan atau tidak menguntungkan, perasaan emosional, dan kecenderungan yang mapan dari seseorang terhadap suatu obyek atau ide.

Secara garis besar faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen bias digambarkan sebagai berikut:

⁴¹ Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, (Jakarta: Rieneka Cipta. 2008), h. 83

⁴² *Ibid.*, h. 84

Gambar 2.1
Faktor-faktor Perilaku Konsumen⁴³



D. Perilaku Konsumen Islam

Kebutuhan konsumen, yang kini dan yang telah diperhitungkan sebelumnya, merupakan insentif pokok bagi kegiatan-kegiatan ekonominya sendiri. Mereka mungkin tidak hanya menyerap pendapatannya tetapi juga memberi insentif untuk meningkatkannya.⁴⁴

Dalam rangka menganalisis perilaku konsumen seseorang bias saja berpandangan sempit dan static dengan mengatakan bahwa konsumen dalam

⁴³Winardi, *Op. Cit.*, h. 203

⁴⁴ M. Abdul Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa, 2007), h. 44

suatu masyarakat Islam hanya dituntun secara ketat dengan sederetan larangan (yakni:makan daging babi, minum minuman keras, mengenakan pakaian sutra dan cincin emas (untuk pria), dan seterusnya. Karena dalam syariat semua larangan-larangan itu mempunyai keabsahan yang pasti.

Sikap "berlebih-lebihan" dalam hal konsumsi yang dituntun oleh perilaku para konsumen Muslim yang mengutamakan kepentingan orang lain. Oleh karena itu yang dibutuhkan adalah menentukan apakah tingkatan konsumsi yang berlaku dalam suatu masyarakat berada di bawah atau di atas tingkat sederhana.⁴⁵

Dalam Islam pada hakikatnya konsumsi adalah suatu pengertian yang positif. Larangan-larangan dan perintah mengenai makanan dan minuman harus dilihat sebagai bagian usaha untuk meningkatkan sifat perilaku konsumsi. Dengan mengurangi pemborosan yang tidak perlu, Islam menekankan perilaku mengutamakan kepentingan orang lain yaitu piak konsumen. Sikap moderat dalam perilaku konsumen ini kemudian menjadi logic dari gaya konsumsi Islam, yaitu sifat nisbi dan dinamik.⁴⁶

E. Minat Nasabah

Minat (*interest*) dapat diartikan dengan keinginan seseorang terhadap sesuatu yang belum dikerjakannya. Ia mengindikasikan apa yang ingin dilakukan atau dikerjakan oleh seorang individu dan atau memantulkan apa yang telah dipertimbangkan memuaskan. Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, minat

⁴⁵ *Ibid.*, h. 50

⁴⁶ M. Abdul Manan, *Op.Cit.*, h. 51

didefinisikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan.⁴⁷

1. Bentuk-bentuk Minat

Andi Mappiare membedakan bentuk-bentuk minat berdasarkan penggolongan usia remaja dan dewasa. Bentuk-bentuk minat yang dimiliki remaja sangat beragam. Beberapa minat yang menonjol dikelompokkan dalam minat pribadi dan sosial, minat terhadap rekreasi, minat terhadap agama, minat pendidikan dan jabatan.⁴⁸ Sedangkan minat orang dewasa terdiri atas minat-minat: penampilan fisik, pakaian dan perhiasan, pemilikan benda-benda, uang dan agama.⁴⁹

Witherington membagi minat menjadi dua⁵⁰ yaitu:

a. Minat Primitif (minat biologis)

Minat primitif timbul dari kebutuhan-kebutuhan jaringan dan berkisar pada masalah makanan, komfort dan kebebasan aktivitas. Ketiga hal tersebut meliputi kesadaran tentang kebutuhan yang terasa akan sesuatu yang dengan langsung dapat memuaskan dorongan untuk mempertahankan organisme.

⁴⁷ Tim Penyusun Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), h. 656.

⁴⁸ Andi Mappiare, *Psikologi Remaja, Op.Cit.*, h.63

⁴⁹ Andi Mappiare, *Psikologi Orang Dewasa* (Surabaya: Usaha Nasional, 1993), h. 66.

⁵⁰ HC. Witherington, alih bahasa M. Buchori, *Op.Cit.*, h.125-126

b. Minat Kultural (minat sosial)

Minat kultural berasal dari pencapaian pendidikan yang lebih tinggi. Seseorang yang terdidik ditandai oleh adanya minat yang luas serta mendalam terhadap hal-hal yang bernilai.

2. Pentingnya Minat

Interest merupakan istilah yang dipakai dalam dua arti, fungsional dan struktural; 1) menunjukkan suatu jenis pengalaman perasaan yang disebut *worth whileness* (kegunaan) yang dihubungkan dengan perhatian pada obyek atau tindakan; 2) elemen atau hal dalam sikap individu, baik merupakan bawaan atau karena diperoleh, oleh karena itu dia cenderung memenuhi perasaan *worth whileness* dalam hubungannya dengan obyek-obyek tertentu atau hal-hal yang berhubungan dengan subyek khusus atau bidang pengetahuan khusus.⁵¹

3. Indikator Minat

Dari beberapa pengertian minat di atas, dapat diidentifikasi unsur-unsur minat sebagai berikut:

- a. Adanya kecenderungan untuk kebutuhan dalam jiwa seseorang
- b. Adanya pemusatan perhatian individu
- c. Adanya rasa senang pada diri individu terhadap objek
- d. Adanya keinginan dalam individu
- e. Adanya pemusatan pikiran, perasaan dan kemauan atau pemusatan perhatian terhadap suatu objek.

⁵¹ Kartasapoetra, G, Hartini, *Kamus Sosiologi dan Kependudukan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), h. 212.

Berdasarkan identifikasi unsur minat dapat ditarik suatu pengertian ringkas bahwa minat merupakan kecenderungan dalam individu untuk tertarik pada suatu objek, aktivitas dan merasa senang untuk terlibat aktivitas tersebut.

a. Tertarik

Tertarik adalah merasa senang (suka, ingin, dsb) kepada; terpikat (hatinya oleh...; menaruh minat (perhatian) kepada sesuatu.⁵² Perasaan senang atau keterpikatan seseorang terhadap sesuatu atau sekumpulan objek dapat diukur melalui intensitas seseorang membicarakan kelebihan objek tersebut atau mendorong orang lain untuk mencoba dan menggunakan objek yang digunakan, semakin sering seseorang membicarakan kelebihan-kelebihan yang ada pada objek tersebut, semakin besar kualitas minat yang ada di dalam dirinya.

b. Perhatian

Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada sesuatu atau sekumpulan objek.⁵³ Kalau individu sedang memperhatikan sesuatu benda misalnya, ini berarti bahwa seluruh aktivitas individu dicurahkan atau dikonsentrasikan kepada benda tersebut. Bentuk perhatian dapat terlihat pada rasa ingin tahu dan mempelajari objek, semakin seseorang berminat terhadap suatu objek, maka semakin besar rasa ingin tahu yang ada di dalam dirinya.⁵⁴

⁵² Tim Penyusun Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Op. Cit.*, h.1012

⁵³ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum* (Yogyakarta: Andi, 2002), h.78.

⁵⁴ *Ibid*, h.79.

c. Motivasi

Motivasi adalah keadaan internal organisme –baik manusia ataupun hewan– yang mendorongnya untuk berbuat sesuatu. Motivasi berarti pemasok daya (*energizer*) untuk bertingkah laku secara terarah demi tercapainya suatu tujuan. Dengan demikian dapat dikemukakan bahwa motivasi mempunyai tiga aspek, yaitu (1) keadaan terdorong dalam diri organisme (*driving state*), yaitu kesiapan bergerak karena kebutuhan misalnya kebutuhan jasmani, karena keadaan lingkungan, atau karena keadaan mental seperti berpikir dan ingatan; (2) perilaku yang timbul dan terarah karena keadaan ini; (3) goal atau tujuan yang dituju oleh perilaku tersebut.⁵⁵

d. Kebutuhan

Kebutuhan seseorang akan sesuatu pada umumnya terkait dengan motif seseorang untuk melakukan perbuatan tersebut, karena motif seseorang biasanya timbul berdasarkan kebutuhan baik biologis maupun fisiologis. Dorongan tersebut timbul karena organisme itu merasa ada kekurangan dalam kebutuhan. Misal, keinginan untuk mendapatkan harga termurah dengan kualitas yang baik, dan keinginan ini mendorong mencari, membandingkan dan memilih dengan teliti target yang diinginkan.⁵⁶

F. Minat dalam *Theory of Reasoned Action*

Menurut *Theory of Reasoned Action* (Teori tindakan beralasan) dari Fishbein dan Ajzen yang dikutip oleh Abu Ahmadi disebutkan bahwa perilaku

⁵⁵*Ibid.*, h.169.

⁵⁶ Muhibbin Syah, *Op.Cit.*, h. 136-137.

manusia dipengaruhi oleh kehendak/niat/minat. Minat merupakan keinginan individu untuk melakukan perilaku tertentu sebelum perilaku tersebut dilaksanakan. Adanya niat/minat untuk melakukan suatu tindakan akan menentukan apakah kegiatan tersebut akhirnya akan dilakukan.⁵⁷

Minat adalah sikap jiwa orang seorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, emosi), yang tertuju pada sesuatu, dari dalam hubungan itu unsur perasaan yang kuat.⁵⁸

Peneliti mengambil dari pengertian minat adalah sikap jiwa orang seorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, emosi), yang tertuju pada sesuatu, dari dalam hubungan itu unsur perasaan yang kuat. (dari bukunya Abu Ahmadi “Psikologi Umum”) yang digunakan sebagai acuan indikator dalam penelitian ini.

Kegiatan yang dilakukan inilah yang disebut dengan perilaku. Dengan demikian perilaku merupakan ‘niat/minat’ yang sudah direalisasikan dalam bentuk tingkah laku yang tampak. Dalam teori Tindakan Beralasan diuraikan bahwa kehendak/minat dipengaruhi oleh sikap dan norma subyektif yang dihubungkan.

Keyakinan terhadap manfaat suatu kegiatan atau hal tertentu akan menimbulkan sikap positif terhadap kegiatan atau hal tersebut. Sikap positif akan memengaruhi niat/minat seseorang untuk melakukan kegiatan tersebut. Sikap ini merupakan hasil pertimbangan untung dan rugi dari perilaku tersebut (*outcomes of*

⁵⁷ Abu Ahmadi, *Op.Cit.*, h. 151

⁵⁸ *Ibid.*, h. 152

the behavior). Di samping itu juga dipertimbangkan pentingnya konsekuensi-konsekuensi yang akan terjadi bagi individu (*evaluation regarding the outcome*). Komponen berikutnya mencerminkan dampak dari norma-norma subyektif. Norma sosial mengacu pada keyakinan seseorang terhadap bagaimana dan apa yang dipikirkan orang-orang yang dianggapnya penting (*referent-person*) dan motivasi seseorang untuk mengikuti pikiran tersebut.

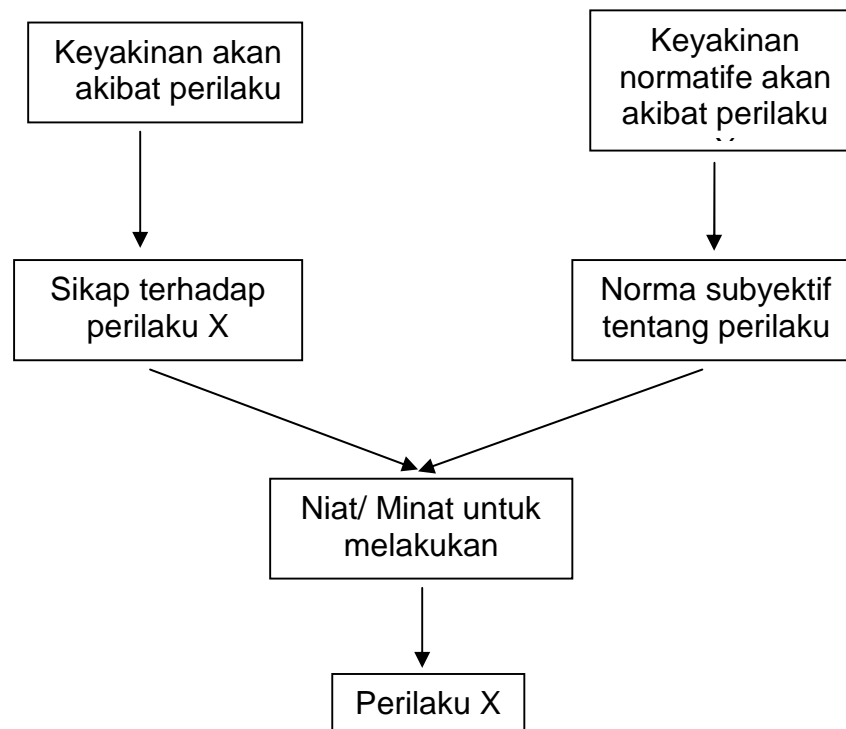
Model *Theory of Reasoned Action* dapat digunakan sebagai alat evaluasi mengenai sikap dan perilaku secara ilmiah, yaitu untuk memperoleh konsistensi antara sikap, minat berperilaku dan perilaku yang mengacu pada nilai dan norma-norma dalam kelompok sosial, sebagai indikator penting untuk memprediksikan perilaku yang akan diukur, sehingga pengetahuan awal mengenai aspek sosial dan antropologis merupakan aspek penting, karena cara budaya menghubungkan sikap, minat dan perilaku sangat penting.

Persepsi yang terbentuk akan menjembatani perilaku jika:

- a. Hal ini menghubungkan pertimbangan sikap dan norma subyektif.
- b. Hubungan komponen ini merupakan penentu penting dari intensi/niat/minat.

Menurut Fishbein dan Ajzen yang dikutip oleh Abu Ahmadi, hubungan keyakinan (*belief*), sikap (*attitude*), kehendak/niat/minat (*intention*) dan perilaku dapat digambarkan seperti skema berikut ini.

Gambar 2.2
Teori Tindakan Beralasan dari Fishbein dan Ajzen



Sumber: Abu Ahmadi, Psikologi Umum.

Menurut Abu Ahmadi, Ajzen memodifikasi teori tindakan beralasan menjadi teori perilaku terencana. Dalam teori perilaku terencana, keyakinan-keyakinan berpengaruh pada sikap terhadap perilaku tertentu, norma-norma subyektif dan kontrol perilaku.⁵⁹ Ketiga komponen ini berinteraksi dan menjadi determinan bagi kehendak/minat yang menentukan apakah perilaku yang bersangkutan akan dilakukan atau tidak. Sikap terhadap perilaku tertentu dipengaruhi oleh keyakinan bahwa perilaku tersebut akan membawa kepada hasil yang diinginkan atau tidak diinginkan. Norma subyektif ditentukan oleh keyakinan mengenai perilaku apa yang bersifat normatif (yang diharapkan oleh

⁵⁹ Abu Ahmadi, *Op.Cit.*, h. 159

orang lain) dan motivasi untuk berperilaku sesuai harapan normatif. Kontrol perilaku ditentukan oleh pengalaman masa lalu dan perkiraan individu tentang kemudahan dan kesulitan untuk berperilaku tertentu.

Berikut ini penjelasan mengenai ketiga indikator yang dijadikan acuan terbentuknya minat nasabah, yaitu sebagai berikut:

- a. Kognisi (Gejala pengenalan): Kegiatan atau proses memperoleh pengetahuan (termasuk kesadaran, perasaan, dsb) atau usaha mengenali sesuatu melalui pengalaman sendiri.⁶⁰ Gejala pengenalan dalam garis besarnya dibagi menjadi dua yaitu melalui indera dan yang melalui akal.⁶¹
- b. Konasi (kemauan): merupakan salah satu fungsi hidup kejiwaan manusia, dapat diartikan sebagai aktifitas psikis yang mengandung usaha aktif dan berhubungan dengan pelaksanaan suatu tujuan.⁶²
- c. Emosi: kecenderungan untuk memiliki perasaan yang khas bila berhadapan dengan objek tertentu dalam lingkungannya.⁶³

G. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung Nasabah

Parasuraman dkk. Membuat analisis faktor yang menjadi pendorong (*battery*) perilaku pelanggan untuk menguji besarnya dimensionalitas dari masing-masing bagian faktor pendorong. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada table 2.1.

⁶⁰ Artikata.com, "Definisi Kognisi" dalam <http://www.artikata.com/arti-335582-kognisi.html> diakses pada 21 Maret 2014

⁶¹ Uswah Wardiana, *Psikologi Umum*, (Jakarta: PT. Bina Ilmu, 2004), h. 58

⁶² *Ibid.*, h. 113

⁶³ Uswah Wardiana, *Op.Cit.*, h. 165

Table 2.1 Behavioral-Intentions Battery⁶⁴

Behavioral Intentions Dimention	Item Label	Item Wording
<i>Loyalty</i>	1	Membicarakan hal-hal positif kualitas jasa kepada orang lain.
	2	Merekomendasikan jasa kepada orang lain
	3	Mendorong teman atau relasi bisnis untuk berbisnis
	4	Mempertimbangkan sebagai pilihan pertama dalam membeli/menggunakan jasa.....
	5	Melakukan bisnis lebih banyak di waktu mendatang
<i>Switch</i>	6	Melakuakn bisnis lebih sedikit di waktu mendatang
	7	Mengalihkan bisnis kepada competitor karena harga yang lebih baik
<i>Pay more</i>	8	Melakukan hubungan bisnis walaupun terjadi kenaikan harga
	9	Membayar dengan harga lebih tinggi karena manfaat lain yang diberikan
<i>External response</i>	10	Belalih jika mengalami masalah pelayanan
	11	Mengeluh kepada pelanggan lain jika mengalami pengalaman dengan pelayanan
	12	Mengelu/mengadukan kepada lembaga eksternal apabila mengalami masalah pelayanan
<i>Internal response</i>	13	Mengadukan kepada pegawai jika mengalami pengalaman bermasala dengan pelayanan

Dari ke lima dimensi pelanggan, menurut penelitian Passuraman, Zeithaml, dan Berry pada tahun 1996, *loyalty* dan *pay more* menunjukkan adanya konsistensi pengaruh yang tinggi terhadap perusahaan pemberi jasa. Sementara *switch* dan *external response* menunjukkan adanya konsistensi pengaruh moderat ke arah tinggi. Dan dimensi teraktir, *internal response* hanya terdiri dari satu item yang berpengaruh.⁶⁵

⁶⁴Rambat Lupiyoadi, *Op.Cit.*, h. 161

⁶⁵*Ibid.*, h. 162

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan kategori penelitian lapangan, karena data diperoleh langsung dari Bank Kalsel dan sekolah-sekolah yang bekerjasama dengan Bank Kalsel yang ada di kota Banjarmasin.

2. Sifat Penelitian

Penelitian bersifat deskriptif kuantitatif, yaitu penelitian yang menjelaskan pengaruh antara variabel independen yakni kerjasama bank Kalsel dengan sekolah dalam menghimpun dan mengelola tabungan siswa, sejauh mana pengaruhnya terhadap variabel dependen yaitu peningkatan minat menabung siswa.

B. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Sekolah Dasar di Kota Banjarmasin yang bekerjasama dengan Bank Kalsel, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3.1. Daftar Operasi MKK (Mobil Kas Keliling) di Sekolah-Sekolah Kota Banjarmasin

No	Nama Sekolah	Alamat
1	SD Kartika VI-7	Pemurus Dalam - Kota Banjarmasin
2	SDN Alalak Selatan 1	Alalak Selatan - Kota Banjarmasin
3	SDN Alalak Selatan 2	Alalak Selatan - Kota Banjarmasin
4	SDN Alalak Selatan 3	Alalak Selatan - Kota Banjarmasin
5	SDN Alalak Selatan 4	Alalak Selatan - Kota Banjarmasin
6	SDN Alalak Tengah 1	Alalak Tengah - Kota Banjarmasin

7	SDN Alalak Tengah 2	Alalak Tengah - Kota Banjarmasin
8	SDN Alalak Tengah 4	Alalak Tengah - Kota Banjarmasin
9	SDN Alalak Utara 1	Alalak Utara - Kota Banjarmasin
10	SDN Alalak Utara 2	Alalak Utara - Kota Banjarmasin
11	SDN Alalak Utara 3	Alalak Utara - Kota Banjarmasin
12	SDN Antasan Besar 3	Antasan Besar - Kota Banjarmasin
13	SDN Antasan Besar 7	Antasan Besar - Kota Banjarmasin
14	SDN Antasan Kecil Timur 3	Antasan Kecil Timur - Kota Banjarmasin
15	SDN Antasan Kecil Timur 4	Antasan Kecil Timur - Kota Banjarmasin
16	SDN Basirih 1	Basirih - Kota Banjarmasin
17	SDN Basirih 2	Basirih - Kota Banjarmasin
18	SDN Basirih 6	Basirih - Kota Banjarmasin
19	SDN Basirih 9	Basirih - Kota Banjarmasin
20	SDN Basirih 10	Basirih - Kota Banjarmasin
21	SDN Belitung Selatan 1	Belitung Selatan - Kota Banjarmasin
22	SDN Belitung Selatan 2	Belitung Selatan - Kota Banjarmasin
23	SDN Belitung Selatan 4	Belitung Selatan - Kota Banjarmasin
24	SDN Belitung Selatan 5	Belitung Selatan - Kota Banjarmasin
25	SDN Belitung Selatan 6	Belitung Selatan - Kota Banjarmasin
26	SDN Belitung Selatan 9	Belitung Selatan - Kota Banjarmasin
27	SDN Belitung Utara 1	Belitung Utara - Kota Banjarmasin
28	SDN Benua Anyar 10	Benua Anyar - Kota Banjarmasin
29	SDN Benua Anyar 3	Benua Anyar - Kota Banjarmasin
30	SDN Benua Anyar 4	Benua Anyar - Kota Banjarmasin
31	SDN Benua Anyar 8	Benua Anyar - Kota Banjarmasin
32	SDN Gadang 1	Kampung Gadang - Kota Banjarmasin
33	SDN Gadang 2	Kampung Gadang - Kota Banjarmasin
34	SDN Gadang 3	Kampung Gadang - Kota Banjarmasin
35	SDN Karang Mekar 11	Jln. P. Antasari - Kota Banjarmasin
36	SDN Karang Mekar 2	Jln. P. Antasari - Kota Banjarmasin
37	SDN Karang Mekar 5	Jln. P. Antasari - Kota Banjarmasin
38	SDN Kebun Bunga 2	Kebun Bunga - Kota Banjarmasin
39	SDN Kebun Bunga 5	Kebun Bunga - Kota Banjarmasin
40	SDN Kebun Bunga 6	Kebun Bunga - Kota Banjarmasin
41	SDN Kuin Cerucuk 1	Kuin Cerucuk - Kota Banjarmasin
42	SDN Kuin Cerucuk 2	Kuin Cerucuk - Kota Banjarmasin
43	SDN Kuin Cerucuk 3	Kuin Cerucuk - Kota Banjarmasin
44	SDN Kuin Cerucuk 4	Kuin Cerucuk - Kota Banjarmasin
45	SDN Kuin Cerucuk 5	Kuin Cerucuk - Kota Banjarmasin
46	SDN Kuin Selatan 1	Kuin Selatan - Kota Banjarmasin
47	SDN Kuin Selatan 2	Kuin Selatan - Kota Banjarmasin
48	SDN Kuin Selatan 3	Kuin Selatan - Kota Banjarmasin
49	SDN Kuin Utara 1	Kuin Utara - Kota Banjarmasin
50	SDN Kuin Utara 5	Kuin Utara - Kota Banjarmasin

51	SDN Kuin Utara 6	Kuin Utara - Kota Banjarmasin
52	SDN Kuripan 1	Kuripan - Kota Banjarmasin
53	SDN Kuripan 2	Kuripan - Kota Banjarmasin
54	SDN Kuripan 3	Kuripan - Kota Banjarmasin
55	SDN Seberang Mesjid 1	Kampung Melayu - Kota Banjarmasin
56	SDN Seberang Mesjid 8	Kampung Melayu - Kota Banjarmasin
57	SDN Pasar Lama 1	Pasar Lama - Kota Banjarmasin
58	SDN Pasar Lama 3	Pasar Lama - Kota Banjarmasin
59	SDN Pasar Lama 6	Pasar Lama - Kota Banjarmasin
60	SDN Mawar 1	Dahlia - Kota Banjarmasin
61	SDN Mawar 3	Dahlia - Kota Banjarmasin
62	SDN Mawar 4	Dahlia - Kota Banjarmasin
63	SDN Mawar 6	Dahlia - Kota Banjarmasin

Sumber: Data Operasional MKK Bank Kalsel 2015.

2. Sampel penelitian

Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah seluruh kepala sekolah, kepala tata usaha sekolah, siswa pada 5 sekolah. Teknik pengambilan sampel penelitian menggunakan teknik *Purposive Sampling*, yakni dari 63 sekolah diambil 5 sekolah sebagai berikut:

Tabel 3.2. Sampel Sekolah-Sekolah Kota Banjarmasin yang Diteliti

No	Nama Sekolah	Alamat	Jumlah Siswa
1	SDN Mawar 1	Dahlia - Kota Banjarmasin	588
2	SDN Seberang Mesjid 1	Kampung Melayu Banjarmasin	629
3	SDN Pasar Lama 1	Pasar Lama Banjarmasin	438
4	SDN Karang Mekar 2	Jln. P. Antasari Banjarmasin	456
5	SDN Karang Mekar 5	Jln. P. Antasari Banjarmasin	494
Jumlah			2.605

Dari tabel 3.2. di atas, terlihat bahwa jumlah siswa yang menabung pada bank Kalsel adalah 2.605 siswa. Dari jumlah tersebut peneliti menarik sampel sebanyak 20 siswa pada tiap sekolah. Jadi total sampel penelitian adalah 100 orang siswa. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.3. Sampel Sekolah-Sekolah Kota Banjarmasin yang Diteliti

No	Nama Sekolah	Alamat	Jumlah Sampel
1	SDN Mawar 1	Dahlia - Kota Banjarmasin	20
2	SDN Seberang Mesjid 1	Kampung Melayu Banjarmasin	20
3	SDN Pasar Lama 1	Pasar Lama Banjarmasin	20
4	SDN Karang Mekar 2	Jln. P. Antasari Banjarmasin	20
5	SDN Karang Mekar 5	Jln. P. Antasari Banjarmasin	20
Jumlah			100

C. Data, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

1. Data

Data yang digali dalam penelitian ini ada dua macam yaitu:

a. Data Pokok

- 1) Data yang berkenaan dengan permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian, yaitu peningkatan minat menabung melalui kerjasama Bank Kalsel dengan sekolah-sekolah di Kota Banjarmasin sebagai berikut:

- a) Bentuk kerjasama Bank Kalsel dengan sekolah-sekolah di Kota Banjarmasin.

- b) Peningkatan minat menabung melalui kerjasama Bank Kalsel dengan sekolah-sekolah di Kota Banjarmasin.
 - c) Tinjauan ekonomi Islam tentang kerjasama Bank Kalsel dengan sekolah-sekolah di Kota Banjarmasin.
- b. Data penunjang, yaitu data yang menyangkut gambaran umum tentang lokasi atau yang berhubungan dengan obyektif lokasi penelitian, meliputi:
- 1) Gambaran Umum Bank Kalsel
 - 2) Gambaran Umum Sekolah

2. Sumber Data

Untuk mendapatkan data dalam penelitian ini, data digali melalui sumber data yang meliputi:

- a. Responden, yaitu guru kelas dan seluruh siswa yang telah ditetapkan sebagai sampel dalam penelitian ini tersebar dalam 5 sekolah, yakni berjumlah 100 orang siswa.
- b. Informan, yaitu orang-orang yang membantu dalam memberikan informasi dengan data yang digali, meliputi dewan guru, kepala sekolah, dan staf Bank Kalsel.
- c. Dokumen, yaitu berbagai keterangan tertulis dan arsip-arsip yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang ingin diperoleh dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Observasi

Observasi adalah penelitian yang dilakukan dengan melihat langsung kegiatan-kegiatan menabung yang terjadi pada SDN Mawar 1, SDN Seberang Masjid 1 dan SDN Pasar Lama 1 dengan format yang disusun berisi item-item tentang kejadian atau tingkah laku yang digambarkan akan terjadi untuk data yang akurat.

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik yang digunakan penulis berupa pertanyaan yang ditujukan kepada wali kelas, siswa dan staf Bank Kalsel tentang peningkatan minat menabung melalui kerjasama Bank Kalsel dengan sekolah-sekolah di Kota Banjarmasin.

c. Angket

Angket adalah teknik yang digunakan penulis berupa pertanyaan dengan pilihan jawaban tentang peningkatan minat menabung melalui kerjasama Bank Kalsel dengan sekolah-sekolah di Kota Banjarmasin.

d. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik yang digunakan penulis memperoleh data berupa gambaran umum tentang lokasi penelitian, keadaan siswa dan sarana prasarana yang dimiliki serta data-data penunjang lainnya.

D. Teknik Pengolahan Data

Data yang diperoleh dari hasil penelitian ini diolah dengan teknik sebagai berikut:

1. Editing, yaitu mengecek kembali data dan angket yang telah terkumpul

2. Skoring, yaitu memberikan penilaian atau skor terhadap jawaban responden yang telah diperiksa
3. Koding, yaitu mengklasifikasikan jawaban responden dengan memberikan kode tertentu pada setiap alternative jawaban
4. Tabulating, yaitu menuangkan data ke dalam table agar dapat dilihat dengan jelas frekuensi dan persentasi jawaban responden dengan menggunakan rumus:

$$p = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Dimana: P : Persentasi

F : Frekuensi jawaban

N : Jumlah responden yang memberikan jawaban

5. Klasifikasi, yaitu pengelompokan data sesuai dengan sifatnya
6. Interpretasi, yaitu memberikan penafsiran terhadap data yang tertuang dalam table dengan kategori sebagai berikut:

Table interpretasi data

Interval Nilai	Interpretasi
85 s.d 100	Sangat Tinggi
65 s.d 84	Tinggi
45 s.d 64	Sedang
25 s.d 44	Rendah
0 s.d 24	Rendah Sekali

E. Desain Pengukuran

Pengembangan Instrumen merupakan sesuatu yang amat penting dan strategis kedudukannya didalam keseluruhan kegiatan penelitian, hubungan antara

data dengan permasalahan, tujuan dan hipotesis penelitian. Instrumen koesioner ini dikembangkan dari variabel penelitian. Agar memperoleh pemahaman tentang angket variabel yang akan diteliti, yakni berkaitan dengan pengaruh kerjasama bank Kalsel terhadap peningkatan minat menabung siswa di Kota Banjarmasin.

Kemudian jawaban responden mengenai pengaruh kerjasama bank Kalsel terhadap peningkatan minat menabung siswa diberi bobot (peringkat) untuk masing-masing kriteria sebagai berikut:

Tabel 3.4. Alternatif jawaban responden

No	Alternatif Jawaban	Skor
1	Sangat tidak mempengaruhi	1
2	Tidak mempengaruhi	2
3	Kurang mempengaruhi	3
4	Mempengaruhi	4
5	Sangat mempengaruhi	5

F. Tehnik Analisis Data

Data yang dikumpulkan dari penelitian diuji dengan menggunakan beberapa teknik sebagai berikut:

1. Pemenuhan Asumsi

Model regresi linier berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi yang kemudian disebut dengan asumsi klasik. Proses pengujian asumsi klasik dilakukan bersama dengan proses uji regresi sehingga langkah-langkah yang dilakukan dalam pengujian asumsi klasik menggunakan langkah kerja yang sama dengan uji regresi. Uji asumsi klasik antara lain:

a. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas ini dimaksudkan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Uji ini dilakukan pada variable yang ada dengan logika bahwa secara individual variabel memenuhi asumsi normalitas,⁶⁶ Uji normalitas dapat dilakukan dengan grafik dan melihat besaran Kolmogrof-Smirnov.⁶⁷

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas merupakan uji yang ditunjukkan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (variabel independen). Model uji regresi yang baik selayaknya tidak terjadi multikolinieritas.⁶⁸ Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas antar variabel, salah satu caranya adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (*VIF*) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya.⁶⁹ Jika nilai *VIF* tidak lebih dari 10, maka model tidak terdapat multikolinieritas.

c. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk melihat apakah dua atau lebih kelompok data berasal dari populasi yang memiliki variansi yang linier. Sedangkan pada analisis

⁶⁶ Singgih Santosa, *SPSS Statistik Multivariat* (Jakarta: PT elex Media Komptindo, 2002), h. 34

⁶⁷ *Ibid*, h. 35

⁶⁸ Tony Wijaya, *Cepat Menguasai SPSS 20 (untuk olah dan Interpretasi Data)*, Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka, 2012, h. 125.

⁶⁹ Suliyanto, *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*, Bogor: Indonesia, 2005, h. 63.

regresi, persyaratan analisis yang dibutuhkan adalah bahwa galat regresi untuk setiap pengelompokan berdasarkan variable terikatnya memiliki variansi linier.

d. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas menunjukkan bahwa variansi variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Jika variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas karena data *cross section* memiliki data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, besar).⁷⁰

Salah satu cara untuk melihat adanya problem heterokedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Cara menganalisanya sebagai berikut:

- a. Dengan melihat apakah titik-titik memiliki pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit. Jika terjadi, indikasinya terdapat heterokedastisitas.
- b. Jika tidak terdapat pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, indikasinya tidak terjadi heterokedastisitas.

2. Analisis Regresi Sederhana

Dalam penelitian ini analisis yang akan digunakan untuk mengetahui pengaruh kerjasama bank Kalsel terhadap peningkatan minat menabung siswa yaitu dengan menggunakan analisis regresi sederhana. Regresi adalah alat analisis

⁷⁰Tony Wijaya, *Cepat Menguasai SPSS 20 (untuk olah dan Interpretasi Data)*, op. cit., h. 130.

yang digunakan untuk mempelajari pengaruh antara suatu variabel terhadap variabel lainnya.⁷¹ Persamaan regresinya adalah:

$$Y = a + bX$$

Di mana:

Y : Prestasi belajar
 a : Konstanta
 b : Koefisien
 X : Penggunaan model pembelajaran yang variatif

Rumus korelasi sederhana (R^2) satu prediktor:

$$R_y = \frac{b \sum XY}{\sum Y^2}$$

Uji signifikansi koefisien korelasi sederhana:

$$F = \frac{R^2(N - m - 1)}{m(1 - R^2)}$$

Jika F hitung > dari F tabel maka koefisien regresi yang diuji adalah signifikan untuk $\alpha = 5\%$ dan $\alpha = 1\%$, sehingga dapat diberlakukan ke jawaban angket. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan SPSS *for Windows Release* 17.0.

No.	Interval Nilai	Kekuatan Pengaruh
1.	KK = 0,00	Tidak ada
2.	0,00 < KK 0,20	Sangat rendah atau lemah sekali
3.	0,20 < KK 0,40	Rendah atau lemah tapi pasti
4.	0,40 < KK 0,70	Cukup berarti atau sedang
5.	0,70 < KK 0,90	Tinggi atau kuat
6.	0,90 < KK 1,00	Sangat tinggi atau kuat sekali
7.	KK = 1,00	Sempurna

Semakin tinggi nilai koefisien regresi antara dua variabel (semakin mendekati 1), maka tingkat keeratan hubungan antara dua variabel tersebut

⁷¹ Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2000) h. 145.

semakin tinggi. Dan sebaliknya, semakin rendah nilai koefisien korelasi (semakin mendekati 0), maka tingkat keeratan hubungan antara dua variabel tersebut semakin lemah.⁷²

G. Prosedur Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini ada beberapa prosedur yang dilalui, yaitu:

1. Tahap pendahuluan
 - a. Penjajakan awal ke lokasi penelitian.
 - b. Berkonsultasi dengan dosen pembimbing untuk menyusun desain proposal.
 - c. Mengajukan desain proposal skripsi serta mohon persetujuan judul kepada Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin, melalui Biro Skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin.
2. Tahap Persiapan
 - a. Melaksanakan seminar proposal skripsi yang telah disetujui oleh Fakultas.
 - b. Merevisi proposal skripsi yang berpedoman pada hasil seminar dan petunjuk dari Bapak/ibu pembimbing skripsi.

⁷² Alghifari, *Analisis Statistik untuk Bisnis*, (Yogyakarta: BPFE, 2007) h. 39.

- c. Memohon surat perintah riset kepada Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin, untuk disampaikan kepada yang bersangkutan.
 - d. Menghubungi pihak-pihak yang bersangkutan guna menyampaikan rencana riset dengan disertai Surat Perintah Riset dari Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin.
 - e. Menyiapkan teknik-teknik pengumpulan data, berupa pedoman wawancara, observasi, dan dokumentasi.
3. Tahap Pelaksanaan
- a. Melaksanakan wawancara dengan responden dan informan dan melakukan observasi serta meminta dokumen-dokumen yang relevan dengan permasalahan penelitian.
 - b. Mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data, menarik kesimpulan, dan dilanjutkan dengan penyusunan laporan.
4. Tahap Penyusunan Laporan
- a. Penyusunan laporan hasil penelitian dalam bentuk skripsi sesuai dengan aturan dan kaidah yang berlaku, kemudian diserahkan kepada Bapak/Ibu pembimbing untuk dikoreksi dan disetujui.
 - b. Setelah Bapak/Ibu pembimbing menyatakan setuju, selanjutnya naskah skripsi diperbanyak sesuai dengan kebutuhan.
 - c. Setelah semua siap, naskah skripsi dibawa ke sidang munaqasah untuk diuji dan dipertahankan di depan Tim penguji Sidang Skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin.