

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Religiusitas

a. Definisi Religiusitas

Hamka dalam bukunya yang berjudul tasawuf modern, religiusitas atau keberagaman bermula dari kata dasar yakni kepercayaan dalam hati seseorang yaitu ibadah yang muncul karena ada keyakinan yang menuntut serta patuh karena iman. Glock dan Rodney seperti yang dikutip dalam jurnal Maisur, religiusitas adalah keadaan yang terdapat dalam diri seseorang yang mendorong berpikir, bersikap, berperilaku, dan bertindak sesuai dengan ajaran agama yang dianutnya yang harus sesuai apa yang harus dianjurkan agama tersebut.¹

Pengertian agama (*religiusitas*) menurut Glock dan Stark seperti yang dikutip dari bukunya Djamiludin Ancok dan Fuad Nashori Suroso adalah suatu keseluruhan dari jiwa individu yang mencakup tentang keyakinan, perasaan, dan perilaku yang dilakukan secara langsung dan bersungguh-sungguh pada ajaran agamanya.²

Imam Ghazali pengertian religiusitas itu lebih mengarah pada kualitas penghayatan dan sikap hidup seseorang berdasarkan nilai-nilai keagamaan yang diyakini. Jadi, lebih menekankan unsur nilai-nilai luhur keagamaan dan cenderung mengutamakan sisi keagamaan.³

Pengertian religiusitas atau tadayyun menurut Ma'mun Mu'min adalah keberagaman. Yaitu respon

¹ Maisur, "Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syariah di Banda Aceh", *Jurnal Sains Riset* 5, no. 1, (2005): 3, diakses pada tanggal 13 Februari, 2020.

² Djamiludin Ancok dan Fuad Nashori Suroso, *Psikologi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2004), 76.

³ Imam Ghazali, "Pengaruh Religiusitas terhadap Komitmen Organisasi, Keterlibatan Kerja, Kepuasan Kerja dan Produktivitas", *Jurnal Bisnis Strategi* 9, (2002), 7.

manusia terhadap agama / *ad din* / wahyu. Misalnya *aqimu ash sholah* ini perintah agama / wahyu tentang kewajiban shalat. Kaifiyatus shalat adalah keberagaman, dimana dapat dicontohkan shalat subuh antara NU dan Muhammadiyah terdapat perbedaannya.

Pengertian religiusitas menurut Ahyadi adalah sadar terhadap norma-norma agama yaitu menghayati norma tersebut ke dalam diri pribadinya. Kesadaran agama disini bukan hanya penghayatan akan norma agama dalam bertingkah laku. Dan pengertian religiusitas menurut Dister bahwa seseorang yang sudah bertingkah laku sesuai dengan agamanya menunjukkan adanya unsur internalisasi agama dalam diri seseorang (religiusitas), sedangkan istilah religiusitas diartikan sebagai kata untuk menunjukkan keterikatan seseorang terhadap agama yang dipeluknya (*religiusitas commitmen*). *Religiusitas commitmen* adalah suatu cara atau alasan seseorang untuk menjalankan agamanya.⁴

Berdasarkan definisi religiusitas yang dikemukakan oleh para ahli di atas, religiusitas memiliki definisi suatu kesatuan unsur yang komprehensif, yang menjadikan seseorang disebut sebagai orang yang beragama dan bukan hanya sekedar mengaku mempunyai agama. Apapun istilah yang digunakan oleh para ahli untuk menyebut aspek religius di dalam diri manusia menunjuk kepada suatu kegiatan agama yang memang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia itu sendiri. Religiusitas yang dimaksud dalam penelitian ini sendiri adalah didalamnya terdapat berbagai hal yang menyangkut tentang moral atau akhlak, keimanan serta ketaqwaan seseorang.

b. Dimensi Keberagaman (*Religiusitas*)

Glock dan Stark seperti yang dikutip dari bukunya Djamaludian Ancok dan Fuad Nashori Suroso bahwa

⁴ Dewi Sartika et.al, “Hubungan Religiusitas Commitmen dengan Kepuasan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah pada Dosen Unisba”, *Jurnal Sosial, Ekonomi dan Humaniora* 2, no 1, (2011): 439, diakses pada 13 Februari, 2020.

terdapat lima macam dimensi keberagaman (religiusitas) yaitu:

1) Keyakinan (Dimensi Idiologis)

Dimensi ini berisi tentang pengharapan-pengharapan dimana seseorang yang beragama tersebut mengacu pada pandangan tentang pengetahuan ketuhanan dimana seseorang tersebut diharapkan taat.

Dimensi keyakinan ini kedudukannya sama dengan dengan akidah. Dimensi ini menunjuk seberapa tingkat keyakinan muslim menerima hal-hal yang bersifat dogmatis di dalam agamanya. Dalam bagian ajaran islam, dimensi ideologis ini menyangkut kepercayaan seseorang terhadap kebenaran atau keberadaan agamanya. Semua ajaran bersumber dari Al Qur'an dan hadist dimana yang menjadi acuan bagi penganutnya dalam bidang apapun. Seperti: percaya kepada Allah, percaya kepada kitab Allah, percaya kepada malaikat Allah dan sebagainya.

2) Praktek Agama (Dimensi Ritualitas)

Dimensi praktik agama ini berhubungan dengan seberapa tingkat ketaatan tiap individu dalam melaksanakan kegiatan yang berhubungan dengan keagamaan sebagaimana yang diperintahkan oleh agama Islam. Dalam agama islam, isi dimensi ini yakni tentang aktivitas tiap seseorang seperti melaksanakan shalat, puasa, haji, dan lain sebagainya.

3) Pengalaman (Dimensi Eksperiensial)

Dimensi pengalaman ini berhubungan dengan seberapa tingkat seseorang dalam merasakan dan mengalami perasaan dan pengalaman keagamaannya. Dalam agama islam, isi dimensi ini adalah tentang perasaan dekat dengan Allah, doa-doa yang sering dikabulkan, perasaan khusuk ketika melaksanakan shalat, menerima pendapatan yang tidak terduga sebelumnya seperti hibah, hadiah dan warisan.

4) Pengetahuan Agama (Dimensi Intelektualitas)

Dimensi ini berhubungan dengan seberapa tingkat pengetahuan dan pemahaman seseorang terhadap ajaran agamanya, terutama mengenai ajaran agamanya sebagaimana yang termuat dalam Al Qur'an.. Di dalam agama islam, dimensi ini meliputi seperti Al Qur'an dan hadist dan pemahaman tentang kaidah-kaidah keilmuan ekonomi islam atau perbankan syariah.

5) Konsekuensi (Dimensi Konsekuensial)

Konsekuensi ini berhubungan dengan seberapa tingkat seseorang dalam berperilaku yang telah dimotivasi oleh ajaran agama yang dianutnya. Perilaku disini yang dimaksud adalah seperti halnya perilaku duniawi, yakni bagaimana seseorang berhubungan dengan dunianya. Di dalam islam, dimensi ini dicontohkan misalnya perilaku tolong menolong, berbuat jujur, menjaga amanat dari orang lain, menjaga lingkungan di sekitar kita, tidak berbuat maksiat (tidak melakukan judi), dan mematuhi norma-norma agama islam beserta budaya di dalamnya, bermasyarakat yang baik, dan melakukan kegiatan ekonomi yang di dalamnya seperti transaksi berbisnis dan perbankan yang dilakukan tanpa non riba.⁵

Dari uraian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa dimensi religiusitas meliputi keyakinan, praktek agama, pengalaman, pengetahuan agama, dan konsekuensi. Kelima dimensi ini merupakan satu kesatuan yang saling berkaitan satu sama lain. Kelima dimensi tersebut juga cukup terkait dan mewakili keadaan yang terkait dengan suatu keagamaan pada setiap seseorang dan bisa diaplikasikan dalam sistem agama Islam untuk diuji cobakan dalam rangka menyulahi lebih jauh lagi kondisi keagamaan nasabah muslim. Sehingga untuk dalam hal ini mengetahui, mengamati dan menganalisa tentang kondisi religiusitas nasabah yang akan diteliti, maka akan diambil lima dimensi

⁵ Djameludin Ancok dan Fuad Nashori Suroso, *Psikologi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2004), 78.

keberagaman sebagai skala untuk mengukur religiusitas nasabah.

Selain kelima dimensi di atas, dalam jurnalnya Imam Ghazali disebutkan terdapat tiga dimensi untuk mengukur tingkat *religiusitas* diantaranya:

1) *Religiusitas Belife*

Tingkatan dimana seseorang harus menerima apa yang diperintahkan di dalam ajarannya tersebut. Pada dasarnya di dalam agama menginginkan setiap pengikutnya untuk mentaati ketaatannya.

2) *Religiusitas Komitmen*

Suatu perasaan-perasaan yang bersifat keagamaan yang pernah dialami dan dirasakan seseorang tersebut. Bisa dijabarkan juga perasaan dekat dengan sang pencipta, perasaan berpasrah diri kepada Allah. Misalnya seseorang merasa takut akan untuk melakukan perbuatan yang menimbulkan dosa.

3) *Religiusitas Behaviori*

Suatu tindakan atau amalan keagamaan yang akan dilakukan sesuai dengan agama yang dianutnya.⁶

c. Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Mc Guire menjelaskan bahwa perkembangan religiusitas seorang ditemukan faktor internal dan eksternal diantaranya:⁷

1) Faktor internal

Faktor yang muncul dari dalam diri seseorang itu sendiri, yang meliputi:

a) Faktor kebiasaan atau adat kebiasaan

Pengertian adat kebiasaan bagi Ahmad Amin, yakni suatu perilaku yang dilakukan secara berulang kali sehingga mudah dikerjakan.⁸ Jadi seseorang yang sejak kecil sudah dibiasakan untuk berperilaku yang didasarkan pada norma-

⁶ Imam Ghazali, "Pengaruh Religiusitas terhadap Komitmen Organisasi, Keterlibatan Kerja, Kepuasan Kerja dan Produktivitas", *Jurnal Bisnis Strategi* 9, (2002), 7.

⁷ Dewi Sartika, et.al, 441.

⁸ Ahmad Amin, *Etika (ilmu akhlak)*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1975), 21.

norma agama, baik diterapkan di lingkungan keluarga maupun di lingkungan masyarakat, ketika seseorang itu sudah tumbuh besar dan terlihat dewasa semua perilaku keagamaan itu akan mudah dijalani, karena ia perilaku tersebut sudah ditanamkan sejak mulai kecil.

b) Faktor Pembawaan

Faktor pembawaan ini yaitu faktor dari dalam diri seseorang sejak lahir yang bentuknya berupa kecenderungan, bakat, akal dan lain-lain, jadi jika seseorang telah memiliki sifat atau kecenderungan yang baik dari dulu maka dengan sendirinya orang tersebut menjadi baik.

2) Faktor eksternal

a) Lingkungan keluarga

Keluarga merupakan lingkungan yang pertama kali dan yang mempunyai peran penting bagi setiap orang. Keluarga mempunyai banyak manfaat seperti memberikan bimbingan dan pendidikan tentang keagamaan bagi seorang anak. Keluarga pula memberikan tuntunan dan contoh bagi seorang anak. Oleh karena itu keluarga mempunyai peran yang sangat penting dalam upaya mengembangkan suatu pribadi anak. Di dalam lingkungan keluargalah tempat dasar pembentukan suatu watak dan sikap anak.

Setiap sikap, pandangan, dan pendapat yang orang tua atau anggota keluarga lainnya yang dilakukan akan dijadikan contoh oleh anak dalam berperilaku. Keluarga bertanggung jawab atas kelakuan, pembentukan kepribadian, kasih sayang, perhatian, bimbingan, kesehatan dan suasana di dalam rumah. Dari lingkungan keluarga yang harmonis akan memancarkan keteladanan kepada anak-anaknya, akan lahir juga anak-anak yang memiliki kepribadian dengan pola pikir yang baik.

b) Lingkungan sekolah

Lingkungan sekolah merupakan lingkungan pendidikan kedua yang terjadi setelah

lingkungan keluarga. Sekolah juga lembaga pendidikan yang melaksanakan pembinaan pendidikan dan pengajaran dengan sengaja, teratur dan terencana. Sekolah mempunyai peran penting juga yang turut mempengaruhi pertumbuhan dan perkembangan seseorang terutama dalam hal mengasah otak atau kecerdasannya. Lingkungan sekolah sangat berperan dalam meningkatkan pola pikir.

2. Pendapatan

a. Pengertian Pendapatan

Pendapatan atau *disposable income* adalah hasil akhir dari setiap orang bekerja yang berupa uang yang dapat digunakan untuk melangsungkan kehidupannya dengan anggota keluarga. Dengan pendapatan seseorang dapat memenuhi kebutuhan primer dan kebutuhan lainnya.⁹ Pendapatan merupakan salah satu unsur kesatuan dari kemiskinan. Pendapatan yang rendah yang diperoleh masyarakat akan menyebabkan kurang terpenuhinya suatu kehidupan di dalam masyarakat tersebut, sehingga dapat dikatakan seseorang dengan pendapatan yang rendah disebut masyarakat berstrata bawah. Sehingga dapat diyakini bahwa terdapat pengaruh langsung antara pendapatan dengan kemiskinan.¹⁰ Dalam analisis mikro ekonomi, istilah pendapatan yakni penghasilan dalam suatu periode waktu yang berasal dari penyediaan faktor-faktor produksi sumber daya alam, tenaga kerja dan modal yang masing-masing dalam bentuk sewa, upah dan laba secara berurutan.¹¹

Pendapatan adalah uang yang diterima dan diberikan kepada karyawan berdasarkan kinerjanya dari

⁹ Randi R. Giang, "Pengaruh Pendapatan terhadap Konsumsi Buruh Bangunan di Kecamatan Pineleng" *Jurnal EMBA* 1, no. 3, 252, diakses pada 24 Maret, 2020.

¹⁰ Abdul Rahman dan Muh. Fiqam Alamsyah, "Pengaruh Pendidikan, Pendapatan dan Konsumsi terhadap Kemiskinan Masyarakat Migran di Kota Makassar" *Jurnal Ecces* 6, no. 1, 119, diakses pada 24 Maret, 2020.

¹¹ Nopirin, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro & Mikro*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), 79.

hasil profesi yang dilakukan. Besarnya pendapatan seseorang bergantung pada jenis pekerjaannya.¹²

Tingkat pendapatan yakni salah satu kriteria maju tidaknya suatu daerah. Jika pendapatan pada suatu daerah relatif rendah, dapat dikatakan bahwa kemajuan dan kesejahteraan tersebut akan rendah pula. Kelebihan dari konsumsi maka akan disimpan di bank yang tujuannya adalah untuk menjaga apabila baik kemajuan dibidang pendidikan, produksi dan sebagainya juga mempengaruhi tingkat tabungan masyarakat. Demikian pula jika pendapatan suatu masyarakat daerah relatif tinggi, maka tingkat kesejahteraan dan kemajuan daerah tersebut tinggi pula.¹³

Tidak jauh berbeda pula dengan yang diartikan oleh BPS (Badan Pusat Statistik) yang menyatakan bahwa pendapatan yaitu keseluruhan jumlah penghasilan yang diterima oleh seseorang sebagai balas jasa berupa uang dari segala hasil kerja atau usahanya. Pendapatan masyarakat merupakan gambaran utama dari daya beli masyarakat, sehingga akan mempengaruhi permintaan barang dari segi kuantitas maupun kualitas. Masyarakat yang memiliki pendapatan setiap bulannya yang tinggi akan berbeda jenis dan jumlah barang yang dibeli atau diminta karena pendapatan sangat mendukung barang yang diinginkan sesuai dengan daya belinya. Bandingkan dengan orang yang gajinya hanya cukup untuk makan bahkan sering kekurangan, mereka hanya mampu membeli barang yang sesuai kecukupan dengan uang yang dimiliki. Beda lagi dengan orang yang bisa membeli banyak barang karena kelebihan uang dari pendapatannya.

b. Karakteristik Pendapatan

Jenis pendapatan yang dimiliki perusahaan berbeda-beda, tetapi dari sudut akuntansi seluruh

¹² Sadono Sukirno, *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2006), 47.

¹³ Mahyu Danil, "Pengaruh Pendapatan terhadap Tingkat Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireun", *Joernal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh* 4, no. 7, 9, diakses pada 01 April, 2020.

pendapatan tersebut mulai dari kelompok pendapatan yang berasal dari penjualan barang jadi hingga pendapatan dari penjualan jasa memiliki karakteristik yang sama dalam pencatatannya. Karakteristik pendapatan dibagi menjadi dua karakteristik diantaranya:

- 1) Jika suatu saldo bertambah, akan dicatat disisi kredit. Setiap pencatatan disisi kredit menyatakan bahwa saldo pendapatan tersebut bertambah.
- 2) Jika suatu saldo tersebut berkurang, akan dicatat disisi debet. Setiap pencatatan disisi debet menyatakan bahwa saldo pendapatan tersebut berkurang.

c. Jenis Pendapatan

Kinerja seseorang dapat diukur dengan menggunakan jumlah pendapatan yang diterima oleh seseorang dalam waktu tertentu. Apabila meningkatnya suatu pendapatan seseorang, sementara harga-harga barang atau jasa tetap, maka orang tersebut akan lebih mampu membeli barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya, dimana dapat diartikan tingkat kesejahteraannya meningkat pula.¹⁴ Secara garis besar pendapatan digolongkan menjadi tiga golongan antara lain:

1) Upah

Gaji atau upah yakni imbalan atas usaha atau jasa seseorang dalam melakukan pekerjaannya pada kurun waktu tertentu, seperti halnya satu hari, satu minggu bahkan satu bulan yang berupa uang atau balas jasa lain yang diberikan oleh perusahaan atau organisasi. Upah termasuk komponen penting bagi seorsng pekerja karena upah berhubungan langsung dengan kesejahteraan pekerja. Pekerja disebut sejahtera apabila upah yang diterima dapat mencukupi kebutuhan sehari-harinya.

¹⁴ Arifin Sitio dan Halomoan Tamba, *Koperasi: Teori dan Praktek*, (Jakarta: Erlangga, 2001), 20.

2) Pendapatan dari usaha sendiri

Merupakan pendapatan yang diperoleh dari usaha yang didirikan sendiri. Tenaga kerja yang dimiliki dalam usaha yang didirikan sendiri adalah berasal dari anggota keluarga sendiri tanpa campur tangan orang lain. Misalnya, pendapatan dari hasil jualan dari toko kelontong.

3) Pendapatan dari usaha lain

Pendapatan lain didapat di luar dari gaji dan usaha sendiri. Pendapatan yang diperoleh tanpa usaha dari diri sendiri dan hanya berasal dari sesuatu yang lain. Seperti hasil dari menyewakan asset seperti halnya menyewakan mobil, rumah dan lain sebagainya.

d. Penggolongan Pendapatan

Menurut Bank Dunia standar kemiskinan ekstrim adalah ketika seseorang yang hidup dengan pendapatan \$1, 90 atau kurang dalam sehari.¹⁵ Sedangkan standar RI menyebutkan bahwasannya orang disebutkan miskin ketika pendapatannya kurang dari Rp 401 ribu per bulan untuk per orang.

- 1) Berdasarkan penggolongannya, Badan Pusat Statistik (BPS) membedakan pendapatan menjadi empat golongan yaitu: Pendapatan sangat tinggi adalah jika pendapatan rata-rata lebih dari Rp. 3.500.000 per bulan
- 2) Pendapatan tinggi adalah jika pendapatan rata-rata adalah antara Rp. 2.500.000 s/d Rp. 3.500.000 per bulan
- 3) Pendapatan sedang adalah jika pendapatan rata-rata adalah antara Rp. 1.500.000 s/d Rp. 2.500.000 per bulan
- 4) Pendapatan rendah adalah jika pendapatan rata-rata adalah Rp. 1.500.000 per bulan.

¹⁵ Masriadi, "Menurut Bank Dunia: Hanya 30 Persen Orang Indonesia Aman dari Kemiskinan", (Kompasiana.com), <https://www.worldbank.org/en/understanding-poverty> , diakses 5 Juli 2020 pukul 13.05.

e. Faktor-Faktor Pendapatan

1) Kesempatan kerja yang tersedia

Semakin banyak kesempatan kerja yang tersedia berarti semakin banyak penghasilan yang bisa diperoleh dari hasil kerja tersebut. Kesempatan kerja janganlah dilewatkan, karena semakin banyaknya kesempatan kerja yang tersedia, seseorang dapat memilah pekerjaan yang diinginkan atau disukai.

2) Kecakapan dan keahlian

Mempunyai bakat kecakapan dan keahlian yang tinggi dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas yang pada akhirnya berpengaruh pula terhadap penghasilan. Seseorang yang mempunyai kecakapan dan keahlian yang dimiliki banyak, semakin mudah mendapatkan pekerjaan dengan pendapatan yang berbeda-beda.

Misal saja, jika seseorang memiliki keahlian dalam mengoperasikan komputer dan paham akan Sistem Administrasi Perkantoran (SAP), kesediaan posisi kerja akan lebih mudah dicari perusahaan dan menduduki posisi menjadi seorang admin.

3) Motivasi

Motivasi atau dorongan juga mempengaruhi jumlah penghasilan yang diperoleh, semakin besar dorongan seseorang untuk melakukan suatu pekerjaan, semakin besar pula penghasilan yang diperoleh tersebut.

4) Keuletan kerja

Keuletan dapat disamakan dengan ketekunan, keberanian untuk menghadapi segala macam tantangan dan rintangan. Bila saat menghadapi kegagalan maka kegagalan tersebut dijadikan sebagai bekal untuk meniti ke arah kesuksesan dan keberhasilan. Bila seseorang gagal dan jatuh bukan jalan keluarnya untuk menyerah maupun putus asa. Dengan seseorang gagal sudah dipastikan harus bangkit dan harus mampu berfikir rasional dengan lebih berani lagi untuk menghadapi segala persoalan tantangan yang ada.

- 5) Banyak sedikitnya modal yang digunakan
 Besar kecilnya usaha yang dilakukan seseorang sangat dipengaruhi oleh besar kecilnya modal yang dipergunakan. Semakin besar modal yang dikeluarkan seseorang dalam mendirikan usaha, akan semakin besar pula pendapatan yang didapatkannya.¹⁶

f. Indikator Pendapatan

Menurut Bramastuti, indikator pendapatan antara lain:¹⁷

- 1) Pendapatan yang diterima perbulan
- 2) Pekerjaan
- 3) Beban keluarga yang ditanggung.

3. Lingkungan Sosial

a. Pengertian Lingkungan Sosial

Purwanto menjabarkan lingkungan sosial meliputi semua yang ada di dunia ini yang mempengaruhi tingkah laku, perkembangan, pemikiran, pertumbuhan, seseorang. Akan tetapi, lingkungan yang hanya terdapat di sekitar kita saja, yang benar-benar terjadi secara nyata yang dapat mempengaruhi pertumbuhan dan tingkah laku kita.¹⁸

Sumaatmadja, lingkungan sosial terdiri dari kelompok itu sendiri dan lingkungan sosial menurut Setiadi dan Kolip adalah tempat atau suasana dimana sekelompok orang merasa sebagai anggotanya, seperti lingkungan kerja, lingkungan RT, lingkungan pendidikan, lingkungan pesantren dan lain sebagainya.¹⁹

Barnet dan Casper, lingkungan sosial merupakan sesuatu hal yang didefinisikan sebagai suasana fisik atau suasana sosial dimana manusia hidup di dalamnya, atau

¹⁶ Mahyu Danil, 9

¹⁷ Novia Bramastuti, *Pengaruh Prestasi Sekolah dan Tingkat Pendapatan terhadap Motivasi Berwirausaha Siswa SMK Bakti Oetama Gondangrejo Karanganyar*, 2009, 48, diakses pada 25 April, 2020.

¹⁸ Ngalim Purwanto, *Ilmu Pendidikan Teoritis dan Praktis*, (Jakarta: Rosdakarya, 2011), 73.

¹⁹ Riana Monalisa Tamara, "Peranan Lingkungan Sosial terhadap Pembentukan Sikap Peduli Lingkungan Peserta Didik di SMA Negeri Kabupaten Cianjur", *Jurnal Pendidikan Geografi* 16, no 1 (2016): 45, diakses pada 26 April, 2020.

dimana sesuatu terjadi dan berkembang. Lingkungan sosial tersebut bisa berupa kebudayaan atau kultur yang diajarkan atau dialami oleh seorang individu, atau juga manusia dan institusi yang berinteraksi dengan individu tersebut.²⁰

Berdasarkan pengertian di atas, disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan lingkungan sosial adalah segala sesuatu yang terdapat di sekitar manusia yang dapat memberikan pengaruh pada manusia tersebut, serta manusia-manusia lain yang ada di sekitarnya, seperti tetangga, teman, bahkan juga orang lain di sekitarnya yang belum dikenal sekalipun. Dan dapat dikatakan bahwa lingkungan sosial merupakan wadah atau sarana untuk berinteraksi dengan orang lain dan membentuk sebuah pribadi serta mempengaruhi tingkah laku seseorang. Oleh karena itu, lingkungan sosial yang baik akan mempengaruhi pribadi atau perilaku seseorang itu menjadi baik pula.

b. Faktor-Faktor Lingkungan Sosial

1) Pengelompokan sosial

Berbagai macam orang dimana mereka membentuk persekutuan sosial yang dilandasi karena adanya suatu hubungan kekerabatan seperti keluarga marga dan lainnya.

2) Penataan sosial

Penataan sosial sangat penting untuk mengatur suatu ketertiban dalam kehidupan di masyarakat. Penataan ini berupa aturan-aturan yang digunakan sebagai pedoman untuk kerja sama dan pergaulan setiap anggotanya yang mana setiap orang harus memiliki kedudukan yang jelas sehingga akan lebih jelas untuk mengetahui suatu kepentingan satu sama lainnya.

²⁰ “Lingkungan Sosial: Pengertian, Faktor, Jenis dan Contoh Lingkungan Sosial Menurut Para Ahli Lengkap”, (Sekolahan.co.id), <https://www.sekolahan.co.id/pengertian-faktor-jenis-dan-contoh-lingkungan-sosial-menurut-para-ahli/>, diakses 5 juli 2020 jam 15.00.

3) Pranata sosial

Kebanyakan pranata sosial yang dikembangkan berdasarkan kepentingan penguasaan lingkungan pemukiman yang penting bagi kelangsungan hidup masyarakat yang bersangkutan. Berbagai peraturan dikembangkan untuk menyisihkan orang yang bukan anggota kesatuan sosial yang bersangkutan.

4) Kebutuhan sosial

Lingkungan sosial terbentuk atas keinginan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Meski sudah diketahui bahwa tidak semua kebutuhan seseorang bisa terpenuhi termasuk kebutuhan sosial.

c. Jenis-Jenis Lingkungan Sosial

Menurut Ahmadi, ada beberapa macam jenis lingkungan sosial, di antaranya yaitu:

1) Lingkungan Sosial Primer

Lingkungan sosial primer yaitu lingkungan yang antara anggota satu dengan anggota yang lain mempunyai hubungan yang erat dan sudah mengenal baik.

2) Lingkungan Sosial Sekunder

Lingkungan sosial primer yaitu salah satu jenis lingkungan sosial yang memiliki hubungan diantara anggota satu dengan lainnya namun agak longgar dan hanya berorientasi pada kepentingan-kepentingan formal serta aktivitas-aktivitas khusus atau yang mempunyai hubungan diantara anggota satu dengan anggota yang lainnya mempunyai jarak atau kurang akrab.

d. Indikator Lingkungan Sosial

Seseorang yang dilahirkan dari mulai kecil hingga tumbuh dewasa, menjadi orang yang mempunyai pendirian dan mampu bertanggung jawab sendiri di dalam lingkup lingkungan sekitarnya, semua itu mengalami perkembangan yang sangat signifikan. Baik atau buruknya hasil perkembangan seseorang tersebut tergantung dari pemberian pendidikan yang diterima

seseorang itu dari berbagai lingkungan pendidikan yang dialaminya.²¹

1) Lingkungan keluarga

Lingkungan keluarga memiliki peran yang sangat penting dalam perkembangan seorang anak mulai dari kecil hingga tumbuh menjadi dewasa yang akan berguna bagi lingkup masyarakat sekitarnya. Orang tua adalah sosok inspiratif bagi seorang anak. Seorang anak yang masih dalam pantauan orang tua akan mengikuti jejak aktivitas orang tuanya. Orang tua memberikan pengalaman, petuah maupun nasihat apapun yang baik terhadap anak. Maka dari itu, pengaruh orang tua terhadap anak sangatlah besar. Keadaan keluarga satu dengan yang lain di lingkup keluarga berbeda dengan yang lainnya. Ada keluarga yang diliputi dengan suasana yang adem, tentram dan bahagia. Sebaliknya pula, ada keluarga yang diliputi dengan banyak masalah, cekcok, tidak harmonis dan lain sebagainya. Dengan sendirinya pengaruh dari keluarga dengan berbagai macam coraknya akan membawa pengaruh pula bagi seseorang.

2) Lingkungan sekolah

Lingkungan sekolah adalah lingkungan yang kedua setelah lingkungan keluarga. Sekolah didirikan untuk semua masyarakat untuk membantu memenuhi kebutuhan keluarga yang belum mampu terpenuhi dengan memberi bekal bagi anak-anaknya. Lingkungan sekolah tergolong lingkungan yang jangkauannya cukup luas, karena ketika seorang anak terdapat di lingkungan sekolah sudah pasti akan memiliki teman yang baru dengan berbagai ragam sikap, pemikiran, dan pemahaman yang berbeda-beda.

Lingkungan sekolah membawa pengaruh juga terhadap seorang anak. Seorang anak dididik oleh orang tua di dalam sebuah lingkungan yang baik, akan tetapi ketika di dalam lingkungan sekolah seorang anak tersebut salah dalam masuk pergaulan atau menyimpang dari pendidikan yang diberikan oleh

²¹ Ngalm Purwanto, *Ilmu Pendidikan Teoritis dan Praktis*, 123.

orang tua, disitulah terdapat pengaruh yang besar akan terjadi kontra antara pendidikan yang diberikan orangtua ketika di lingkup keluarga dengan di lingkungan sekolah. Biasanya seorang anak yang tidak mempunyai pendirian yang penuh akan mudah terkontaminasi dengan lingkungan sekitarnya. Contoh kecil saja ketika terdapat pengaruh besar akibat pendirian yang bersifat kontra antara teman sewaktu disekolah dengan pendidikan yang diajarkan di rumah, seorang anak tersebut akan mengikuti saran yang diberikan temannya sewaktu di sekolah dibandingkan dengan pengaruh yang diberikan orangtua ketika di lingkup keluarga.²²

3) Lingkungan masyarakat

Dapat dikategorikan lingkungan masyarakat ini sangat penting. Di dalam konteks ini, lingkungan masyarakat mencakup semua unsur dari setiap individu, kelompok yang beraneka ragam dan lain sebagainya. Dalam lingkup masyarakat, seseorang tidak hanya dihadapkan dengan keluarga saja maupun teman sebayanya ketika di sekolah, tetapi lingkungan masyarakat mencakup seseorang yang sangat luas. Bahkan dalam lingkup masyarakat, seseorang akan mempunyai lebih luas lagi pengalaman atau pengetahuan yang dimiliki. Seseorang yang belum dikenal sekalipun bisa dikatakan berada di lingkungan masyarakat, karena semua orang yang ada di dunia ini bisa dikatakan sebagai makhluk sosial.

Dalam lingkungan masyarakat ini, seseorang akan dihadapkan dengan berbagai karakteristik sikap, sifat, dan strata seseorang yang berbeda dan beraneka ragam. Hal kecil saja setiap manusia satu dengan lainnya mempunyai pendirian yang berbeda. Terdapat pula yang kokoh dengan pendirian yang sangat baik dan terdapat pula pendirian kurang baik ketika dihadapkan pada lingkungan masyarakat. Di lingkungan masyarakat ini seseorang diwajibkan untuk lebih berhati-hati lagi dan memilah mana yang baik

²² Ngalim Purwanto, *Ilmu Pendidikan Teoritis dan Praktis*, 124.

dan pantas untuk di terapkan di dalam diri seseorang atau tidak karena pengaruh pada lingkungan masyarakat ini sangat mempunyai pengaruh yang besar bagi setiap masyarakat.²³

4. Teori Perilaku Konsumen

a. Pengertian Perilaku Konsumen

James F. Angel berpendapat bahwa perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai tindakan seseorang yang terlibat secara langsung dalam menggunakan dan mendapatkan barang dan jasa sekaligus sebagai proses pengambilan keputusan.

David L. Loundon dan Albert J. Della Bitta menjelaskan bahwa perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan dalam aktivitas seseorang secara fisik yang dilibatkan dalam proses mengevaluasi, memperoleh dan menggunakan barang dan jasa.²⁴

Perilaku konsumen adalah proses dimana pelanggan menentukan pilihan atas barang atau jasa yang akan dibeli dan juga faktor-faktor yang mendasari keputusan pembelian. Konsumen yang termotivasi siap dalam melakukan pembelian. Unsur-unsur dari perilaku konsumen adalah:

- 1) Perilaku konsumen menyoroti perilaku setiap individu.
- 2) Perilaku konsumen menyangkut perilaku penggunaan dan menghabiskan produk.
- 3) Mengetahui perilaku konsumen meliputi perilaku yang dapat diamati seperti kapan, dengan siapa, oleh siapa dan bagaimana barang yang telah dibeli dikonsumsi, juga termasuk variabel-variabel yang tidak dapat diamati seperti nilai-nilai yang diinginkan konsumen, kebutuhan pribadi, persepsi, bagaimana mereka mengevaluasi alternatif dan apa yang mereka rasakan tentang kepemilikan dan penggunaan produk yang bermacam-macam.

²³ Ngalim Purwanto, *Ilmu Pendidikan Teoritis dan Praktis*, 84.

²⁴ Kurniati, "Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* 6, no. 1 (2016): 45-46.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

1) Budaya (*Culture*)

Kebiasaan masyarakat yang diperoleh dari lingkungan keluarga, agama, kebangsaan, ras, dan geografis. Budaya dapat dikategorikan sebagai hasil karya manusia, proses belajar, mempunyai aturan bagian dari masyarakat.

Budaya dapat dijabarkan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi selanjutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupan sebagai anggota masyarakat.

2) Kelas Sosial

Kelas sosial adalah pembagian kelompok yang terdapat pada lingkungan masyarakat yang tersusun secara sistematis dan anggotanya menganut nilai, minat, dan perilaku yang sama.

Kelas sosial dapat dikategorikan sebagai:²⁵

- a) *Upper-upper class* (Kelas puncak atas ; golongan ningkrat)
- b) *Lower-upper class* (Kelas puncak bawah ; orang-orang kaya)
- c) *Upper-middle class* (Kelas menengah atas; orang yang sukses dengan profesinya.
- d) *Lower-middle class* (Kelas menengah bawah; pekerja non manajerial)
- e) *Upper-lower class* (Kelas bawah atas; orang berpenghasilan relatif cukup untuk kehidupan sehari-hari)
- f) *Lower-lower class* (Kelas bawah rendah; pekerja-pekerja kasar).

3) Kelompok Acuan

Seseorang dalam suatu kelompok tertentu yang dijadikan acuan karena berpengaruh signifikan terhadap kelompok tersebut. Perilaku konsumen mempengaruhi kelompok yang menjadi anggotanya. Pengaruh kelompok acuan terhadap perilaku konsumen diantaranya dalam menentukan sebuah

²⁵ Kurniati, 47.

produk atau merek yang mereka gunakan sesuai dengan pendapat kelompok.

4) Keluarga (*Family*)

Keluarga merupakan kelompok organisasi kecil yang memberi pengaruh anggotanya dan bersumber dari orang tua. Suami, istri dan anak memiliki perannya masing-masing dalam perilaku pembelian mereka.

5. Minat Nasabah

a. Pengertian Minat

Secara sederhana, minat berarti kecenderungan dan keingintahuan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Nasabah adalah seseorang yang secara continue dan berulang datang ke perusahaan untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut.²⁶

Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah atau unit usaha syariah. Anggota atau keanggotaan merupakan istilah yang digunakan dalam koperasi simpan pinjam, tetapi pada dasarnya istilah nasabah atau anggota dapat dikatakan sama. Suatu proses berfikir dari pelanggan sehingga menciptakan persepsi terhadap produk yang akan dibeli dapat dikatakan sebagai minat beli.²⁷

Minat beli adalah suatu yang timbul pada diri konsumen setelah menerima rangsangan dari produk yang diminatinya.²⁸ Simamora menjelaskan minat beli adalah

²⁶ Sri Wahyuni, “Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, dan Bagi Hasil terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah,” *At-Tawassuth* II, no. 2 (2017): 444, diakses pada 16 Februari 2020.

²⁷ Roni Andespa, “Pengaruh Faktor Pribadi terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah,” *Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan* 2, No.2 (2017): 196.

²⁸ Nabilatul Abda dan Endang Sutrisna, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi terhadap Minat Beli Konsumen Yoko Vizcake

sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap. Individu yang berminat dengan suatu objek akan memiliki kekuatan atau dorongan untuk mendapatkan objek tersebut. Dwiyantri menjelaskan minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.²⁹

Sesuatu yang didapatkan dari proses berfikir dan menentukan persepsi terhadap produk dan jasa tersebut dapat dikatakan sebagai minat pelanggan terhadap produk atau jasa. Jika pelanggan merasa ingin memenuhi kebutuhannya maka harus memiliki minat yang akan menjadi motivasi bagi pelanggan tersebut untuk menggunakan produk dan jasa dari suatu bank. Tingkat konsumsi jasa yang ditaksir dengan tingkat kesempatan nasabah melangsungkan transaksi hal tersebut menggambarkan cara pengambilan keputusan oleh nasabah, atau dengan bahasa lain keinginan nasabah akan jasa keuangan syariah kelak bisa diistilahkan seperti berminat untuk menggunakan produk jasa perbankan.³⁰

b. Indikator Minat Beli

Ferdinand menjelaskan minat dapat didefinisikan melalui indikator-indikator sebagai berikut:³¹

- 1) Minat transaksional
Minat transaksional merupakan kecenderungan seseorang untuk membeli sebuah produk
- 2) Minat referensial
Minat referensial merupakan perilaku seseorang yang cenderung mereview produk yang sudah dibelinya agar orang lain ikut membeli produk tersebut.

Pekanbaru”, *Jurnal JOM FISIP*, Vol. 5, Edisi II, (2018), 7, diakses pada 25 April, 2020.

²⁹ Desi Nirmala Sari, “Hubungan Citra Diri dan Kepuasan Konsumen akan Merek dengan Minat Beli Produk Bermerek Surfing”, *eJournal Psikologi* 3, no. 3 (2015): 56, diakses pada 16 Februari, 2020.

³⁰ Roni Andespa, “Pengaruh Atribut Produk terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah”, *Jurnal Ekonomi Islam* 3, No. 2 (2018): 183, diakses pada 16 Februari, 2020.

³¹ Nabilatul Abda dan Endang Sutrisna, 7.

- 3) **Minat preferensi**
Minat preferensi merupakan minat untuk menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki selera utama pada produk tersebut. Selera ini hanya dapat digantikan jika terdapat sesuatu dengan produk lainnya.
- 4) **Minat eksploratif**
Minat eksploratif menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi tentang suatu produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung hal-hal positif dari produk tersebut.

c. Aspek-Aspek Minat Beli

- 1) **Perhatian**
Berawal dari suatu produk yang diamati oleh seorang konsumen. Dimana konsumen yang dihadapkan dengan berbagai produk yang akan menjadi incarannya.
- 2) **Ketertarikan**
Setelah timbul perhatian dari seorang konsumen, maka akan timbul rasa tertarik dengan produk yang telah diamati tersebut.
- 3) **Keinginan**
Selanjutnya mengamati suatu produk yang menjadi perhatian konsumen dan konsumen menjadi tertarik dengan produk tersebut, lalu timbulan perasaan untuk menginginkan atau memiliki suatu produk yang diinginkan.
- 4) **Keyakinan**
Kemudian timbulah rasa keyakinan pada dalam diri konsumen terhadap produk tersebut untuk memilikinya.
- 5) **Keputusan membeli**
Setelah timbul keyakinan dalam diri konsumen maka terdapat keputusan (proses akhir) untuk

mendapatkan dengan cara memutuskan produk tersebut dengan cara membelinya.³²

d. Tahap-Tahap minat AIDA menurut Kotler

1) *Attention*

Tahap dimana konsumen memberikan perhatian pada merek atau produk yang terdapat di dalam iklan.

2) *Interest*

Tahap dimana konsumen menjadi tertarik pada suatu merek atau produk yang diiklankan.

3) *Desire*

Tahap dimana konsumen berkeinginan terhadap merek atau produk setelah mendapatkan informasi tentang merek atau informasi tambahan sehubungan dengan iklan tersebut.

4) *Action*

Tahap yang mana konsumen melakukan tindakan berupa pembelian suatu produk atau pemilihan merek untuk memuaskan keinginannya.³³

e. Kepuasan dan Loyalitas

Tjiptono, dengan adanya kepuasan bisa memberikan berbagai kegunaan bagi konsumen, di antaranya interaksi perusahaan dan konsumen akan erat, merupakan dasar bagi pembelian kembali, dan membangun loyalitas bagi pelanggan, dan dapat menjadi saran dari mulut ke mulut yang bermanfaat bagi pihak perusahaan.

Kotler, kaitan antara kepuasan dan loyalitas yakni ketika konsumen mencapai tingkat kepuasan tertinggi serta melahirkan emosi yang besar dan komitmen jangka panjang bersama pihak perusahaan.

Loyalitas yakni membahas perihal persentase dari orang yang pernah menggunakan produk dan melakukan

³² Ahmad Fauzan dan Abdul Rahman, “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Sepeda Motor Kawasaki”, *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis, & Manajemen* 9, no. 2 (2019): 107, diakses pada 17 Februari, 2020.

³³ Diah Syafita Johar, Srikandi Kumadji, M. Kholid Mawardi, “Pengaruh AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) Terhadap Efektivitas Iklan Online”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 26, no. 1 (2015): 5, diakses pada 15 Juli, 2020.

transaksi ulang sejak penggunaan pertama. Pada saat menguji kesetiaan, perlu adanya beberapa atribut berikut:

- 1) Menceritakan hal positif tentang perusahaan terhadap orang lain
- 2) Menyarankan perusahaan kepada orang lain ketika meminta saran
- 3) Memperhitungkan bahwa perusahaan ialah referensi pertama saat melakukan pembelian jasa
- 4) Melayani lebih banyak transaksi dengan perusahaan beberapa tahun yang akan datang.

Lupiyoadi mengatakan terdapat lima komponen utama yang harus diingat dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Kualitas produk
- 2) Kualitas pelayanan
- 3) Emosional
- 4) Harga
- 5) Biaya.³⁴

6. Menabung

Menabung ialah tahap dari mempersiapkan perancangan di waktu mendatang dan juga untuk menghadapi keadaan yang tidak diinginkan. Secara tidak langsung, menabung juga dapat diartikan menyisihkan kekayaan yang dimiliki saat ini dengan tujuan memenuhi keperluan di waktu mendatang, sisa uang yang akan ditabungkan bukan merupakan sisa dari konsumsi, melainkan alokasi terencana dari pihak pemilik harta sebelum pemenuhan kebutuhan konsumsi.³⁵ Menabung juga merupakan suatu langkah yang dianjurkan oleh Islam karena pada saat menabung bermakna bahwa seorang muslim mempersiapkan diri untuk melaksanakan masa depan dan juga menuju masa depan dengan kondisi yang tidak diinginkan.

Masyarakat biasanya ingin menabung sebagian dari pendapatan dengan berbagai tujuan, di antaranya:

³⁴ Vinna S.Y, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 239-241.

³⁵ Dewi Sukiyo, *Komplikasi Tafsir Ayat-ayat Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010), 176.

- a. Untuk siap sedia dengan ketidakpastian di waktu mendatang yang akan terjadi
- b. Untuk bekal pembelian peralatan di waktu yang akan datang
- c. Untuk mengakumulasikan kekayaan.³⁶

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini, penulis akan menjelaskan beberapa hasil yang ada hubungan signifikan dengan judul yang penulis buat. Dari sini penulis akan menjelaskan beberapa hasil penelitian jurnal dan skripsi yang dapat digunakan sebagai pembandingan teori dan juga perbandingan dalam membedah berbagai persoalan dalam penelitian ini, sehingga mendapat hasil simpulan baru yang benar-benar valid. Di antaranya peneliti menguraikan sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Keterangan	Pembahasan
1.	Nama, Judul (Volume, No, Tahun)	Maisur, Muhammad Arfan dan M. Shabri, Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Syariah di Banda Aceh (Vol.4, No. 2, tahun 2015, ISSN 2302-0164).
	Hasil	Religiusitas dan tingkat pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.
	Persamaan	Pendekatan dalam penelitian tersebut sama dengan penulis yaitu pendekatan kuantitatif. Variabel pendapatan dan religiusitas yang dimaksud dalam penelitian tersebut sama dengan yang dimaksud penulis. Teknik penarikan sampel pada penelitian yang dimaksud sama dengan yang dimaksud penulis yaitu menggunakan rumus slovin.
	Perbedaan	Objek lokasi penelitian dilakukan di Bank Syariah Banda Aceh. Variabel Y pada penelitian tersebut berbeda dengan

³⁶ Abdillah Mundir dan Nur M.Z, *Pengaruh Syariah Marketing terhadap Mudharabah di BMT Maslaha CAPEM Sukorejo Kabupaten Pasuruhan* 4, no. 1, (2016): 119, diakses pada 17 Februari, 2020.

		penulis, dimana variabel Y penulis yaitu minat menabung. Teknik pengambilan sampel yang dipakai di penelitian tersebut adalah <i>convenience sampling</i> , sedangkan penulis menggunakan simple random sampling.
2.	Nama, Judul (Volume, No, Tahun)	Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Vol. 4. No. 2, tahun 2018, ISSN: 2477-6157).
	Hasil	Variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.
	Persamaan	Pendekatan dalam penelitian tersebut sama dengan penulis yaitu pendekatan kuantitatif. Variabel religiusitas dan minat nasabah yang dimaksud dalam penelitian tersebut sama dengan yang dimaksud penulis. Lokasi penelitian yang digunakan di penelitian tersebut di Lembaga Keuangan Mikro Syaria'h, yang artinya sama halnya yang dimaksud penulis yaitu BMT.
	Perbedaan	Variabel Y pada penelitian tersebut berbeda dengan penulis, dimana variabel Y penulis yaitu minat menabung.
3.	Nama, Judul (Volume, No, Tahun)	Rakrian Yuda Mukti dan Andri Octaviani, Pengaruh Pelayanan, Religiusitas, dan Tingkat Pendapatan terhadap Minat Menabung (Studi Kasus Bank BRI Syariah Cabang Palur Palur Karanganyar), (Vol. 6, No. 1, Juli 2019, ISSN: 2337-5221).
	Hasil	Variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Hasil koefisien determinasi (R^2) variabel X_1 , X_2 , X_3 berpengaruh sebesar 0,791 (79,1%) terhadap variabel Y dan sisa 0,209 (20,9%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ikut diobservasi.
	Persamaan	Pendekatan yang digunakan dalam penelitian sama yaitu pendekatan kuantitatif. Variabel religiusitas dan tingkat pendapatan yang dimaksud dalam penelitian tersebut sama dengan

		yang dimaksud penulis.
	Perbedaan	Lokasi penelitian yang digunakan di penelitian tersebut di Bank Syariah Cabang Palur Karanganyar bukan di Lembaga BMT.
4.	Nama, Judul (Volume, No, Tahun)	Fifi Afiyanti Triuspitorini, Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung untuk Menabung di Bank Syariah, (Vol. 2, No. 2, tahun 2019, ISSN: 2527-6344)
	Hasil	Variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa POLBAN untuk menabung di Bank Syariah. Hasil koefisien determinasi variabel X_1 sebesar 12,3% terhadap variabel Y dan sisa sebesar 87,7% dipengaruhi oleh faktor lain.
	Persamaan	Pendekatan yang digunakan dalam penelitian sama yaitu pendekatan kuantitatif. Variabel religiusitas yang dimaksud pada penelitian tersebut sama dengan yang dimaksud penulis.
	Perbedaan	Jumlah responden di penelitian tersebut berjumlah 369 orang, sedangkan responden yang digunakan penulis dalam penelitiannya berjumlah 100 orang. Penelitian tersebut hanya terdapat variabel bebas yaitu religiusitas saja, sehingga tidak bisa dijadikan pembanding.
5.	Nama, Judul (Volume, No, Tahun)	Nur'aini Ika Ramadhani, Jeni Susyanti dan M. Khoirul ABS, Analisis Pengaruh Tingkat <i>Religiusitas</i> , Pengetahuan dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Kota Malang (Studi Kasus pada Mahasiswa Banyuwangi di Kota Malang), (Vol. 8, No. 19, Agustus 2019)
	Hasil	Tingkat <i>religiusitas</i> , pengetahuan dan lingkungan sosial secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung mahasiswa di bank syariah. Lingkungan sosial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat menabung.
	Persamaan	Variabel religiusitas dan lingkungan sosial yang dimaksud dalam penelitian tersebut sama dengan yang dimaksud penulis.
	Perbedaan	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, sedangkan penelitian yang digunakan penulis adalah menggunakan pendekatan kuantitatif.

		Lokasi penelitian yang digunakan di penelitian tersebut di Bank Syariah bukan di BMT. Jumlah responden di penelitian tersebut berjumlah 90 orang, sedangkan responden yang digunakan penulis dalam penelitiannya berjumlah 100 orang.
--	--	---

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir yakni alasan saat merumuskan hipotesis yang menggambarkan jawaban yang hanya sementara tentang masalah yang akan dijadikan penelitian.³⁷ Bersumber hasil studi pendahuluan yang telah dipaparkan di latar belakang masalah yang sudah ada dan rumusan masalah, dan juga mencermati teori dan konsep yang membantu, maka dari itu dapat dinyatakan kerangka berfikir penelitian yang memaparkan pengaruh variabel bebas (religiusitas, pendapatan dan lingkungan sosial) terhadap variabel terikat (minat menabung). Minat menabung dapat dipengaruhi beberapa faktor di antaranya yaitu pendapatan dan lingkungan sosial. Untuk variabel religiusitas dalam penelitian terdahulu mengalami penolakan. Penulis berharap dalam penelitian yang akan dilakukan nanti variabel religiusitas dapat diterima.

Pengetahuan tentang religiusitas, pendapatan, dan lingkungan sosial yang penulis maksud yaitu suatu faktor yang dapat berperan penting dalam meningkatkan minat menabung masyarakat. Faktor-faktor tersebut dapat berpengaruh langsung dalam kemajuan lembaga keuangan syariah.

Variabel religiusitas merupakan variabel yang dapat mempengaruhi masyarakat dalam menabung. Masyarakat Undaan dalam pemilihan tempat menabung di BMT yang letaknya dekat dengan lokasi tempat tinggalnya, mayoritas penduduk di Undaan adalah beragama islam, dan atas banyaknya penduduk beragama islam akan meningkatkan peluang nasabah untuk lebih memilih menabung di BMT. BMT juga merupakan lembaga keuangan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah (Islam) yang umumnya bagi pemeluk agama non Islam tidak memiliki minat untuk

³⁷ Purwanto, *Statistik untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), 110.

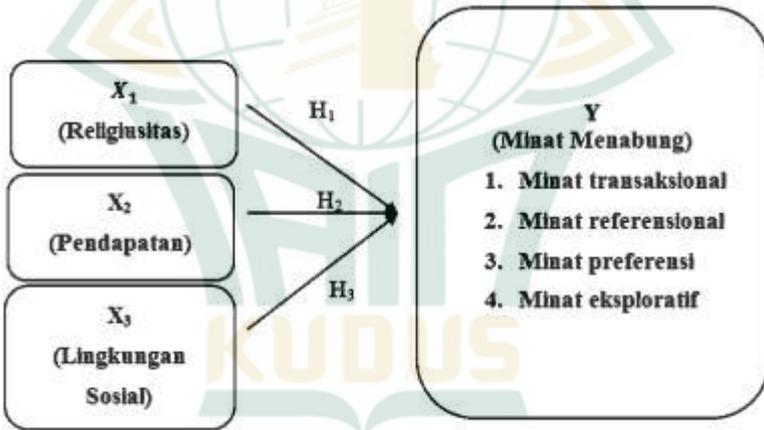
menggunakan jasa di BMT karena yang operasionalnya tidak menggunakan bunga.

Variabel pendapatan merupakan faktor yang penting dalam mempengaruhi minat menabung. Karena semakin tinggi pendapatan calon anggota akan semakin tinggi pula harta yang dimilikinya untuk ditabungkan di BMT.

Variabel lingkungan sosial juga yakni variabel yang mempengaruhi calon anggota untuk menabung. Seorang manusia tidak lepas dengan manusia lainnya. Setiap manusia pasti memiliki lingkungan untuk mereka bersosialisasi agar mengetahui dan mengenal lingkungannya.

Berikut bagan yang menunjukkan pengaruh antara religiusitas, pendapatan, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung.

Gambar 2.2
Kerangka Berfikir



D. Hipotesis

Hipotesis penelitian yakni hasil sementara tentang rumusan masalah penelitian dan berupa kalimat pertanyaan yang bersumber pada rumusan masalah penelitian. Dibilang sementara, karena hasil yang diberikan baru dilandasi pada teori yang signifikan, belum dilandasi pada kenyataan empiris yang didapatkan dengan cara pengumpulan data. Maka dari itu hipotesis juga bisa dinyatakan semacam jawaban teoritis

terhadap rumusan masalah penelitian, belum hasil yang empiris dengan menggunakan data.³⁸ Pengujian hipotesis dapat menegaskan atau menyakinkan suatu pendapat atau asumsi berkenaan dengan ukuran populasi yang tidak diketahui menurut informasi dari sampel yang dikumpulkan dari populasi tadi.³⁹

Ho (Hipotesis Nol) yang hendak diuji, sedangkan Ha (Hipotesis Alternatif). Berdasarkan rumusan masalah yang ada di penelitian ini yang akan diambil dan dilandasi dengan dasar teori, jadi hipotesis dalam penelitian ini bisa dirumuskan sebagai berikut:

1. Ho₁ : Religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Undaan di KJKS BMT Al-Hikmah
2. Ho₂ : Pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Undaan di KJKS BMT Al-Hikmah
3. Ho₃ : Lingkungan sosial tidak berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat Undaan di KJKS BMT Al-Hikmah
4. Ha₁ : Adanya pengaruh religiusitas terhadap minat menabung masyarakat Undaan di KJKS BMT Al-Hikmah
5. Ha₂ : Adanya pengaruh pendapatan terhadap minat menabung masyarakat Undaan di KJKS BMT Al-Hikmah
6. Ha₃ : Adanya pengaruh lingkungan sosial terhadap minat menabung masyarakat Undaan di KJKS BMT Al-Hikmah.

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, 96.

³⁹ Sri Mulyono, *Statistika untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI, 2005), 209.