

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT MENABUNG
SANTRI PADA BMT MAWARIDUSSALAM**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh:

DESMAN RUZA
NPM: 1701280064



FAKULTAS AGAM ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

MEDAN

2021

PERSEMBAHAN

*Karya Ilmiah Penulis Persembahkan Kepada
Kedua Orang Tuaku dan Saudara/iku*

Ayahanda Syofyar Hamid

Ibunda Tanti Indriharti

Angah Hendra, S.Pd. M.Pd

Kakanda Juli Hartina, S.Pd

Kakanda Rozana, S.Pd

Abangda Abang Rusdi, S.Pd

Adek Juriya Utama

Adek Rahma Wati

Adek Siti Fadhillah

*Tak Lekang Oleh Waktu Selalu Memberikan Doa Kesuksesan
dan Keberhasilan Bagi Diri Penulis*

Motto :

Allah Dulu, Allah Lagi, Allah Terus.

SURAT KETERANGAN ORISINIL

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Desman Ruza
N.P.M : 1701280064
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung Santri Pada BMT Mawaridussalam

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Penelitian yang saya lakukan dengan judul di atas belum pernah diteliti di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Penelitian ini akan saya lakukan sendiri tanpa ada bantuan dari pihak manapun dengan kata lain penelitian ini tidak saya tempahkan (dibuat) oleh orang lain dan juga tidak tergolong *Plagiat*.
3. Apabila point 1 dan 2 diatas saya langgar maka saya bersedia untuk dilakukan pembatalan terhadap penelitian tersebut dan saya bersedia mengulang kembali mengajukan judul penelitian yang baru dengan catatan mengulang seminar kembali.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga, dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, September 2021

Hormat saya
Yang membuat pernyataan,



DESMAN RUZA

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung Santri Pada BMT

Mawaridussalam

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh:

DESMAN RUZA
NPM: 1701280064

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

Pembimbing



Dr. Hj. Maya Sari, S.E, Ak. M.Si

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

MEDAN

2021

Medan, September 2021

Lampiran : Istimewa
Hal : Skripsi a.n. Desman Ruza
Kepada Yth : Bapak Dekan Fakultas Agama Islam
Di-
Medan

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, meneliti dan memberi saran-saran perbaikan seluruhnya terhadap skripsi mahasiswa an. Andi Rapi Kumal Kabeakan yang berjudul :PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT MENABUNG SANTRI PADA BMT MAWARIDUSSALAM. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini dapat diterima dan diajukan pada sidang munaqasah untuk mendapat Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Manajemen Bisnis Syari'ah pada Fakultas Agama Islam UMSU.

Demikian kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing

Unggul | Cerdas | Ter  ya

Dr. Hj. Maya Sari, S.E, Ak. M.Si

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

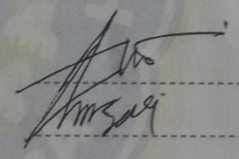
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas
Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama Mahasiswa : Desman Ruza
NPM : 1701280064
Program Studi : Manajemen Bisnis Syari'ah
Tanggal Sidang : 14/10/2021
Waktu : 09.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Novien Rialdy, SE, MM
PENGUJI II : Syahrul Amsari, SE.Sy, M.Si



PENITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Dr. Zailani, MA

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB
LATIN**

**KEPUTUSAN BERSAMA MENTERI AGAMA DAN
MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA**

Nomor : 158 th. 1987

Nomor : 0543bJU/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
س	Sa	Š	es (dengan titik di atas)

ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha

د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	esdan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	”	Komater balik di atas
غ	Gain	G	Ge

ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El

م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	?	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong:

a. Vokaltunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ ـِ	dammah	U	U

b. VokalRangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ـِـا ـِـى	fathah dan ya	Ai	a dan i
ـِـا ـِـو	fathah dan waw	Au	a dan u

ا Contoh:

- kataba : كَتَبَ
- Fa'ala : فَعَلَ
- kaifa : كَيْفَ

c. Maddah

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

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا / ا	fathāh dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ى —	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و —	ḍammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- qāla : قال
- ramā : مار
- qīla : قيل

d. Tamarbūtah

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua:

- 1) Ta marbūtah hidup ta marbūtah yang hidup atau mendapat ḥarkat fathāh, kasrah dan ḍammah, transliterasinya (t).
- 2) Ta marbūtah mati
Ta marbūtah yang mati mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah (h).
- 3) Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbūtah itu ditransliterasikan dengan ha(h).

Contoh:

- raḍāḥ al-aṭfāl - raḍāṭul aṭfāl: لاطاضة تورل فا
- al-Madīnahal-munawwarah : قرولمناينة دلما
- ṭalḥah: طلحة

e. Syaddah(tasydid)

Syaddah atau tasydid yang pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda tasydid tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- rabbanā : ربنا
- nazzala : نزل
- al-birr : لبرا
- al-hajj : لحخا
- nu"ima : نعم

f. Kata sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ا, ل, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- 1) Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandangitu.
- 2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf syamsiah maupun qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- ar-rajulu: لالرجا
- as-sayyidatu: لالسدال
- asy-syamsu: لالشمسال
- al-qalamu: لالقالمال
- al-jalalu: لالجالال

g. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- ta'khuzūna: ن و ذ تاخ
- an-nau': لالاء و ذ
- syai''un: لالشيء
- inna: لالان
- umirtu: لالمرتا
- akala: لالكا

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi''il (kata kerja), isim (kata benda), maupun huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wa mamuhammadunillarasūl
- Inna awwalabaitinwudi³alinnasilallażibibakkatamubarakan
- Syahru Ramadan al-laż³unzilafihial-Qur³anu
- SyahruRamadanal-lażiunzilafihil-Qur³anu
- Walaqadra³ahubilufuqal-mubin
- Alhamdulillahirabbil-,,alamin

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan.

Contoh:

- Naşrunminallahi wafathunqarib
- Lillahial-amrujami³an
- Lillahil-amrujami³an
- Wallahubikullisyai³in,,alim

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu tajwid.

ABSTRAK

Desman Ruza, 1701280064, “Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung Santri Pada BMT Mawaridussalam,” Pembimbing Dr. Hj. Maya Sari, S.E, Ak. M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang bagaimana pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung Santri Pada BMT Mawaridussalam. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, uji t dan uji F serta uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi Terhadap Minat Menabung Santri Pada BMT Mawaridussalam yang diperoleh dari nilai t -hitung $>$ t -tabel ($2,838 > 1,99970$), dengan signifikanisi ($0,000 < 0,05$). Promosi berpengaruh positif terhadap Minat Menabung Santri yang diperoleh dari nilai f -hitung $>$ f -tabel sebesar ($36,468 > 3,95$), dengan tingkat signifikansi ($0,000 > 0,05$), hal ini menandakan bahwa H_0 ditolak sedangkan H_1 diterima. Sedangkan pada uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa Promosi mempengaruhi Minat Menabung Santri sebesar 8,6% sedangkan sisanya adalah 91,4%. Minat Menabung Santri dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Dengan demikian semakin besar tingkat Promosi terhadap Minat Menabung Santri Pada BMT Mawaridussalam menimbulkan hubungan kerjasama yang baik untuk kedepannya.

Kata Kunci: *Promosi, Minat Menabung Santri, BMT Mawaridussalam*

ABSTRACT

Desman Ruza, 170180064, "The Influence of Promotion on Students' Interest in Savings at BMT Mawaridussalam," Advisor Dr. Hj. Maya Sari, S.E., Ak. M.Si

This study aims to find out how the effect of promotion on student interest in saving at BMT Mawaridussalam. The approach used in this research is a quantitative approach. The data analysis techniques used in this study were validity and reliability tests, classical assumption tests, simple linear regression analysis, t and F tests and the coefficient of determination test.

The results showed that the promotion of student interest in saving at BMT Mawaridussalam was obtained from the t -count $>$ t -table ($2.838 > 1.99970$), with a significance ($0.000 < 0.05$). Promotion has a positive effect on Santri's Savings Interest which is obtained from the f -count $>$ f -table of ($36.468 > 3.95$), with a significance level ($0.000 > 0.05$), this indicates that H_0 is rejected while H_1 is accepted. Meanwhile, the coefficient of determination test shows that promotion affects students' saving interest by 8.6% while the rest is 91.4%. Santri's Savings Interest is influenced by other variables that are not included in this study. Thus, the greater the level of promotion of the student's interest in saving at BMT Mawaridussalam, the better the cooperative relationship in the future.

Keywords: Promotion, Student Saving Interest, BMT Mawaridussalam

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur alhamdulillah penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atasberkat rahmat, hidayah serta karunia-Nya penulis mampu menyelesaikan karya ilmiah skripsi sebagai persyaratan menyelesaikan pendidikan Strata-1 (S1) Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Tidak lupa shalawat beserta salam kepada Nabi Muhammad SAW, sebagai pembawa petunjuk bagi umat manusia, semoga kita mendapatkan syafaatnya di hari akhir nanti. Adapun penelitian ini berjudul “Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung Santri Pada BMT Mawaridussalam”.

Dalam penulisan maupun dalam penyusunan skripsi penulis menyadari bahwa tidak akan terlaksana tanpa bimbingan, arahan, serta nasehat yang diberikan oleh pihak-pihak yang terkait dalam membantu proses penyelesaian skripsi. Hal ini yang menjadikan penulis termotivasi mempelajari dan bertanya mengenai materi yang berhubungan dengan penelitian. Apabila hal tersebut tidak terpenuhi, pastinya proses yang akan dilakukan memerlukan waktu yang lebih lama dan dalam mempersembahkan skripsi tentunya jauh dari ketelitian penulisan yang sesuai dengan petunjuk yang diberikan. Dalam maksud ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang membantu proses skripsi sampai skripsi ini selesai dan dikemukakan. Ucapan terimakasih ini penulis sampaikan kepada:

1. Orang tua tercinta, ayahanda dan ibunda yang selalu mendoakan, agar mampu mencapai tujuan yakni menyelesaikan pendidikan strata-1 (S1). Yang sangat penulis banggakan saudara penulis. Terimakasih yang sebesar-besarnya doa, motivasi, nasehat, dan dukungan adalah modal utama penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA, selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Ibu Isra Hayati, S.Pd., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Syahrul Amsari, SE.Sy, M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Dr. Hj. Maya Sari, S.E, Ak. M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang memberikan bimbingan serta arahan penulisan yang sesuai dengan petunjuk yang diberikan sehingga penulis mampu menyelesaikan proposal ini.
7. Seluruh Staff Dosen pengajar dan Biro Akademik Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan pengetahuan serta informasi yang bermanfaat selama diperkuliahan.
8. Pengelola BMT Mawaridussalam, Manajer BMT Mawaridussalam, Karyawan serta Santri yang telah bersedia meluangkan waktu mengisi pernyataan yang diberikan dalam mengumpulkan data sehingga membantu terselesaikannya penelitian ini
9. Teman-teman seperjuangan Manajemen Bisnis Syariah MBS A2 Siang.

Penulis menyadari masih memiliki banyak kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan maupun dari bahasa, hal ini yang mendasari penulis menginginkan evaluasi yang berupa kritik dan saran yang membuat proposal ini memadai dalam ilmu pengetahuan yang memiliki manfaat pembaca di kemudian hari nanti.

Wassalamu' alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat Saya,

Penulis

(Desman Ruza)

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	V
DAFTAR TABEL	VII
DAFTAR GAMBAR	VIII
BAB I PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	3
C.Rumusan Masalah.....	4
D.Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian	4
F. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORITIS	5
A. Promosi.....	5
1.Pengertian Promosi	5
2.Fungsi dan Tujuan Promosi	6
3. Strategi Promosi	7
B. Minat.....	7
1. Pengertian Minat	7
2. Faktor Yang Mempengaruhi Minat.....	8
C. BMT (Baitul Mal Tamwil)	8
1. Pengertian BMT	8
2. Fungsi dan Tujuan BMT	9
D. Penelitian Terdahulu.....	10
E.Kerangka Konseptual.....	11
F. Hipotesis.....	12
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	13
A. Rancangan Penelitian	13
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	13

1. Lokasi Penelitian.....	13
2. Waktu Penelitian.....	13
C. Populasi dan Sampel.....	14
1. Populasi.....	14
2. Sampel.....	14
D. Teknik Pengumpulan Data.....	15
E. Defenisi Operasional Data.....	15
F. Teknik Analisis Data.....	17
1. Uji Kualitas Data.....	17
a. Uji Validitas.....	17
b. Uji Reliabilitas.....	17
2. Uji Asumsi Klasik.....	18
a. Uji Normalitas.....	18
b. Uji Linieritas.....	18
c. Uji Multikolinieritas.....	18
d. Uji Heterokedastisitas.....	19
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	19
4. Uji Hipotesis.....	20
a. Uji Koefisien Determinasi.....	20
b. Uji Parsial (Uji-t).....	20
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	26
A Deskripsi Institusi.....	26
B Deskripsi Karakteristik Responden.....	33
C Penyajian Data.....	35
D Analisis Data.....	39
E Interpretasi Hasil Analisis Data.....	49
BAB V PENUTUP.....	51
A Kesimpulan.....	51
B Saran.....	51

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 1.1	Jumlah Nasabah 2017-2021 pada BMT Mawaridussalam.....	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1	Waktu Penelitian	13
Tabel 3.3	Defenisi Operasional Variabel	16
Tabel 4.1	Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4.2	Usia	34
Tabel 4.3	Pendidikan.....	34
Tabel 4.4	Pekerjaan.....	35
Tabel 4.5	Skor Angket Untuk Variabel Promosi	35
Tabel 4.6	Skor Angket Untuk Variabel Minat Menabung.....	37
Tabel 4.7	Uji Validitas Varibael Promosi	39
Tabel 4.8	Uji Validitas Variabel Minat Menabung.....	40
Tabel 4.9	Uji Realibitas.....	41
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas Data	43
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinearitas.....	44
Tabel 4.12	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	46
Tabel 4.13	Hasil Uji Hipotesis (Uji T).....	47
Tabel 4.14	Hasil Uji Simultan.....	48
Tabel 4.15	Hasil UjiKoefisien Determinasi	49

DAFTAR GAMBAR

Nomor Tabel	Judul Gambar	Halaman
Gambar 1.1	Jumlah Nasabah 2017-2021 pada BMT Mawaridussalam.....	4
Gambar 2.1	Kerangka Berfikir.....	16
Gambar 4.1	Struktur Organisasi.....	33
Gambar 4.2	Grafik Histogram.....	41
Gambar 4.3	Normal P-Plot of Regression Standarized Residual.....	42

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Baitul maal wattanwil (BMT) merupakan suatu lembaga yang terdiri dari dua istilah, yaitu baitulmal dan baitul tanwil. Baitulmaal lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang nonprofit, seperti, zakat, infaq, dan sedekah. Adapun baitul tamwil sebagai usaha pengumpulan dana komersil. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga pendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil dengan berlandaskan islam. Lembaga ini didirikan dengan maksud untuk memfasilitasi masyarakat bawah yang tidak terjangkau oleh pelayananbank islam atau BPR islam. Prinsip operasinya didasarkan atas prinsip bagi hasil, jual beli (ijarah), dan titipan (wadiah), karna itu, meskipun mirip dengan bank islam, bahkan boleh dikatakan menjadi cikal bakal dari bank islam, BMT memiliki pangsa pasar tersendiri, yaitu masyarakat kcil yang tidak terjangkau layanan perbankan serta pelaku usaha kecil yang mengalami hambatan “psikologis” bisa berhubungan dengan pihak bank.¹

Pada zaman Rasulullah SAW bank islam bertujuan untuk melaksanakan tiga fungsi, yaitu menerima simpanan, meminjamkan uang, dan memberikan jasa. Dan didalam sejarah islam untuk hal perekonomian dalam melakukan pembiayaan menggunakan akad sesuai ajaran agama islam. Dan pada saat ini tetap diajarkan menggunakan ajaran agama islam terkhususnya pada BMT yang ada di Indonesia.²

Pada tahun 1960 an, banyak cendikiawan islam yang mengkaji ulang tentang keuang Eropa yang dirubah kedalam keuangan industri dan dikembangkan sesuai dengan ajaran agama islam atau yang sering disebut dengan

¹ Heri sudarsono, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* (Yogyakarta: Ekonomi,2003),h. 72.

² Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Edisi Ketiga* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h. 18.

perbankan syariah. Dan lembaga berbasis syariah sudah mencapai 300 institusi yang beroperasi di 75 negara.³

BMT pada saat ini merupakan sektor ekonomi yang sangat berpengaruh bagi masyarakat dan tumbuh pesat, pertumbuhan itu selain disebabkan pertumbuhan jenis jasa yang sudah ada sebelumnya, juga disebabkan oleh munculnya inovasi produk sebagian akibat dari tuntutan dan harapan masyarakat. Hal ini menjadi dasar bagi BMT untuk melakukan kegiatan pemasaran jasa, kegiatan pemasaran untuk melakukan kegiatan pemasaran jasa, kegiatan pemasaran merupakan salahsatu alat bagi pemaaran itu sendiri adalah tentang bagaimana BMT dapat mempengaruhi nasabah agar para nasabah itu bagaimana BMT dapat mempengaruhi nasabah agar para nasabah itu akhirnya para nasabah akan merasakan puas.

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat menabung santri yaitu promosi.Promosi menjadi salah satu hal penting dalam upaya menarik minat menabung nasabah. Dengan melakukan promosi atas produk-produk yang ditawarkan BMT kepada nasabah maka pengetahuan/informasi yang akan diperoleh nasabah menjadi luas. Dengan promosi yang tepat maka akan dapat menarik minat menabung nasabah dan menggunakan produk yang ditawarkan oleh BMT tersebut.

Promosi merupakan salah satu cara untuk menarik dan mempertahankan santri agar tetap menabung pada BMT Mawaridussalam tersebut.⁴ Oleh karena itu, dalam upaya untuk meningkatkan minat menabung santri pada BMT Mawaridussalam harus dapat memanfaatkan dengan baik dan benar media promosi seperti iklan pada media cetak seperti koran, browsur, dan lain sebagainya atau melalui media elektronik seperti, televisi, internet, radio, dan lain sebagainya. Dalam hal ini BMT Mawaridussalam harus mengetahui media promosi yang paling mudah dimengerti dan sering dijumpai oleh santri.

Kegiatan promosi perlu mendapatkan perhatian yang lebih karena promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Sebaik apapun kualitas suatu produk apabila konsumen belum pernah

³ Andri Soemitra, *Bank Dan Kembaga Keuangan Syariah* (Medan: Kencana, 2009), h. 24 & 25.

⁴ Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran Edisi Pertama*(Yogyakarta:BPFE, 2000)

mendengarkannya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, memengaruhi, dan membujuk serta mengingatkan pelanggan tentang sasaran perusahaan. Promosi dapat dilakukan dengan efektif pada pasar sasaran, jika BMT mampu memahami perilaku dan proses pencarian informasi yang dilakukan nasabah sebelum mengambil keputusan. Perilaku dalam mencari informasi dan memilih media merupakan hal yang sangat penting dipahami pengelola BMT agar dapat memilih media informasi yang efektif dan menyusun pesan promosi yang tepat dan efisien.⁵

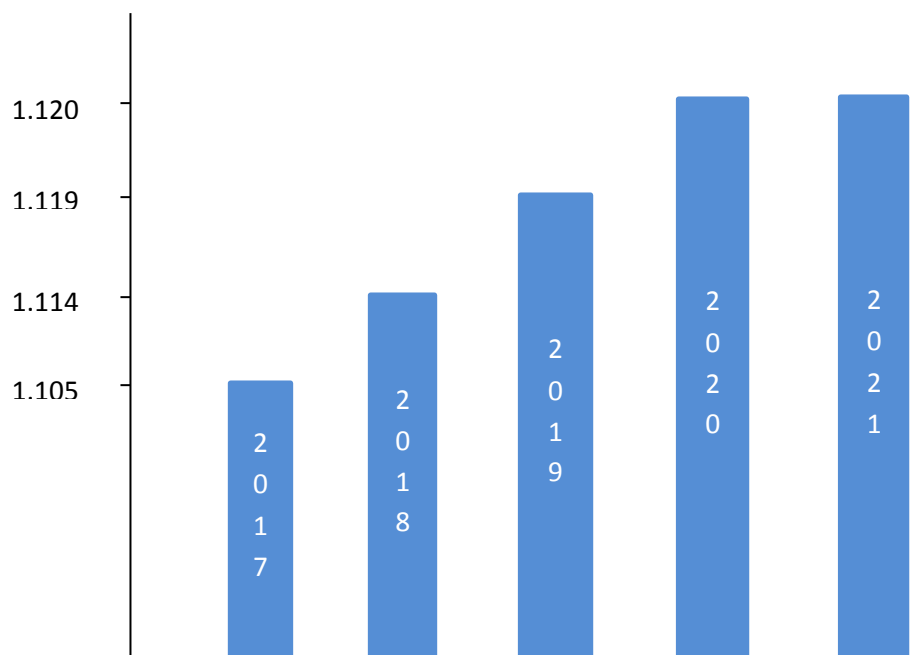
Dari beberapa penelitian Firnanda menyimpulkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan dengan minat menabung, yang berarti semakin meningkat promosi maka minat menabung semakin bertambah. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Widhi memberikan hasil bahwa promosi tidak berpengaruh pada minat menabung nasabah. Karena masih ada beberapa responden yang menyatakan ragu-ragu bahwa promosi tersebut masih kurang menarik minat untuk menabung, oleh karena itu sebaiknya bank terus melakukan perbaikan pada promosi khususnya pada produk-produk tabungan agar pesan-pesan yang akan disampaikan oleh perusahaan mampu tersampaikan dengan baik kepada calon nasabah ataupun nasabah yang sudah menabung pada bank tersebut. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Firnanda, yang menyatakan promosi berpengaruh positif dan signifikan dengan minat menabung, yang berarti semakin meningkat promosi maka minat menabung juga semakin bertambah. Oleh karena itu berdasarkan perbedaan temuan penelitiandan latar belakang yang telah diuraikan penulis tersebut diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam dengan judul **“Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung Santri Pada BMT Mawaridussalam”**.

⁵ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* cetakan ke-3 (Bandung: Alfabeta, 2008), h.57-58.

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah 2017-2021 pada BMT Mawaridussalam

No.	Tahun 2017		Tahun 2018		Tahun 2019		Tahun 2020		Tahun 2021	
	Putra	Putri	Putra	Putri	Putra	Putri	Putra	Putri	Putra	Putri
1.	481	624	486	628	489	630	488	632	488	632
Jlh	1.105 Orang		1.114 Orang		1.119 Orang		1.120 Orang		1.120 Orang	

Gambar 1.1
Grafik Jumlah Nasabah tahun 2017-2021 pada BMT Mawaridussalam



B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka permasalahan yang dapat di identifikasikan yaitu:

1. Penyampaian yang tidak tepat bahkan berlebihan dapat mengurangi minat santri untuk menabung.
2. Kurangnya pemanfaatan media promosi seperti iklan pada media cetak dan elektronikakan mempengaruhi minat santri dalam menabung.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini diantaranya: Apakah Promosi Berpengaruh Terhadap Minat Menabung Santri Pada BMT Mawaridussalam ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, penelitian ini dilakukan dengan tujuan yaitu: Untuk Mengetahui Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung Santri Pada BMT Mawaridussalam.

E. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan antara lain sebagai berikut:

1. Bagi BMT Mawaridussalam yang menjadi objek penelitian penulis, hasil penelitian dapat digunakan untuk meningkatkan promosi dan kualitas yang ada pada BMT Mawaridussalam agar meningkatkan ketertarikan akan minat menabung santri pada BMT Mawaridussalam.
2. Bagi penulis, hasil penelitian ini bermanfaat bagi diri penulis yang sebelumnya hanya menerima ilmu dari bangku perkuliahan, kini penulis bisa memberi ilmu yang telah didapat, karena ilmu yang bermanfaat adalah yang diajarkan dan dikembangkan.
3. Bagi civitas akademika Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) hasil penelitian ini bisa bermanfaat bagi pembaca yang akan mencari referensi tentang judul ini.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penyelesaian dari penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan yang berisi Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, serta Sistematika Penulisan.

Bab II Landasan Teoretis yang meliputi Deskripsi Teori, Penelitian yang Relevan, Kerangka Berfikir, dan Hipotesis.

Bab III Metodologi Penelitian yang meliputi Metode Penelitian, Lokasi dan Waktu Penelitian, Populasi Sampel dan Teknik Penarikan Sampel, Variabel Penelitian, Definisi Operasional Variabel, Teknik Pengumpulan Data, Instrumen Penelitian, dan Teknik Analisis Data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan yang meliputi Deskripsi Institusi, Deskripsi Karakteristik Responden, Penyajian Data, Analisis Data, dan Interpretasi Hasil Analisis Data.

Bab V Penutup yang berisi Simpulan, Saran, dan Rekomendasi.

Daftar Pustaka

Lampira

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Kajian Teoritis

1. Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditunjukkan untuk mendorong permintaan konsumen atas produk yang ditawarkan produsen atau penjual.⁶Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan yang baik produk harga dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

Menurut Sentot Imam Wahjono Promosi adalah kegiatan memberitahukan dan mengomunikasikan kepada nasabah tentang keberadaan produk, kemanfaatan, keunggulan, fitur-fitur yang dimiliki bank yang membujuk nasabah agar menabung. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan alat komunikasi yang digunakan produsen kepada masyarakat dan sekaligus untuk meningkatkan produk dan berusaha untuk mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih produk-produk yang ditawarkan bank.

Tujuan kegiatan promosi adalah memberitahukan dan mengomunikasikan kepada masyarakat tentang keberadaan produk, tentang kemanfaatan, tentang harga, dimana dan cara memperolehnya. Oleh karena itu, bank harus memilih cara yang efektif untuk bisa menyampaikan berita kepada masyarakat secara efektif.⁷

Promosi merupakan kegiatan yang penting dalam pemasaran bagi perusahaan untuk mempertahankan kontinuitas serta menaikkan dan meningkatkan kualitas penjualan. Dalam meningkatkan penjualan suatu produk

⁶ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2003), h. 18.

⁷ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h.134.

atau jasa tidak hanya mengembangkan unit nya dan memperbaiki jasa nya saja, tetapi juga dibutuhkan dan didukung oleh kegiatan promosi.

Promosi juga sebagai bentuk kegiatan pemasaran dalam hal memberitahu, menyebar informasi, mempengaruhi, membujuk konsumen untuk menimbulkan minat untuk membeli barang atau memakai jasa. Promosi sangat penting sebagai alat pemasaran dan sering disebut sebagai proses berlanjut.⁸Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank.oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.⁹

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa promosi adalah kegiatan memberitahukan dan mengomunikasikan kepada nasabah tentang keberadaan produk, kemanfaatan, keunggulan, fitur-fitur yang dimiliki bank yang membujuk nasabah agar menabung, dan juga media pemasaran suatu produk atau jasa agar lebih dikenal oleh konsumen yang membutuhkan akan hal tersebut.

b. Fungsi dan Tujuan Promosi

Pada umumnya yang dimaksud dengan promosi adalah semua kegiatan dunia usaha yang ditujukan untuk meningkatkan penjualan atau produktivitas dan pendapatan perusahaan. Promosi adalah salah satu cara yang penting dalam melakukan persaingan dengan tidak didasarkan harga. Suatu usaha promosi jika dilakukan dengan baik, akan dapat mempengaruhi konsumen mengenai dimana dan bagaimana konsumen mempergunakan pendapatnya, karena promosi juga merupakan sarana untuk memberikan informasi dan mempengaruhi pasar bagi produk yang dihasilkan perusahaan, juga dapat disebut sebagai usaha yang bertujuan untuk meningkatkan nasabah dan pendapatan perusahaan.

Setiap perusahaan berusaha untuk dapat mencapai tingkat penjualan yang optimal sesuai yang diharapkan.Setelah melakukan kegiatan berbagai jenis promosi.Pada kenyataannya media promosi yang berbeda dapat mempengaruhi kesuksesannya penjualan suatu produk.Perusahaan mengharapakan kegiatan promosi yang dilakukan adalah untuk meningkatkan tujuan perusahaan dan secara umum tujuan perusahaan adalah memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya.

⁹ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2010),h.222.

Promosi dapat membawa keuntungan baik bagi produsen maupun konsumen. Keuntungan bagi konsumen ialah konsumen dapat mengatur pengeluarannya menjadi lebih baik, misalnya konsumen membaca iklan, ia dapat membeli barang dengan harga lebih murah. Sedang kerugiannya, konsumen dibujuk untuk membeli barang tersebut padahal belum tentu dibutuhkan. Keuntungan bagi produsen ialah promosi dapat menghindari persaingan harga, karena konsumen membeli barang karena tertarik dengan merknya. Promosi bukan saja meningkatkan penjualan, tetapi juga dapat menstabilkan produksi. Keuntungan selanjutnya ialah perusahaan dengan Good Will yang besar akan memperoleh modal dengan mudah. Sebaliknya kerugiannya bagi produsen adalah konsumen mengharapkan barang-barang yang diproduksi oleh pabrik mempunyai uniformitas tetapi kadang-kadang hal ini tidak dapat dipenuhi. Dan apabila perusahaan sudah mulai dengan usaha tersebut harus dilakukan terus menerus, ini menyebabkan biaya promosi akan selalu meningkat pula.

c. Strategi Promosi

Strategi promosi adalah perencanaan kegiatan komunikasi informal dari produsen kepada konsumen untuk mempengaruhi sikap dan perilaku, baik individu ataupun organisasi terlebih dahulu dalam melakukan kegiatan diperlukan suatu rencana yang matang, karena merupakan proses dasar yang dipergunakan untuk memilih tujuan dan menentukan bagaimana cara mencapai tujuan tersebut.

d. Indikator Promosi

Menurut Mc. Charty & Perrealt mengatakan bahwasanya promosi adalah komunikasi informasi antara penjual dan calon pembeli atau pihak-pihak lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku.

Adapun indikator-indikator promosi menurut Philip Kotler adalah :

- 1) Promosi Penjualan
- 2) Periklanan
- 3) Tenaga Penjualan
- 4) Kehumasan/Publik Relation

5) Pemasaran Langsung.¹⁰

2. Minat

a. Pengertian Minat

Minat merupakan kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada suatu obyek atau menyenangkan suatu obyek. Minat berarti dorongan atau daya penggerak yang dapat membentuk orang untuk melakukan suatu hal. Minat adalah suatu perangsang keinginan dan daya penggerak kemauan seseorang, sehingga minat mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai. Secara Etimologi pengertian minat adalah perhatian kecenderungan hati kepada suatu keinginan. Sedangkan menurut istilah ialah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. Secara sederhana minat dapat diartikan kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas, atau situasi yang menjadi obyek dari minat tersebut disertai perasaan orang.

Minat nasabah menabung merupakan bagian dari motivasi yang muncul dari dalam diri seseorang untuk gemar melakukan aktivitas menabung. Seseorang yang disiplin atau gemar menabung, berarti mempunyai perencanaan keuangan dimasa yang akan datang, serta adanya tujuan yang ingin ia capai dalam kehidupannya kelak. Karena seseorang yang mempunyai rencana atau tujuan, berarti ia hidup dengan sesungguhnya.

b. Faktor yang Mempengaruhi Minat

1) Faktor dorongan dari dalam

Faktor ini merupakan rasa ingin tahu atau dorongan untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda. Dorongan ini dapat membuat seseorang berminat untuk melakukan aktivitas yang menantang.

2) Faktor motif sosial

Faktor ini diartikan sebagai suatu minat dalam upaya mengembangkan diri dari dan dalam ilmu pengetahuan, yang mungkin diilhami oleh hasrat

¹⁰ Selvie Nangoy, et. al. "Pengaruh Promosi, Harga, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Matahari Departemen Stor Manado (Studi Kasus Di Matahari Departemen Stor Manado Town Square), 2009. h. 20.

untuk mendapatkan kemampuan dalam bekerja, atau adanya hasrat untuk memperoleh penghargaan dari keluarga atau teman.

3) Faktor emosional

Faktor ini merupakan minat yang berkaitan dengan dan emosi. Misalnya, keberhasilan akan menimbulkan perasaan puas dan dapat meningkatkan minat, sedangkan kegagalan dapat menghilangkan minat seseorang.

c. Indikator Minat

Menurut Schiffman & Kanuk dalam Sari indikator-indikator dari minat menabung tersebut antara lain :

1. Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk
2. Mempertimbangkan untuk membeli
3. Tertarik untuk mencoba
4. Ingin mengetahui produk
5. Ingin memiliki produk.¹¹

3. BMT (Baitul Mal Wattamwil)

a. Pengertian BMT

Baitul Mal Wat Tamwil dalam bahasa arab merupakan gabungan dari Baitul mal dan baitul tamwil. Baitul yaitu rumah dan mal ialah harta atau tempat harta. Dan baitul tamwil artinya rumah pembiayaan. Baitul mal lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana-dana non profit seperti zakat, infaq, dan sedekah. Sementara baitul tamwil adalah usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial.

Baitul mal wat tamwil adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya bayt mal wa at-tamwil dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomis pengusaha kecil kebawah dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomiya. Selain itu Baitul Mal Wat Tamwil juga bisa

¹¹ Yulia Putri, et. al, "Strategi meningkatkan minat menabung dibank syariah melalui penerapan religiulitas," dalam jurnal manajemen dan bisnis : Performa, Vol. 16 No. 1 Maret 2019, h. 82.

menerima titipan zakat, infaq, dan shadaqah, serta menyalurkannya sesuai dengan peraturan dan amanatnya.

Dari pengertian itu dapat dipahami bahwa pola pengembangan institusi keuangan ini diadopsi dari bayt al maal yang pernah tumbuh dan berkembang pada masa nabi dan khalifa'Rasyidin.Oleh karena itu keberadaan BMT selain bisa dianggap sebagai media penyalur pendayagunaan harta ibadah seperti zakat, infaq dan shadaqah, juga bisa dianggap sebagai institusi yang bergerak di bidang investasi, yang bersifat produktif seperti layaknya bank.

b. Fungsi dan Tujuan BMT

BMT merupakan usaha bisnis yang bersifat mandiri, ditumbuh kembangkan dengan swadaya dan dikelola secara profesional, serta berorientasi untuk kesejahteraan anggota dan masyarakat lingkungannya.

Tujuan di berdirikannya BMT ialah :

- 1) Meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.
- 2) Mewujudkan gerakan pembebasan anggota dan masyarakat dari belenggu rentenir, jerat kemiskinan dan ekonomi ribawi.
- 3) Mewujudkan gerakan pemberdayaan meningkatkan kapasitas dalam kegiatan ekonomi riil dan kelembagaannya menuju tatanan perekonomian yang makmur dan maju.
- 4) Dan mewujudkan gerakan keadilan membangun struktur masyarakat yang adil berkemakmuran, berkemajuan, serta berkeadilan berlandaskan syariah dan ridha Allah SWT

Tujuan BMT berfungsi sebagai berikut :

- 1) Mengidentifikasi, memobilisasi, mengorganisir, mendorong dan mengembangkan potensi serta kemampuan ekonomi anggota, kelompok usaha anggota muamalat daerahkerjanya.
- 2) Mempertinggi kualitas SDM anggota dan kelompok usaha anggota muamalat menjadi lebih professional dan islami sehingga semakin utuh dan tangguh menghadapi tantanganglobal.
- 3) Menggalang mengorganisir potensi masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggota

D. Penelitian Terdahulu

Dibawah ini merupakan tabel penelitian terdahulu sebagai berikut :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah.	Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan skor dari skala likert	Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Promosi Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Dan Kualitas Layanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Menabung Masyarakat. ¹²
2	Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Produk Tabungan Pendidikan Di Bprs Bina Finansia Semarang	Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan skor dari skala likert	Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Kualitas Produk dan Promosi Berpengaruh Positif Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Produk Tabungan Pendidikan Di Bprs Bina Finansia Semarang. ¹³

¹²Sitti Aisya dan Yohansyah Adiputra Riyadi, “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah”, (E-Journal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu, Vol. 02, No. 01, 2020)

¹³Laili Widyastuti Nurul’aini, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Produk Tabungan Pendidikan Di Bprs Bina Finansia Semarang”, (Skripsi Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, 2019)

3	Pengaruh Pengetahuan, Motivasi Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Madiun).	Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan skor dari skala likert	Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Pengetahuan Dan Motivasi Tidak Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Sedangkan Promosi Berpengaruh Positif Dan Signifikan. ¹⁴
4	Analisis Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di BMT Al-Fadhilah.	Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan skor dari skala likert	Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Lokasi dan Promosi Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di BMT Al-Fadhilah Semarang. ¹⁵
5	Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Mahasiswa Febi Iain Ponorogo Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah.	Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan skor dari skala likert	Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Promosi Dan Pengetahuan Mahasiswa Febi Iain Ponorogo Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. ¹⁶

¹⁴ Aulia Ni' Matul Fatikhah, "Pengaruh Pengetahuan, Motivasi Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Madiun)", (Skripsi Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019)

¹⁵ Nur Asiah, "Analisis Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di BMT Al-Fadhilah", (Skripsi Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Lampung, 2019)

¹⁶ Imanuddin, "Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Mahasiswa Febi Iain Ponorogo Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah", (Skripsi Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo, 2019)

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah peneliti menggunakan Promosi sebagai variabel independen. Selain variabel independen, persamaan yang lain adalah peneliti menggunakan Minat Menabung sebagai variabel dependen. Terlepas dari persamaan juga terdapat perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah objek penelitian. Pada penelitian ini objek penelitian yang digunakan adalah BMT Mawaridussalam. Sedangkan pada penelitian sebelumnya objek penelitian yang digunakan beraneka ragam diantaranya Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah, BPRS Bina Finansia Semarang serta BMT Al-Fadhilah.

E. Kerangka Berfikir

Kerangka konseptual merupakan gambaran pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen. Kerangka konseptual adalah suatu bentuk kerangka yang dapat digunakan sebagai pendekatan yang memperlihatkan hubungan variabel didalam proses analisisnya untuk memecahkan masalah. Sesuai dengan gambar kerangka konseptual maka dapat dijelaskan bahwa Promosi berpengaruh terhadap Minat Menabung.

Kerangka konseptual dapat di gambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Berfikir

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya atau jawaban sementara terhadap pertanyaan penelitian dalam perumusan masalah. Dikatakan sementara karena merupakan jawaban yang berdasarkan teori, artinya masih perlu dilakukan pengujian secara empirik. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti mengajukan beberapa hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H₁: Promosi Berpengaruh Terhadap Minat Menabung Santri Pada BMT Mawaridussalam

H₀: Promosi Tidak Berpengaruh Terhadap Minat Menabung Santri Pada BMT Mawaridussalam

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis metode pendekatan asosiatif, penelitian asosiatif adalah penelitian yang dilakukan untuk menganalisis hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih.¹⁷ Berdasarkan jenis datanya, penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung Santri Pada BMT Mawaridussalam.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di BMT Mawaridussalam yang beralamat di JL. Peringan, Desa Tumpatan Nibung, Kecamatan Batang Kuis, Sumatera Utara.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan mulai dari Juni 2021 sampai dengan selesai. Adapun jadwal penelitian sebagai berikut :

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 11.

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

Uraian Kegiatan	2021							
	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt
Pengajuan Judul	■							
Penyusunan Proposal	■	■	■					
Bimbingan Proposal				■	■			
Seminar Proposal						■		
Pengumpulan Data						■		
Penulisan Skripsi							■	
Bimbingan Skripsi								■
Sidang Meja Hijau								■

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek-obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁸Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah seluruh santri yang aktif menabung di BMT Mawaridussalam sebanyak 700 santri.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah maupun karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan dipilih secara hati-hati dari populasi tersebut. Dalam penelitian ini penulis mempersempit populasi yaitu seluruh santri sebanyak 700 santri dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan rumus slovin. Berikut ini rumus slovin yang dikembangkan dalam menentukan besaran jumlah sampel dari populasi :

¹⁸*Ibid*, h. 80.

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

Dimana :

n = Ukuran Sampel/Jumlah Responden

N = Ukuran Populasi

e = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e = 0,1

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Solvin adalah antara 10-20 % dari populasi penelitian.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 700 santri, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{700}{1 + 700 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{700}{1 + 700 (0,01)}$$

$$n = \frac{700}{1 + 7}$$

$$n = 87,5$$

Setelah dilakukan perhitungan sampel berdasarkan teknik perhitungan yang telah ditentukan, sehingga sampel penelitian yang akan diteliti sebanyak 88 responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.¹⁹Data primer pada penelitian ini adalah promosi.Sumber penelitian ini diperoleh melalui angket (kuesioner) yaitu daftar pertanyaan yang diberikan

¹⁹*Ibid*, h. 137

kepada objek penelitian yang mau memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna.

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti, atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel atau konstruk tersebut.²⁰ Definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Promosi sebagai Variabel Bebas (X)

Promosi adalah kegiatan memberitahukan dan mengomunikasikan kepada nasabah tentang keberadaan produk, kemanfaatan, keunggulan, fitur-fitur yang dimiliki bank yang membujuk nasabah agar menabung. Yang menjadi indikator promosi sebagai berikut :

- a) Iklan yang menarik
- b) Promosi melalui browsur yang informatif
- c) Promosi yang dilakukan oleh pihak BMT Mawaridussalam sendiri
- d) Promosi melalui undian berhadiah

2. Minat Menabung Santri sebagai Variabel Terikat (Y)

Minat merupakan kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada suatu obyek atau menyenangi suatu obyek. Minat berarti dorongan atau daya penggerak yang dapat membentuk orang untuk melakukan suatu hal. Minat adalah suatu perangsang keinginan dan daya penggerak kemauan seseorang, sehingga minat mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai. Indikator minat menabung santri sebagai berikut :

- a) Prosedur
- b) Kepercayaan
- c) Kepuasan
- d) Keinginan

²⁰ Muslich Anshori (ed.), *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2009), h. 60

Tabel 3.2
Definisi Operasional

No	Variabel	Indikator	Skala
1	Variabel Promosi (X)	1. Iklannya yang menarik 2. Promosi melalui brosur yang informatif 3. Promosi yang dilakukan oleh pihak BMT Mawaridussalam sendiri 4. Promosi yang dilakukan dengan undian berhadiah	Likert
2	Variabel Minat Menabung (Y)	1. Prosedur 2. Kepercayaan 3. Kepuasan 4. Keinginan	Likert

F. Teknik Analisis Data

Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan metode regresi linier sederhana dan diolah dengan *Software* olah data SPSS Versi 21. Adapun tahapan analisis tersebut adalah sebagai berikut :

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas merupakan akurasi temuan penelitian yang mencerminkan kebenaran sekalipun responden yang dijadikan pengujian berbeda. Data dinyatakan valid jika nilai *r*-hitung yang merupakan nilai dari *corrected item total correlation* > dari t-tabel pada tingkat signifikansi 0.05 (5%).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau andal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas ini hanya dapat dilakukan pada pertanyaan yang telah valid. Teknik statistik yang digunakan untuk pengujian tersebut dengan koefisien *cronbach's alpha* setelah dilakukan pengukuran dengan menggunakan SPSS. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0.70.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, bila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan Analisis Grafik, yaitu menggunakan grafik histogram dan grafik normality probability plot. Ketentuan yang digunakan adalah jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.²¹ Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Serta menggunakan Analisis Statistik, yaitu menggunakan uji *Kolmogorov – Smirnov* (K-S). Dapat dianalisis pada nilai residual hasil residual regresi dengan kriteria jika sig. atau probabilitas > 0.05 maka data berdistribusi normal, dan jika nilai sig. atau probabilitas < 0,05 maka data berdistribusi tidak normal.

²¹Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), h.160.

b. Uji Autokolerasi

Uji Autokolerasi merupakan suatu perangkat uji yang diperlukan untuk mengetahui bentuk hubungan yang terjadi di antara variabel yang sedang diteliti. Uji ini dilakukan untuk melihat hubungan dari dua buah variabel yang sudah diteliti apakah ada hubungan yang linear dan signifikan. Uji linearitas merupakan pra syarat penggunaan analisis regresi dan korelasi.

Autokolerasi akan terpenuhi dengan asumsi apabila plot antara nilai residual terstandarisasi dengan nilai prediksi terstandarisasi tidak membentuk suatu pola tertentu atau random. Namun, penggunaan uji linearitas dengan menggunakan gambar dianggap kurang objektif. Selain itu, pengujian linearitas ini juga dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS pada perangkat Test for Linearity. Adapun teknik analisisnya dengan menggunakan nilai signifikansi pada taraf signifikansi 95% ($\alpha = 0,05$), Jika nilai sig. $< 0,05$, maka variabel memiliki hubungan yang linear dan jika nilai sig. $> 0,05$, maka variabel memiliki hubungan yang tidak linear.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi yang digunakan terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heterokedastisitas.

Mendeteksi heterokedastisitas dapat dilakukan dengan metode *scatter plot* dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESEID (nilai residualnya). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit.

3. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen tersebut mengalami kenaikan atau penurunan. Rumus regresi linier sederhana untuk penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana :

- a = Konstanta
- X = Promosi
- Y = Minat Menabung Santri
- b = Koefisien Regresi

4. Uji Hipotesis.

A. Analisis Regresi

Regresi adalah salah satu metode untuk menentukan hubungan sebab-akibat antara variabel dengan variabel lainnya. Dalam analisis regresi sederhana, hubungan antara variabel bersifat linier, di mana perubahan pada variabel X akan diikuti oleh perubahan pada variabel secara tetap. Sedangkan dalam hubungan nonlinier, perubahan X tidak diikuti dengan perubahan variabel Y secara proporsional.

Metode analisis regresi digunakan untuk menghasilkan hubungan antara dua variabel atau lebih dalam bentuk numerik. Adapun persamaan regresi ini merupakan persamaan garis yang paling mewakili hubungan antara dua variabel tersebut

Analisis regresi sederhana merupakan metode pendekatan untuk pemodelan hubungan antara satu variabel dependen dan satu variabel independen. Dalam analisis regresi sederhana, hubungan antara variabel bersifat linier, di mana perubahan pada variabel X akan diikuti oleh perubahan variabel Y secara tetap. Sedangkan, pada hubungan nonlinier, perubahan variabel X tidak diikuti dengan perubahan variabel yang

proporsional. Seperti halnya pada model kuadratik, di mana perubahan X akan diikuti oleh kuadrat dari variabel X, hubungan tersebut tidak bersifat linier.

B. Analisis Korelasi

Analisis korelasi adalah suatu cara atau metode untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linear antar variabel. Apabila terdapat hubungan maka perubahan-perubahan yang terjadi pada salah satu variabel X akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada variabel lainnya (Y). Istilah tersebut dikatakan istilah sebab akibat, dan istilah tersebut menjadi ciri khas dari analisis korelasi. Ada empat jenis korelasi yang harus dipahami, diantaranya:

- 1) Korelasi positif, ditunjukkan hubungan sebab akibat dimana apabila terjadi penambahan nilai pada variabel X maka akan diikuti terjadinya penambahan nilai variabel Y.
- 2) Korelasi negatif, nilai variabel X meningkat nilai variabel Y justru mengalami penurunan..
- 3) Korelasi lemah
- 4) Tidak berkorelasi
- 5) Dan korelasi sempurna

C. Uji t (Uji Parsial)

Uji t atau lebih dikenal dengan sebutan uji parsial adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual atau parsial dapat menerangkan variasi variabel terikat. Adapun langkah-langkah dalam pengambilan keputusan untuk uji t adalah:

- 1) Jika nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ dan nilai $\text{Sig. } t < \alpha = 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ dan nilai $\text{Sig. } t > \alpha = 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

D. Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah diantara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Institusi

1. Sejarah BMT Mawaridussalam

merupakan lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuh kembangkan bisnis usaha mikro dan kecil, dalam rangka mengangkat kesejahteraan para guru yang mengabdikan dirinya di pesantren Mawaridussalam dengan prinsip-prinsip syariah Islam yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan Hadist. Baitul Mal Wattamwil (BMT) beroperasi mengikuti ketentuan-ketentuan syari'ah Islam khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam. Bmt mawaridussalam tidak hanya mencari keuntungan semata akan tetapi memberikan kesejahteraan, Untuk tabungan santri/wati BMT mawaridussalam membuat program simpanan wadiah (titipan) dimana para santri/wati dapat menabungkan uangnya Di Bmt dengan tidak merasa khawatir akan kehilangan uangnya.

2. Visi Misi BMT Mawaridussalam

a. Visi

Menjadi Lembaga Keuangan Syariah yang profesional religius dan mampu membangun potensi insani dalam rangka mewujudkan perekonomian umat yang berdasarkan syari'at Islam.

b. Misi

- Memberikan kontribusi nyata dalam pembangunan melalui pemberian pemahaman tentang perekonomian yang sesuai dengan syari'at Islam dan penerapan prinsip syari'ah dalam bermuamalah.
- Meningkatkan kesejahteraan ummat guna tercapainya kehidupan yang barokah dunia akhirat
- Mewujudkan Lembaga Keuangan Syari'ah yang berbasis kejujuran, amanah, hemat, kerja keras, rukun dan kompak

3. Tujuan Didirikannya BMT Mawaridussalam

- 1) Koperasi didirikan dengan tujuan untuk memajukan kesejahteraan ekonomi dan kegiatan usaha santri dan ustadz/h.
- 2) Menjadi gerakan ekonomi rakyat serta ikut membangun perekonomian nasional untuk mencapai tujuan koperasi dengan menyelenggarakan kegiatan usaha sebagai berikut:
 - a. Mengadakan pembiayaan usaha kepada anggota
 - b. Mengadakan pembiayaan barang jatuh tempo (Mudharabah)
 - c. Mengadakan pembayaran total bagi hasil (Mudharabah)
 - d. Pembelian barang bagi hasil
 - e. Pengadaan usaha penyaluran sembako
 - f. Menyediakan perumahan/tanah kaplingan bagi anggota
 - g. Menjalankan usaha dalam bidang kredit sepeda motor dan mobil.
 - h. Mengajarkan santri menabung sejak dini.
 - i. Antisipasi kehilangan uang santri.
 - j. Menyediakan simpan pinjam
 - k. Mendisiplinkan kepada santri untuk pandai menghemat uang jajan.
 - l. Dan mendisiplinkan waktu pengambilan uang
 - m. Mengajarkan santri agar pandai dalam mengelola uang

4. Program BMT Mawaridussalam

BMT juga menghimpun dana anggota dengan calon anggota (nasabah) serta menyalurkan pada lembaga ekonomi yang halal dan menguntungkan. Banyaknya masyarakat yang memerlukan modal untuk memulai usaha kecil dan kesulitan mencari pinjaman modal dan terjerumus dalam pinjaman yang tidak sesuai syariah (riba).

Adapun penghimpunan dan penyaluran dana yang ada di BMT Mandiri Abadi Syariah, yaitu:

a. Penghimpunan Dana/Simpanan

BMT merupakan kegiatan mengumpulkan atau menghimpun dana berbagai sumber (zakat, infak, sedekah dan lain-lain) atau dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat ekonomi rendah. Penghimpunan dana/simpanan terbagi menjadi 2 (dua) jenis, yaitu:

- 1) Simpanan wadiah adalah simpanan atau titipan yang sewaktu-waktu nasabah atau anggota dapat menariknya dengan mengeluarkan surat berharga pemindahan buku/transfer dan untuk membayar lainnya. Simpanan wadi'ah amanah (titipan dana zakat, infaq, dan shodaqoh) dan wadi'ah yadhomanah (titipan yang akan mendapatkan bonus dari bank apabila bank mengalami keuntungan dari pemanfaatan pemutaran dana nasabah). Persyaratan untuk membuat simpanan wadi'ah :
 - a. Setoran sesuai dengan rencana nasabah, minimal Rp 10.000 maksimum tidak terbatas.
 - b. Nisbah 80:20 (BMT : Pembiayaan)
 - c. Biaya administrasi perbulan tidak ada/free
- 2) Simpanan mudharabah adalah simpanan pemilik dana yang penyetorannya atau penarikannya dapat dilakukan sesuai akad yang telah disepakati sebelumnya. Jenis-jenis produk simpanan yang menggunakan akad mudharabah antara lain : simpanan Idul Fitri, simpanan Idul Qurban, simpanan Haji, simpanan Pendidikan, simpanan Kesehatan dan lain-lain. Persyaratan untuk membuat simpanan berjangka:

- a. Minimal simpanan Rp 1.000.000 dengan jangka waktu 12 bulan.
 - b. Biaya administrasi perbulan tidak ada/free
- Untuk semua simpana mengisi formulir pembukuan simpanan, dengan bukti identitas diri, yakni fotocopy KTP/SIM/Kartu Pelajar + fotocopy KRT +Pa Photo 2 Lembar.

b. Penyaluran Dana/Pembiayaan

Penyaluran dana (landing) adalah transaksi penyediaan dana atau barang kepada nasabah yang sesuai dengan syariat islam standar akuntansi yang memiliki fungsi untuk meningkatkan daya guna dan peredaran uang/barang serta pemerataan pendapat. Dan jenis penyaluran dana yang disediakan oleh Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) didasarkan pada akad yang digunakan.

Prosedur penyaluran dana / pembiayaan yaitu calon debitur yang pertama kali mengajukan pembiayaan kepada salah satu bank atau lembaga keuangan lainnya, biasanya permohonan tersebut tidak langsung mendapatkan jawabat dari pihak bank maupun lembaga keuangan lainnya. Untuk memperoleh pembiayaan tersebut boleh perlu diadakan sleksi yang membutuhkan waktu. Proses seleksi ini dilakukan dengan melalui beberapa tahap yaitu antara lain :

1) Analisis Pembiayaan atau Pendahuluan

Tujuan utama analisis ini adalah untuk menentukan apakah permohonan pembiayaan yang diajukan oleh debitur bisa diterima atau ditolak serta sebagai alat untuk memberikan jawaban atau pengambilan keputusan tentang m,asalah-masalah seperti :

- a) Kepada siapa dana dalam bentuk pembiayaan harus diberikan.
- b) Untuk maksud usaha apa dana pembiayaan itu diberikan.
- c) Apakah calon debitur akan menerima dana pembiayaan kiranya akan mampu mengembalikan pokok pembiayaan di tambah dengan bagi hasil/mark up.
- d) Berapa jumlah uang yang layak dibrikan
- e) Apakah dana pembiayaan yang akan diberikan tersebut cukup aman atau beresiko kecil.

2) Analisis Kelayakan Usaha

Suatu usaha yang dikatakan layak artinya usaha tersebut bisa menghasilkan keuntungan yang bisa menutup seluruh biaya yang dikeluarkannya langsung maupun tidak langsung. Kelayakan merupakan kata kunci yang harus dipegang oleh para pengelola lembaga keuangan dan merupakan kriteria yang paling pokok dalam membiayai suatu jenis usaha. Maka dari itu, jika suatu usaha tidak layak, khususnya ditinjau dari segi ekonomi tetapi tetap di biayai maka resiko yang akan timbul adalah kemacetan pengembalian pembiayaan dan ini berarti pula kemacetan usaha BMT, adapun beberapa aspek-aspek suatu jenis usaha, antara lain sebagai berikut :

a) Aspek Pemasaran

Pengusaha mikro tidak memiliki perencanaan dan strategi pemasaran yang baik. Usahanya hanya dimula dari coba-coba, dan jangkauan pemasarannya sangat terbatas, sehingga informasi produknya tidak sampai kepada calon pembeli. Mereka hampir tidak memperhitungkan tentang calon pembeli dan tidak mengerti bagaimana harus memasarkannya.

b) Aspek Manajemen

Pengusaha mikro biasanya tidak memiliki pengetahuan yang baik tentang sistem manajemen pengelola usaha, sehingga sulit dibedakan antara asset keluarga dan usaha, bahkan banyak diantara mereka yang memanfaatkan ruang keluarga untuk berproduksi. Perencanaan usahatan tidak dilakukan sehingga tidak jelas arah dan target usaha yang akan dijalankan dalam periode waktu tertentu.

c) Aspek Teknis

Berbagai aspek teknis yang masih sering menjadi problem yaitu cara produksi, sistem penjualan, sampai ada tidaknya badan hukum serta perizinan yang lain.

d) Aspek Keuangan

Kendala yang sering diperbincangkan usaha kecil adalah lemahnya bidang keuangan. Pengusaha mikro hampir tidak memiliki aspek yang luas

kepada kepada sumber permodalan. Kendala ini sesungguhnya di pengaruhi oleh tiga kendala di atas. Kebutuhan akan permodalan akan permodalan tidak dapat dipenuhi oleh lembaga keuangan modern, karena pengusaha kecil tidak dapat memenuhi prosedur yang ditetapkan.

Penyaluran dana dalam bentuk jual beli dengan pembiayaan di tangguhkan adalah penjualan barang dari BMT kepada nasabah, dengan harga yang telah ditetapkan sebesar harga perolehan barang di tambah margin keuntungan yang disepakati untuk keuntungan BMT. Bentuknya dapat berupa bai' bitsaman ajil pembayaran dilakukan secara angsuran, dan murabaha pembayaran di akhir perjanjian. Akad jual beli berdasarkan penyaluran dana/ pembiayaan yaitu :

- a. *Murabahah* adalah jual beli barang sebesar harga pokok barang ditambah dengan margin keuntungan yang telah disepakati bersama.
- b. *Salaam* adalah jual beli barang dengan cara pemesanan dengan syarat-syarat tertentu dan pembayaran tunai terlebih dahulu secara penuh.
- c. *Istishna* adalah jual beli barang dalam bentuk pemesanan pembuatan barang dengan criteria dan persyaratan tertentu yang disepakati dengan pembayaran sesuai dengan kesepakatan.

Pembiayaan merupakan penyaluran dana BMT kepada pihak ketiga berdasarkan kesepakatan pembiayaan antara BMT dengan pihak lain dengan jangka waktu tertentu dan nisbah bagi hasil yang disepakati. Pembiayaan dengan menggunakan prinsip bagi hasil dibedakan menjadi dua yaitu:

1) Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan mudharabah adalah perjanjian antara pemilik dana (shahibul maal) dan pengelola dana (mudharib), dimana modalnya 100% berasal dari shahibul maal dan keuntungan dibagi menurut nisbah yang telah disepakati kedua belah pihak.

2) Pembiayaan Musyarakah

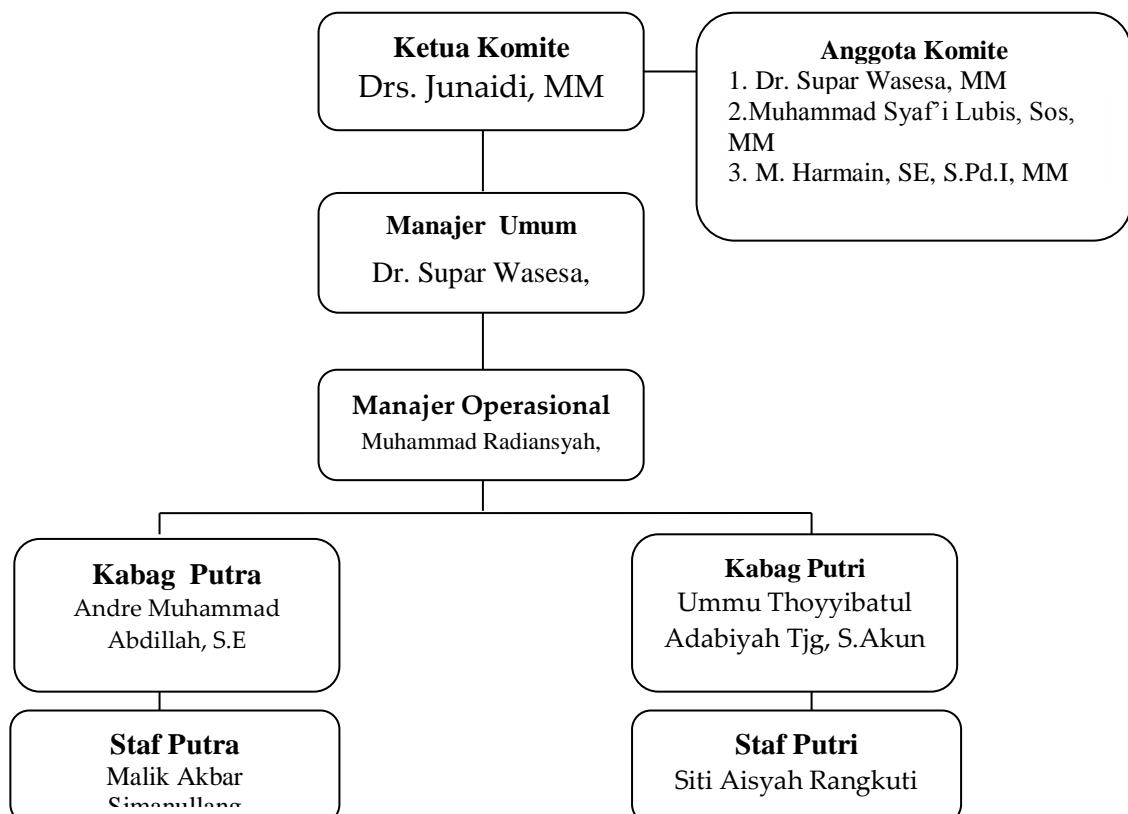
Pembiayaan musyarakah adalah pinjaman kerja sama antara dua orang atau lebih dimana modalnya berasal kedua belah pihak dan

keduanya bersepakat dalam keuntungan dan resiko. Sedangkan ada beberapa akad yang digunakan dalam penghimpunan dana (funding) dan penyaluran dana (lending), yaitu :

- a) Akad sewa-menyewa, pada baitul maal wa Tamwil (BMT) akad sewa-menyewa ditetapkan dalam produk penyaluran dana berupa pembiayaan ijarah dan pembiayaan ijarah muntahiah bit tamlik (IMBT).
- b) Pinjam-meminjam yang bersipat sosial. Pada Baitul Maal wa Tamwil (BMT) transaksi pinjam-meminjam dikenal dengan nama pembiayaan qardh, yaitu pinjam-meminjam tanpa dana imbalan dengan kewajiban pihak peminjam mengembalikan pokok pinjaman sekaligus cicilan dalam jangka dalam jangka waktu yang telah disepakati.
- c) Adapun qardh al-hasana (pinjaman kebajikan), bila nasabah tidak mampu mengembalikan, maka pihak pemberi pinjaman bisamerelakan atau ikhlas kalau memang benar-benar nasabah tidak sanggup membayarnya.
- d) Produk jasa
- e) Produk *tabarru* yaitu ZISWAH (*Zakat, Infaq, Shadaqah, Wakaf, dan Hibah*)

5. Struktur Organisasi Perusahaan

4.1 Gambar Struktur Organisasi



Memberikan wawasan dan pengetahuan serta pembekalan kepada calon anggota untuk dapat menjadikan BMT itu sebagai pilihan dan menghindari pernyataan yang mengatakan bahwa BMT hanya bank biasa

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam hasil pengujian pada data yang di olah dengan menggunakan program SPSS memberikan kesimpulan pada data yang berkaitan dengan karakteristik responden, diantaranya:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid LAKI-LAKI	88	100,0	100,0	100,0

Sumber: *Data Penelitian diolah dari Program SPSS versi 21*

Pada data identitas responden ini data diatas menunjukkan bahwasannya didalam organisasi penulis hanya mendata jenis kelamin laki-laki dimana data nya berjumlah 88 orang dengan persentase sebesar 100 %. Hasil ini didapat menggunakan rumus slovin sebanyak 88 orang.

Tabel 4.2
Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 13-15	45	51,1	51,1	51,1
Valid 16-20	43	48,9	48,9	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber: *Data Penelitian diolah dari Program SPSS versi 21*

Berdasarkan deskripsi pada data identitas diri yang kedua yaitu data usia menunjukkan bahwasannya di dalam tabel tersebut responden yang berumur 13-15 tahun lebih banyak yaitu berjumlah 45 responden dengan persentase sebesar

51,1%, diikuti responden yang berusia 16-20 tahun dengan persentase sebesar 48,9%. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwasannya anggota yang menggunakan produk-produk dari BMT lebih banyak berusia 13-15 tahun.

Tabel 4.3
Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid MTs	47	53,4	53,4	53,4
Aliyah	41	46,6	46,6	100,0
Total	88	100,0	100,0	

Sumber: *Data Penelitian diolah dari Program SPSS versi 21*

Berdasarkan pada data identitas diri yang ketiga yaitu data pendidikan menunjukkan bahwasannya pada tabel diatas tingkat pendidikan responden lebih besar pada pendidikan MTs yang berjumlah sebanyak 47 dengan persentase sebesar 53,4% dan diikuti oleh jenjang pendidikan Aliyah sebanyak 41 dengan persentase sebesar 46,6%.

Tabel 4.4
Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PELAJAR	88	100,0	100,0	100,0

Sumber: *Data Penelitian diolah dari Program SPSS versi 21*

Pada data diatas dapat dilihat bahwasannya yang menjadi responden hanya dari kalangan pelajar yang berjumlah sebanyak 88 responden dengan persentase 100%.

C. Penyajian Data

Adapun penulis menyajikan data tabel frekuensi mengenai persentase hasil jawaban angket dari setiap pernyataan yang penulis sebarkan kepada responden, diantaranya dapat menampilkannya sebagai berikut:

1. Deskripsi hasil presentase jawaban responden tentang variabel Promosi (X)

Tabel 4.5
Skor Angket Untuk Variabel Promosi (x)

Alternatif Jawaban												
No	STS		TS		KS		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	-	-	-	-	-	-	21	23,9	67	76,1	88	100
2	-	-	-	-	-	-	42	47,7	46	52,3	88	100
3	-	-	-	-	-	-	36	40,9	52	59,1	88	100
4	-	-	-	-	-	-	29	33,0	59	67,0	88	100
5	-	-	-	-	-	-	36	40,9	52	59,1	88	100
6	-	-	-	-	-	-	36	40,9	52	59,1	88	100
7	-	-	-	-	-	-	38	43,2	50	56,8	88	100
8	-	-	-	-	5	5,7	28	31,8	55	62,5	88	100

Sumber: *Data Penelitian (Terolah), SPSS, 2021*

Berdasarkan pada tabel 4.5 Diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Jawaban responden tentang produk yang disediakan di BMT Mawaridussalam dapat dipahami dan dikenali, adapun responden menjawab setuju sebanyak 21 orang (23,9%), dan sangat setuju sebanyak 67 orang (76,1%).
- 2) Jawaban responden tentang promosi yang dilakukan oleh BMT Mawaridussalam dapat dipahami, adapun responden menjawab sangat setuju sebanyak 46 orang (52,3%), setuju sebanyak 42 orang (47,7%).
- 3) Jawaban responden tentang upaya yang dilakukan BMT Mawaridussalam dalam memperkenalkan produknya selalu dilaksanakan dan responden

menjawab sangat setuju sebanyak 52 orang (59,1%), setuju sebanyak 36 orang (40,9%).

- 4) Jawaban responden tentang peran BMT Mawaridussalam dapat meningkatkan minat menabung para santri, responden menjawab sangat setuju sebanyak 59 orang (67,0%), setuju sebanyak 29 (33,0%).
- 5) Jawaban responden tentang BMT Mawaridussalam banyak melakukan aktivitas social ke santri, sehingga menarik perhatian, adapun jawaban responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 52 orang (59,1%), setuju sebanyak 36 orang (40,9%).
- 6) Jawaban responden tentang promosi yang dilakukan BMT Mawaridussalam di media cetak atau brosur menarik perhatian , adapun responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 52 orang (59,1%), setuju sebanyak 36 orang (40,9%).
- 7) Jawaban responden tentang iklan yang dilakukan oleh BMT Mawaridussalam melalui spanduk atau baliho menarik, dan jawaban responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 50 orang (56,8%), setuju sebanyak 38 orang (43,2%).
- 8) Jawaban responden tentang BMT Mawaridussalam memenuhi keinginan nasabah, dan responden menjawab sangat setuju sebanyak 55 orang (62,5%), setuju sebanyak 28 orang (31,8%), kurang setuju sebanyak 5 orang (5,7%).

2. Deskripsi hasil presentase jawaban responden tentang Minat Menabung (Y)

Tabel 4.6
Skor Angket untuk Variabel Minat Menabung (Y)

Alternatif Jawaban												
No	STS		TS		KS		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	-	-	-	-	-	-	23	26,1	65	73,9	88	100
2	-	-	-	-	-	-	26	29,5	62	70,5	88	100
3	-	-	-	-	-	-	29	33,0	59	67,0	88	100

4	-	-	-	-	-	-	40	45,5	48	54,5	88	100
5	-	-	-	-	-	-	27	30,7	61	69,3	88	100
6	-	-	-	-	-	-	34	38,6	54	61,4	88	100
7	-	-	-	-	-	-	24	27,3	64	72,7	88	100
8	-	-	-	-	-	-	25	28,4	63	71,6	88	100

Sumber: *Data Penelitian (Terolah), SPSS, 21*

Berdasarkan pada tabel 4.6 Diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Jawaban responden tentang santri merasa tertarik mencari informasi produk BMT Mawaridussalam, dan responden menjawab sangat setuju sebanyak 65 orang (73,9%), setuju sebanyak 23 orang (26,1%).
- 2) Jawaban responden tentang santri mempertimbangkan untuk menabung di BMT Mawaridussalam, dan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 62 orang (70,5%), setuju sebanyak 26 orang (29,5%).
- 3) Jawaban responden mengenai santri tertarik untuk mencoba menabung di BMT mawaridussalam, dan jawaban responden sangat setuju sebanyak 59 orang (67,0%), setuju sebanyak 29 orang (33,0%).
- 4) Jawaban responden mengenai santri ingin mengetahui produk yang ada di BMT Mawaridussalam, dan jawaban responden ialah sangat setuju sebanyak 48 orang (54,5%), setuju sebanyak 40 orang (45,5%).
- 5) Jawaban responden tentang santri ingin menabung disalah satu produk yang ada di BMT Mawaridussalam, responden menjawab sangat setuju sebanyak 61 orang (69,3%), setuju sebanyak 27 orang (30,7%).
- 6) Jawaban responden santri merekomendasikan produk BMT Mawaridussalam kepada teman yang lain, adapun responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 61,4 orang (61,4%), dan setuju sebanyak 34 orang (38,6%).
- 7) Jawaban responden santri selalu mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk BMT Mawaridussalam, dan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 64 orang (72,7%), dan setuju sebanyak 24 orang (27,3%).

- 8) Jawaban responden santri cenderung loyal atas pelayanan yang diberikan oleh BMT Mawaridussalam, dan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 63 orang (71,6%), dan setuju sebanyak 25 orang (28,4%).

D. Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Dalam penelitian menguji validitas sangat penting untuk dapat menguji sejauh mana ketepatan atau kebenaran suatu instrumen sebagai alat ukur variabel dari suatu penelitian. Jika instrumen penelitian dikatakan valid atau benar maka hasil pengukurannya juga akan benar.

- 1) Variabel Promosi

Tabel 4.7
Uji Validitas Variabel Promosi (X)

Item	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan
Item 1	0,373	0.2096<0,05	Valid
Item 2	0,431	0.2096<0,05	Valid
Item 3	0,323	0.2096<0,05	Valid
Item 4	0,421	0.2096<0,05	Valid
Item 5	0,274	0.2096<0,05	Valid
Item 6	0,290	0.2096<0,05	Valid
Item 7	0,284	0.2096<0,05	Valid
Item 8	0,485	0.2096<0,05	Valid

Sumber: Data Penelitian diolah dari Program SPSS versi 21

Dari semua butir pernyataan untuk variabel promosi ternyata semua pernyataan berstatus valid. Data dinyatakan valid apabila nilai korelasi

lebih besar dari nilai r tabel (0.2096) dan nilai probabilitas tidak melebihi dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa 8 item pernyataan (angket) yang digunakan dalam penelitian ini mampu menunjukkan sesuatu yang diukur dalam pernyataan tersebut.

Tabel 4.8
Uji Validitas Variabel Minat Menabung (Y)

Item	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan
Item 1	0,142	0.2096<0,05	Valid
Item 2	0,273	0.2096<0,05	Valid
Item 3	0,387	0.2096<0,05	Valid
Item 4	0,438	0.2096<0,05	Valid
Item 5	0,519	0.2096<0,05	Valid
Item 6	0,571	0.2096<0,05	Valid
Item 7	0,551	0.2096<0,05	Valid
Item 8	0,163	0.2096<0,05	Valid

Sumber: *Data Penelitian diolah dari Program SPSS versi 21*

Dari semua butir pernyataan untuk variabel minat menabung santri ternyata semua pernyataan status valid. Data dinyatakan valid apabila nilai korelasi lebih besar dari nilai r tabel (0.2096) dan nilai probabilitas tidak melebihi dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa 8 item pernyataan (angket) yang digunakan dalam penelitian ini mampu menunjukkan sesuatu yang diukur dalam pernyataan tersebut.

b. Uji Realibilitas

Dalam penelitian menguji realibilitas sangat penting untuk dapat menguji sejauh mana ketepatan atau kebenaran suatu instrumen sebagai alat ukur variabel dari suatu penelitian. Jika instrumen penelitian dikatakan valid atau benar maka hasil pengukurannya juga akan benar. Berikut ini hasil uji dari Realibilitas.

Tabel 4.9
Uji Realibilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items	Keterangan
Promosi (X)	0,050	8	<i>Non Reliabel</i>
Minat Menabung (Y)	0,177	8	<i>Reliabel</i>

Sumber: *Data Penelitian diolah dari Program SPSS versi 21*

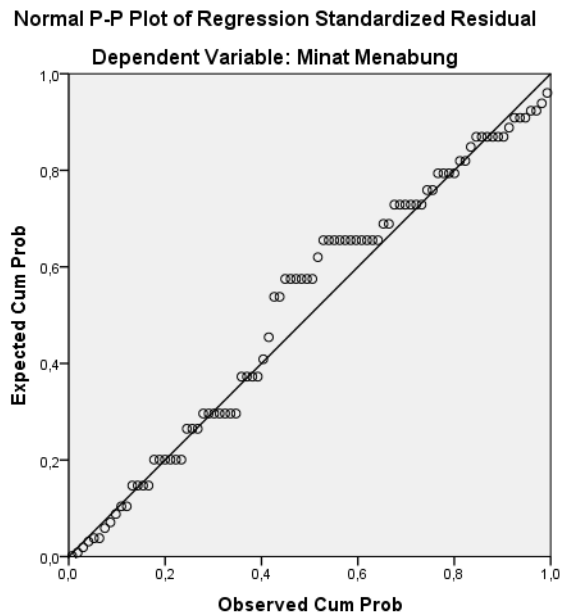
Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas, menunjukkan bahwa variabel promosi (x) non reliabel karena hasilnya tidak lebih besar dari $>0,70$. Dan pada variabel minat menabung (y) dikatakan reliabel dimana hasilnya lebih besar dari $>0,70$.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Dalam menentukan model regresi yang valid maka data yang harus diuji apakah telah terbebas dari masalah asumsi klasik, ialah:

a. Uji Normalitas

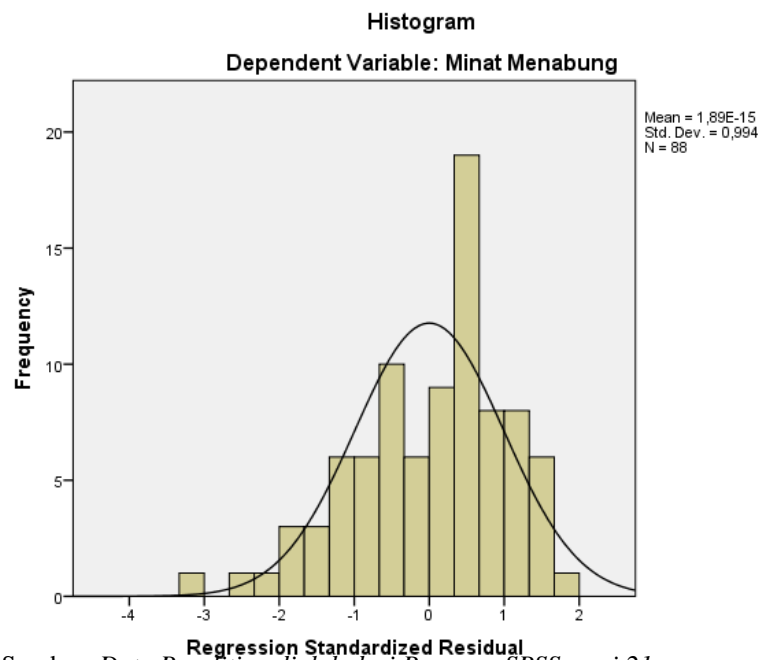
Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi tersebut variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.



Sumber: Data Penelitian diolah dari Program SPSS versi 21

Gambar 4.2 Grafik Histogram

Berdasarkan pengujian data diatas dari grafik melihat histogram dari residualnya.maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Sumber: Data Penelitian diolah dari Program SPSS versi 21

Gambar 4.3 Normal P-Plot of Regression Standarized Residual

Berdasarkan pengujian data dapat dikatakan normal apabila:

1. Data berdistribusi normal apabila dalam penyebaran data mengikuti garis diagonal,
2. Dan pada grafik diatas menunjukkan bahwasannya butir-butir pernyataan yang telah diolah dan titik-titiknya telah mengikuti garis diagonal.

Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,37264839
Most Extreme Differences	Absolute	,133
	Positive	,057
	Negative	-,133
Kolmogorov-Smirnov Z		1,251
Asymp. Sig. (2-tailed)		,088

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: *Data Penelitian diolah dari Program SPSS versi 21*

Berdasarkan hasil di atas menunjukkan bahwa data telah terdistribusi secara normal. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji One-Sample Kolmogorov Smirnov Test. Dimana signifikan $0,088 > 0,05$ level signifikan (α) sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Hasil uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test di atas juga didukung oleh hasil analisis grafiknya histogram maupun grafik normal probability plotnya seperti gambar 4.3 dan 4.4

b. Uji Multikolinearitas

Selanjutnya dalam penelitian ini, untuk mendeteksi ada tidaknya gejala multikolinearitas, Besarnya Variance Inflation Factor (VIF), pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas yaitu nilai $VIF \leq 10$, Besarnya Tolerance pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas yaitu nilai $Tolerance \geq 0,1$.

Table 4.11
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Promosi	1,000	1,000

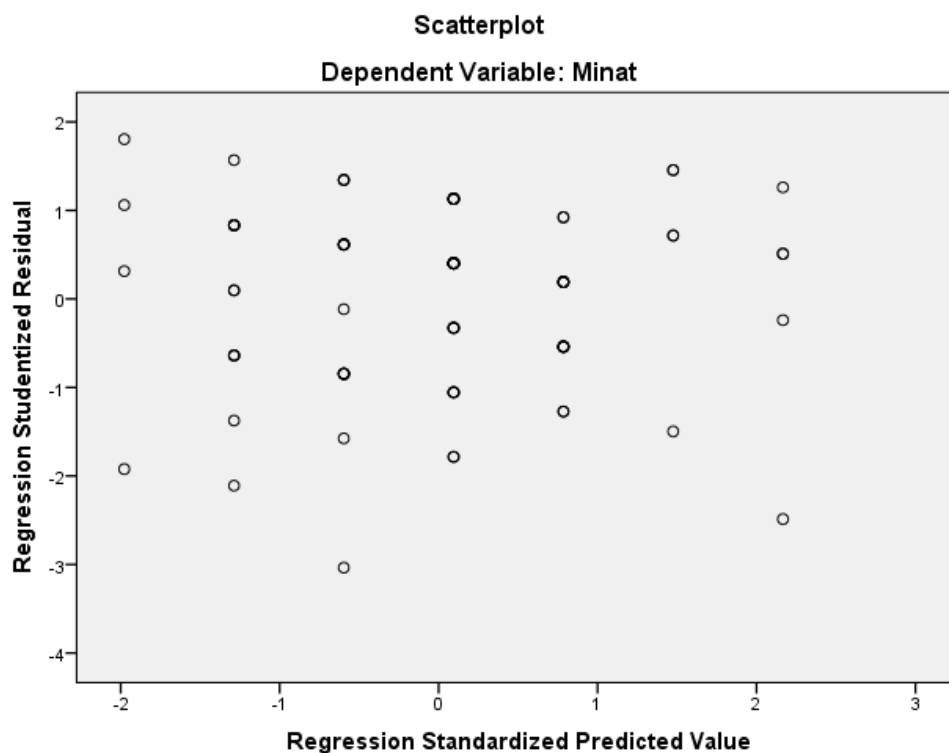
a. Dependent Variable: Minat

Sumber: *Data Penelitian diolah dari Program SPSS versi 21*

Dari hasil pengujian pada tabel 4.13 diketahui bahwa nilai Variance Inflation Factor (VIF) variabel promosi (X) adalah $1,000 < 10$, dan nilai tolerance value adalah $1,000 > 0,1$, maka data tersebut tidak terjadi Multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan / variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.



Sumber: *Data Penelitian diolah dari Program SPSS versi 21*

Gambar 4.4 **Hasil Uji Heterokedastisitas**

Gambar diatas memperlihatkan titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu serta tersebar di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, dengan ini tidak terjadinya heterokedastisi.

3. Analisis Regresi Linier Sederhana

Berikut ini akan disajikan hasil dari Uji Regresi Linier Sederhana dengan menggunakan program SPSS tentang Promosi Minat Menabung Santri dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.12
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26,714	3,772		7,083	,000
	Promosi	,290	,102	,293	2,838	,006

a. Dependent Variable: Minatmenabung
Sumber: *Data Penelitian diolah dari Program SPSS versi 21*

Berdasarkan tabel 4.12 Adapun hasil yang telah diperoleh dari koefisien di atas, maka dapat dibuat suatu persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + e$$

$$Y = 26,714a + 0,290X_1 + e$$

Dari persamaan regresi diatas memperlihatkan hubungan diantara variabel *independent* dengan variabel *dependent* tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Nilai *Constanta* adalah 26,714, artinya jika tidak terjadi perubahan pada variabel Minat Menabung (nilai X_1 adalah 0), maka loyalitas anggota pada BMT Mawaridussalam sebesar 26,714.
- 2) Nilai *Koefisien Regresi Promosi* adalah 0.290, artinya jika variabel komitmen organisasi (X) meningkat sebesar 1% dengan asumsi bahwasannya konstanta adalah 0 (nol), maka Minat Menabung Santri pada BMT Mawaridussalam sebesar 0,290.

4. Uji Hipotesis

a.Uji T (Parsial)

Tabel 4.13
Hasil Uji Hipotesis (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26,714	3,772		7,083	,000
	Promosi	,290	,102	,293	2,838	,006

a. Dependent Variable: Minatmenabung
Sumber: *Data Penelitian diolah dari Program SPSS versi 21*

Berdasarkan tabel 4.13 dengan mengamati pada baris, kolom t dan signifikansi maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1) Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung Santri (H1)

Variabel Promosi (X) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Santri pada BMT Mawaridussalam. Hal ini terlihat dari signifikannya promosi (X) $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat diperoleh sebagai berikut:

$$\text{Rumus nilai } t_{\text{tabel}} = t\left(\frac{\alpha}{2}; n - k - 1\right)$$

Keterangan:

α = Batas signifikan 0,05 (5%)

n = Jumlah responden (sampel)

k = Jumlah variabel

Sehingga dari rumus tersebut diketahui bahwa:

$$t_{\text{tabel}} = t \left(\frac{\alpha}{2}; n - k - 1 \right)$$

$$t_{\text{tabel}} = t (0.05/2; 88-1-1) = (0.025;88) = 1.99970.$$

Berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2.838 > 1.99970$), Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga hipotesisnya terdapat pengaruh promosi terhadap minat menabung santri secara parsial diterima.

b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikatnya (Y), jika variabel bebas memiliki pengaruh simultan terhadap variabel terikat (Y). Uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikansi nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka dapat diartikan bahwa model regresi sudah tepat artinya pengaruh secara bersama dengan melihat nilai $F_{\text{tabel}} = f(k; n-k)$, $F = (1;88-1) = (1;87) = 3.95$ dengan tingkat kesalahan 5%. Uji F yang dilakukan dapat dilihat pada Tabel 4.14 Di bawah ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15,350	1	15,350	8,053	,006 ^b
	Residual	163,922	86	1,906		
	Total	179,273	87			

a. Dependent Variable: Minatmenabung

b. Predictors: (Constant), Promosi

Sumber: *Data Penelitian diolah dari Program SPSS versi 21*

Untuk mencari nilai F tabel maka memerlukan

rumus: $k ; n - k$

Keterangan:

k = Jumlah variabel independent (bebas)

n = Jumlah responden

Jadi, $F_{\text{tabel}} = 2 ; 88 - 1 = 2 ; 87 = 3.95$

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas dapat dilihat pada nilai F_{hitung} sebesar 8,053 dengan nilai F_{tabel} adalah 3.10. sehingga nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ atau $8,053 > 3.10$, dan tingkat signifikan $0.000 < 0.05$ maka H_0

ditolak H1 diterima. Sehingga hipotesis yaitu terdapat pengaruh promosi terhadap minat menabung santri secara parsial diterima.

c. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan dalam mengukur seberapa jauh model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang rendah berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel *dependent* amat terbatas.

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,293 ^a	,086	,075	1,392

a. Predictors: (Constant), MinatMenabung

Sumber: *Data Penelitian diolah dari Program SPSS versi 21*

Berdasarkan Tabel 4.15 dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi terdapat pada nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.086, hal ini berarti menunjukkan bahwasannya variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat adalah sebesar 8.6% sisanya 91.4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

e. Interpretasi Hasil Analisis Data

Penelitian ini akan menjelaskan hipotesis penelitian dan disesuaikan dengan analisis data yang sudah dilakukan, untuk lebih jelasnya dapat diuraikan interpretasi hasil analisis datanya sebagai berikut:

a. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung Santri pada BMT Mawaridussalam

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Promosi Terhadap Minat Menabung Santri pada BMT Mawaridussakam, hal ini terlihat dari nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Dan nilai $t_{tabel} = t\left(\frac{\alpha}{2}; n - k - 1\right) = t_{tabel} = t(0.05/2; 88-1-1) = (0.025;86) = 1.99970$. Berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2.838 > 1.99970$), Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga hipotesisnya terdapat pengaruh promosi terhadap minat menabung secara parsial diterima.

Berdasarkan hasil analisis data diatas penulis dapat menjawab hal-hal yang tercantum pada bab satu yaitu identifikasi masalah dan juga tujuan masalah, dimana didalam identifikasi masalah terdapat poin, yaitu :

1. Penyampaian yang tidak tepat bahkan berlebihan dapat mengurangi minat santri untuk menabung.

Berdasarkan poin diatas sudah dapat kita lihat bahwa dalam penyampaian promosi terhadap santri pihak BMT masih kurang baik, dilihat dari persentasi hubungan antara variabel promosi terhadap variabel minat menabung hanya mencapai 8,6 %.

2. Kurangnya pemanfaatan media promosi seperti iklan pada media cetak dan elektronikakan mempengaruhi minat santri dalam menabung.

Dalam hal ini, tidak jauh berbeda dengan pembahasan point diatas, dimana karena kurangnya media elektronik untuk melakukan promosi, maka minat santri untuk menabung menjadi kurang karena kurangnya medai promosi.

Berdasarkan rumusan masalah “Apakah Promosi Berpengaruh Terhadap Minat Menabung Santri Pada BMT Mawaridussalam ? “. Dilihat dari penelitian dan uji analisis yang telah dilakukan diatas, maka dapat terjawab rumusan masalah diatas tersebut bahwa promosi memiliki pengaruh terhadap minat menabung santri sebesar 8,6% - 100%

Hasil penelitian ini juga didukung beberapa hasil penelitian sebelumnya :

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh dengan judul “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah”. Hasil penelitian menunjukkan ada dampak positif yang signifikan antara Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Laili Widyastuti Nurul’aini, dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Produk Tabungan Pendidikan Di Bprs Bina Finansia Semarang”. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa Kualitas Produk dapat meningkatkan Minat Menabung. karena kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aulia Ni' Matul Fatikhah, dengan judul "Pengaruh Pengetahuan, Motivasi Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Madiun)". Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Pengetahuan Dan Motivasi Tidak Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Sedangkan Promosi Berpengaruh Positif Dan Signifikan.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nur Asiah, dengan judul "Analisis Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di BMT Al-Fadhilah". Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Promosi Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di BMT Al-Fadhilah Semarang.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Imanuddin, dengan judul "Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Mahasiswa Febi Iain Ponorogo Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah". Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Promosi Dan Pengetahuan Mahasiswa Febi Iain Ponorogo Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian teori dan hasil penelitian yang telah penulis lakukan dengan melakukan pengolahan data menggunakan program aplikasi SPSS, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Promosi signifikan terhadap Minat Menabung Santri pada BMT Mawaridussalam. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai t hitung 0.000 lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$), dengan nilai t hitung sebesar 2.838 lebih besar dari 1.99970 ($2.838 > 1.99970$), maka dapat diambil kesimpulan bahwasannya H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Promosi mempengaruhi minat menabung santri dengan melihat nilai koefisien determinasi pada nilai *R Square* sebesar 0.086, hal ini berarti menunjukkan bahwasannya promosi mempengaruhi sebesar 8.6% sedangkan sisanya 91.4% . sehingga Minat Menabung Santri dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dari penelitian ini, penulis mengharapkan dapat memberikan kontribusi kepada pihak yang telah mendukung dalam penelitian ini demi kemajuan dimasa yang akan datang nantinya. Untuk itu kepada pihak-pihak tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Bagi BMT Mawaridussalam

Manfaat dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan saran, pemikiran dan informasi yang bermanfaat dan membantu ataupun menjadi tambahan ide dalam mengembangkan kemajuan BMT di era modern saat ini dengan tetap menjalankan kegiatan yang sesuai dengan konsep syariah.

2. Bagi Penelitian Lainnya

Diharapkan dapat memberikan masukan yang berguna untuk menambah ilmu pengetahuan dan menjadikannya sebagai bahan-bahan perbandingan penelitian maupun menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya mengenai pembahasan ini.

3. Bagi Santri

Dengan adanya penelitian ini santri diharapkan dapat mengenal lebih jauh lembaga BMT, dan dapat menggunakan segala produk yang ditawarkan oleh lembaga ini, dan juga meningkatkan minat menabung santri.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, Muslich, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Surabaya: Airlangga University Press. 2009.
- Asiah Nur, “Analisis Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di BMT Al-Fadhilah”.*Skripsi Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Lampung*.Lampung. 2019.
- Aisyah, Siti Dan Riyadi, Yohansyah.“Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kelurahan Siranindi Di Bank Muamalat Indonesia Palu Sulawesi Tengah”.*Journal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*. Kota Palu, Vol. 02, No. 1.Volume 02.2020.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang:Universitas Diponegoro. 2011.
- Heri, sudarsono. *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Ekonomi.2003.
- Imam Wahjono, Sentot. *Manajemen Pemasaran Bank*.Yogyakarta: Graha Ilmu. 2010.
- Imanuddin, “Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Mahasiswa Febi Iain Ponorogo Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah”.*Skripsi Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo*. Ponorogo. 2019.
- Karim, Adiwarmanto. *Bank Islam Edisi Ketiga*, Jakarta: Rajawali Pers. 2009.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.2010.
- Ni’ Matul Fatikhah, Aulia “Pengaruh Pengetahuan, Motivasi Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Madiun)”.*Skripsi Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*. Kota Yogyakarta. 2019.

Nurul'aini, Laili. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Produk Tabungan Pendidikan Di Bprs Bina Finansia Semarang", *Skripsi Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang*, Kota Semarang. 2019.

Putri, Yulia. "Strategi meningkatkan minat menabung dibank syariah melalui penerapan religiulitas". *jurnal manajemen dan bisnis*. Kota Medan. No. 1. Volume 16. 2019.

Ratih Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* cetakan ke-3, Bandung: Alfabeta.

Soemitra, Andri. *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, Medan: Kencana. 2009.

Sudarmo, Gito. *Manajemen Pemasaran Edisi Pertama*, Yogyakarta: BPFE. 2000.

Setiadi, Nugroho. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana. 2003.

Selvie Nangoy, Selvie. "Pengaruh Promosi, Harga, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Matahari Departemen Stor Manado". *Jurnal Manajemen*. Kota Manado. No. 1 . Volume 2. 2013.

LAMPIRAN



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Pusat Administrasi: Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp: (061) 6622400 Fax: (061) 662347, 6631003
Website: www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si
Dosen Pembimbing : Dr. Maya Sari, S.E, Ak, M.Si

Nama Mahasiswa : Desman Ruza
Npm : 1701280064
Semester : VIII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung Santri Pada BMT Mawaridussalam

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
01 Oktober 2021	- Pertajam Pembahasan, Menganalisis hasil penelitian.		
04 Oktober 2021	- Menjawab identifikasi masalah dan rumusan masalah, didukung oleh teori dan didukung oleh penelitian sebelumnya.		
07 Oktober 2021	- Kesimpulan sesuai dengan hasil penelitian dan pembahasan		
08 Oktober 2021	- ACC Sidang Meja Hijau		

Medan, 8 Oktober 2021

Diketahui/Disetujui
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S/Pd, M.Si

Pembimbing Skripsi

Dr. Maya Sari, S.E, Ak, M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20138 Telp (061) 6623499
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id
Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



Hal Permohonan Persetujuan Judul
Kepada Yth Bapak Dekan FAI UMSU

17 Rajab 1442 H
02 Maret 2021 M

Di
Tempat



Dengan Hormat
Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Desman Ruza
NPM : 17012R0064
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Kredit Kumalatif : 3,35
Mengajukan Judul sebagai berikut :

No	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1	Analisis Pemberdayaan Kaum Perempuan Oleh Bank Wakaf Mikro Pondok pesantren mawaridussalam			
2	Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung Santri Pada BMT Mawaridussalam	<i>[Signature]</i> 13-3-2021	Dr. Hj. Maya Sri	<i>[Signature]</i> 15/3/21
3	Pengaruh Pelayanan BMT Mawaridussalam Dalam Peningkatan Minat Menabung Santri (Studi Kasus Pada BMT Mawaridussalam)			

KB: Mahasiswa yang bersangkutan sudah mendownload dan mencetak buku panduan. Demikian permohonan ini saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam
Hormat Saya
[Signature]
(Desman Ruza)

Keterangan :

- Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :
1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
 2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi
 3. Asli untuk Ketua/Sekretaris Jurusan yang dipakai pas photo dan Map

** Paraf dan tanda ACC Dekan dan Ketua Jurusan pada lajur yang di setujui dan tanda silang pada judul yang di tolak

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Desman Ruza
Tempat Tanggal Lahir: Sei Segajah, 21 November 1998
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Pendidikan Terakhir : MA PP Mawaridussalam
Alamat : Jln. Kecamatan, Kab. Rokan Hilir, Riau

Nama Orang Tua

Ayah : Syofyar Hamid
Ibu : Almh. Samsimar
Alamat : Jln. Kecamatan, Kab. Rokan Hilir, Riau

Pendidikan

Tahun 2004 - 2010 : SDN 008 Bagan Punak
Tahun 2010 - 2013 : MTs PP Mawaridussalam
Tahun 2013 - 2016 : MA PP Mawaridussalam
Tahun 2017 – 2021 : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Demikin riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 08 Oktober 2021

Desman Ruza



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Kapten Mukhtar Bisri No. 1 Medan 20238 Telp. (061) 6622400

Website: www.umhsu.ac.id E-mail: t@umhsu.ac.id

Bank: Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



PENGESAHAN PROPOSAL

Berdasarkan hasil Seminar Proposal Program Studi Manajemen Bisnis Syariah yang diselenggarakan pada hari Rabu, 01 September 2021 menerangkan bahwa

Nama : Desman Ruza
Npm : 1701280064
Fakultas : Fakultas Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung Santri Pada BMT Mawaridussalam

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi

Medan, 01 September 2021

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Isra Hayati, S.Pd, M.Si)

Sekretaris Program Studi

(Syahrul Ansari, SE.Sy., M.Si)

Pembimbing

(Dr. Hj. Maya Sari)

Pembahas

(Isra Hayati, S.Pd, M.Si)

Diketahui/Disetujui
A n Dekan
Wakil Dekan I

Zailani, S.PdI, M.A



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20258 Telp. (061) 6622800
Website: www.umhsu.ac.id E-mail: fakultas@umhsu.ac.id
Bankir: Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL
PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

Pada hari ini Rabu, Tanggal 01 September 2021 M telah diselenggarakan Seminar Proposal Program Studi Manajemen Bisnis Syariah menerangkan bahwa :

Nama : Desman Ruza
Npm : 1701280064
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung Santri Pada BMT

Mawaridussalam Disetujui/ ~~Tidak disetujui~~

Item	Komentar
Judul	- Margin bawah cover belum sesuai dengan panduan skripsi - Perbaiki kata pengantar
Bab I	- Perjelas masalah
Bab II	- Tambahkan teori - Tuliskan semua indikator Variabel dalam kajian pustaka - Perbaiki body note menjadi foot note penelitian terdahulu serta tuliskan perbedaan dan persamaan yang akan diteliti
Bab III	- Perbaiki jadwal penelitian - Perbaiki teknik analisis data
Lainnya	- Perbaiki Daftar Pustaka
Kesimpulan	<input checked="" type="checkbox"/> Lulus <input type="checkbox"/> Tidak Lulus

Medan, 01 September 2021

Tim Seminar

Ketua

(Isra Hayati, S.Pd, M.Si)

Pembimbing

(Dr. Hj. Maya Sari)

Sekretaris

(Syahrul Amsari, SE.Sy., M.Si)

Pembahas

(Isra Hayati, S.Pd, M.Si)



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003

<http://fai.umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [fai.umsu.ac.id](#) [umsu.ac.id](#) [umsu.ac.id](#) [umsu.ac.id](#) [umsu.ac.id](#)

Nomor : 94/11.3./UMSU-01/F/2021
Lamp : -
Hal : *Mohon Izin Riset*

24 Safar 1443 H
01 Oktober 2021 M

Kepada Yth :
Pimpinan BMT Mawaridusalam

di-
Tempat

Assalamu'alaikum Warohamtullahi Wabarokatuh

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa memperoleh gelar sarjana S1 di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) Medan, maka kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi data dan fasilitas seperlunya kepada mahasiswa kami yang mengadakan penelitian/riset dan pengumpulan data dengan :

Nama : Desman Ruza
NPM : 1701280064
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syri'ah
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung Santri Pada BMT Mawaridussalam

Demikianlah permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terimakasih. Semoga Allah meridhoi segala amaal yang telah kita perbuat, amin.

Wassalamu'alaikum Warohamtullahi Wabarokatuh

Dekan,

Dr. Muhammad Qurib, M.A.
NIDN : 0103067503



**Koperasi Simpan Pinjam Syariah (KSPS) BMT
MAWARIDUSSALAM**

Nomor : 01/A/KSPS-MASA/X/2021

Batang kuis, 01 April 2021

Kepada Yth :
Sdr Dr. Muhammad Qorib, M.A
Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Di_

Tempat

Perihal : Izin Riset

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat,

Menunjuk surat No : 61/II.3/UMSU-01/F/2021 tertanggal 01 Oktober 2021 perihal diatas, pada prinsipnya kami menyetujui mahasiswa saudara :

Nama : Desman Ruza
NPM : 1701280064
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Untuk melakukan riset di koperasi kami sepanjang tidak menyangkut kerahasiaan Koperasi dan mematuhi ketentuan yang berlaku, terhitung tanggal 01 Oktober 2021 s/d selesai guna menyusun skripsi yang berjudul : **"Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menabung Santri Pada BMT Mawaridussalam"**.

Demikian hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

KSPS BMT

MAWARIDUSSALAM


M. Radiansyah, S.E.I., M.E.I
Manajer BMT

Alamat Kantor : Pesantren Mawaridussalam Jl. Peringgian Desa Tumpatan Nibung Kecamatan
Batang Kuis Kab. Deli Serdang 20372 Sumatera Utara

