

ACC SKRIPSI – 1 JULI 2020



**PENGARUH SOSIALISASI DAN EDUKASI MANFAAT PRODUK PERBANKAN SYARIAH
TERHADAP PREFERENSI MASYARAKAT DALAM MEMILIH PRODUK BANK
SYARIAH (STUDI KASUS DESA BAGAN ASAHAN
KECAMATAN TANJUNG BALAI ASAHAN)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana pada Program Studi
Perbankan Syariah*



Oleh

INDAH RIZKI
NPM: 1601270005

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**

PERSEMBAHAN

Karya Ilmiah ini kusembahkan kepada kedua orangtuaku

*Ayahanda Syarifuddin
Ibunda Rusdiana*

*Tak lebang selalu memberikan do'a kesuksesan &
Keberhasilan bagi diriku*

Motto :

*Dunia ini ibarat bayangan kalau kamu berusaha
menangkapnya, ia akan lari. Tetapi kalau kamu
membelakanginya, Ia tak punya pilihan lain selain
mengikutimu.*

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Indah Rizki
NPM : 1601270005
Jenjang Pendidikan : Strata-1
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul **“(Pengaruh Sosialisasi dan Edukasi Manfaat Produk Perbankan Syariah Terhadap Referensi Masyarakat Dalam Memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Desa Bagan Asahan Kec. Tanjung Balai Asahan))”** merupakan karya asli saya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil dari plagiarisme, maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 27 Juli 2020

Yang menyatakan:



INDAH RIZKI
1601270005

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH SOSIALISASI DAN EDUKASI MANFAAT PRODUK
PERBANKAN SYARIAH TERHADAP PREFERENSI
MASYARAKAT DALAM MEMILIH PRODUK
BANK SYARIAH (STUDI KASUS DESA
BAGAN ASAHAN KECAMATAN
TANJUNG BALAI ASAHAN)**

Oleh:

INDAH RIZKI

1601270005

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memnuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi

Medan, 01 Juli 2020

Pembimbing



Dr. Maya Sari, SE, Ak, M.Si, CA

**FAKULTAS AGAMA ISLAM UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
SUMATERA UTARA
MEDAN 2020**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



Telah selesai di berikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setujui untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh :

NAMA MAHASISWA : Indah Rizki
NPM : 1601270005
PROGRAM STUDI : Perbankan Syariah
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Sosialisasi dan Edukasi Manfaat Produk Perbankan Syariah Terhadap Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Desa Bagan Asahan Kecamatan Tanjung Balai Asahan)

Medan

Pembimbing

Dr. Maya Sari, SE, Ak, M.Si. CA

DI SETUJUI OLEH:
KETUA PROGRAM STUDI


Selamat Pohan S. Ag, MA

Dekan,


Dr. Muhammad Qorib, MA

Medan, 27 Juli 2020

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (Tiga) Exsemplar
Hal : Skripsi a.n Indah Rizki

Kepada Yth: Bapak Dekan Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Di

Medan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi mahasiswa **Indah Rizki** yang berjudul **“Pengaruh Sosialisai dan Edukasi Manfaat Produk Perbankan Syariah Terhadap Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Desa Bagan Asahan Baru Kecamatan Tanjung Balai Asahan)“**. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan di ajukan pada sidang Munaqasah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) pada program studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Agama Islam UMSU. Demikianlah kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing



Dr. Maya Sari, SE, Ak, M. Si, CA



Unggul Ponds & Capaian S

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

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

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : **INDAH RIZKI**
 NPM : 1601270005
 Semester : VIII (Delapan)
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Jenjang : S-1 (Strata Satu)
 Ketua Program Studi : Selamat Pohan S.Ag, MA
 Dosen Pembimbing : Dr. Maya Sari, M.Si.
 Judul Skripsi : **PENGARUH SOSIALISASI DAN EDUKASI MANFAAT
 PRODUK PERBANKAN SYARIAH TERHADAP
 PREFERENSI MASYARAKAT DALAM MEMILIH
 PRODUK BANK SYARIAH (STUDI KASUS DESA BAGAN
 ASAHAN KECAMATAN TANJUNG BALAI ASAHAN)**

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
21 Juni 2020	Pembahasan di pertajam, tambahkan penjelasan terkait dengan variabel dan hasil dari penelitian terdahulu		
25 Juni 2020	Perbaiki daftar isi, kesimpulan dan saran		
28 Juni 2020	Perbaiki format penulisan skripsi, revisi daftar pustak		
1 Juli 2020	ACC		

Medan, 30 Juli 2020

Diketahui/disetujui
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Ketua Program Studi

Selamat Pohan S.Ag, MA

Pembimbing

Dr. Maya Sari, M.Si.



ABSTRAK

Indah Rizki. NPM. 1601270005. Pengaruh Sosialisasi Dan Edukasi Manfaat Produk Perbankan Syariah Terhadap Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Desa Bagan Asahan Kecamatan Tanjung Balai Asahan). Pembimbing Dr. Maya Sari, M.Si.

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah sosialisasi dan edukasi berpengaruh secara simultan terhadap preferensi masyarakat dalam memilih produk bank syariah. Masalah dalam penelitian ini adalah masyarakat Bagan Asahan Kecamatan Tanjung Balai Asahan kurang mendapatkan sosialisasi mengenai manfaat produk bank syariah. Edukasi mengenai manfaat produk bank syariah jarang dilakukan. Preferensi masyarakat selama ini lebih memilih produk bank konvensional daripada produk bank syariah. Penelitian ini penulis menggunakan pendekatan asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang digunakan dan atau lebih variabel satu dengan variabel lain. Alasan peneliti memiliki asosiatif sebagai metode penelitian disebabkan dalam penelitian ini mempunyai hubung antar variabel yang satu dengan variabel lain. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa nilai signifikan variabel sosialisasi manfaat produk perbankan syariah sebesar 0,002 sedangkan nilai signifikan variabel edukasi manfaat produk perbankan syariah sebesar 0,019 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel pembagina kerja lebih berpengaruh bila dibandingkan dengan variabel edukasi manfaat produk perbankan syariah.

Kata Kunci: Sosialisasi, Edukasi, Manfaat Produk Perbankan Syariah, Preferensi Masyarakat



ABSTRACT

Indah Rizki. NPM. 1601270005. The Effects of Socialization and Education on the Benefits of Sharia Banking Products on Community Preferences in Choosing Sharia Bank Products (Case Study of Bagan Asahan Village, Tanjung Balai Asahan District). Supervisor Dr. Maya Sari, M.Sc.

The purpose of this study was conducted to determine whether socialization and education simultaneously influence the people's preferences in choosing Islamic bank products. The problem in this research is that the Bagan Asahan community of Tanjung Balai Asahan Subdistrict lack of information about the benefits of Islamic bank products. Education about the benefits of Islamic bank products is rarely done. Public preference has preferred conventional bank products over sharia bank products. In this study the authors used an associative approach. Associative research is research that is used and or more variables with one other variable. The reason researchers have associative as a research method is because in this study there is a relationship between one variable with another variable. From the results of the study it was found that the significant value of the socialization variable of the benefits of sharia banking products was 0.002 while the significant value of the educational variable benefits of sharia banking products was 0.019. it was concluded that the variable of job development was more influential when compared to the educational variable benefits of Islamic banking products.

Keywords: Socialization, Education, Benefits of Sharia Banking Products, Society Preferences

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum wr. wb

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmat beserta hidayah-Nya. Shalawat dan salam semoga tetap terlimpah dan curahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW sebagai pembawa rahmat, petunjuk serta nikmat kepada manusia, semoga mendapat syafaat di akhir kelak.

Berkat limpahan rahmat-Nya jugalah penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Suatu kebanggaan tersendiri bagi penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Sosialisasi dan Edukasi Manfaat Produk Perbankan Syariah terhadap Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Desa Bagan Asahan Kecamatan Tanjung Balai Asahan)”**dengan sebaik-baiknya dan tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa tanpa petunjuk serta bimbingan dari berbagai pihak sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, dengan rendah hati maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingannya kepada penulis, khususnya kepada:

1. Orang tua penulis ayah tercinta Syarifuddin dan ibunda tersayang Rusdiana, penulis ini tidaklah ada artinya tanpa kasih sayang dan cinta dari kalian selama ini, sehingga penulis terus termotivasi untuk menjalankan dan menyelesaikan perkuliahan ini dengan baik.
2. Bapak Dr. Agussani, M.AP sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Muhammad Qorib, MA sebagai Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Zailani, S.Pd.I, MA sebagai WD I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Selamat Pohan, S.Ag., M.A., sebagai Ketua Program Studi Perbankan Syariah. Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Bapak

telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan menyemangati penulis.

6. Dr. Maya Sari, M.Si., selaku Dosen Pembimbing pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan penulis, memberikan bimbingan dan pelajaran yang tiada ternilai harganya agar penulis menjadi lebih baik.
7. Bapak/Ibu dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- 10 Kepada teman seperjuangan Program Studi Perbankan Syariah A1 Pagi stambuk 2016.

Wassalamua'alaikum wr. wb.

Medan, Juli 2020

Penulis

INDAH RIZKI
NPM: 1601270005

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	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.....	2
C. Rumusan Masalah.....	3
D. Tujuan Penelitian	3
E. Manfaat Penelitian	3
F. Sistematika Penulisan	3
BAB II LANDASAN TEORETIS.....	6
A. Deskripsi Teori.....	6
1. Sosialisasi	5
2. Edukasi	8
3. Produk Bank Syariah.....	14
4 Preferensi.....	16
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Kerangka Pemikiran.....	23
D. Hipotesis.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
A. Pendekatan Penelitian	25
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	25
C. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	26
D. Definisi Operasional	26
E. Data dan Sumber Data	27
F. Teknik Pengumpulan Data	28
G. Teknik Analisis Data.....	28

H. Pemeriksaan Keabsahan Temuan	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Deskripsi Institusi.....	39
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	41
C. Penyajian Data	43
D. Analisis Data	45
E. Interpretasi Hasil Analisis Data	53
BAB V PENUTUP	57
A. Simpulan	57
B. Saran.....	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 3.1.	Pelaksanaan Waktu Penelitian	25
Tabel 3.2.	Skala Likert	28
Tabel 4.1.	Skala Pengukuran Likert	42
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	43
Tabel 4.5.	Skor Angket untuk Variabel Preferensi masyarakat (Y)	44
Tabel 4.6.	Skor Angket untuk Variabel Sosialisasi manfaat produk perbankan syariah (X ₁)	44
Tabel 4.7.	Skor Angket untuk Variabel Edukasi manfaat produk perbankan syariah (X ₂)	45
Tabel 4.8.	Uji Multikolinearitas	47
Tabel 4.9.	Hasil Regresi Linier Berganda.....	49
Tabel 4.10.	Uji t Variabel X ₁ terhadap Y.....	50
Tabel 4.11.	Uji t Variabel X ₂ terhadap Y.....	51
Tabel 4.12	Uji t Variabel X ₂ terhadap Y.....	52
Tabel 4.13.	Uji Determinasi	53

DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Judul Gambar	Halaman
4.1	Grafik Normalitas Data.....	46
4.2	Pengujian Heteroskedastisitas.....	48

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank Syariah merupakan lembaga keuangan layaknya Bank Konvensional tetapi menggunakan prinsip syariah yaitu keadilan, keseimbangan dan kemaslahatan. Kegiatan utama bank adalah menghimpun dana dari masyarakat melalui simpanan dan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat umum dalam bentuk pinjaman atau kredit. Dalam dunia perbankan, selain bank umum atau bank konvensional, terdapat juga bank syariah yang banyak berkembang di Indonesia. Dalam bank konvensional penentuan harga selalu didasarkan dengan bunga, sedangkan bank syariah didasarkan pada konsep Islam yaitu kerja sama dalam skema bagi hasil baik untung maupun rugi. Tujuan utama Bank Syariah adalah sebagai upaya kaum muslimin untuk mendasari segenap aspek kehidupan ekonominya berlandaskan Al-Quran dan As-Sunnah.

Dasar pemikiran terbentuknya bank syariah ini bersumber dari adanya riba yang secara jelas disebutkan dalam Al-Qur'an dan Al-Hadist. Diantara ayat-ayat tentang dilarangnya riba, salah satunya terdapat pada surat Al-Baqarah ayat 275 yang menjelaskan bahwa seseorang yang memakan riba diancam dengan neraka sebagai hukumannya.

Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan Bank Tanpa Bunga, adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada al-Quran dan Hadits Nabi SAW, dengan kata lain Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang memiliki usaha pokok memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Bank syariah menghindari sistem bunga dalam mengoperasikan usahanya. Keberadaan bank syariah/bank Islam dapat dijadikan sebagai solusi alternatif terhadap persoalan tentang adanya pertentangan antara bunga dengan riba. (Muhammad, 2015:1)

Secara umum konsep perbankan syariah menawarkan sistem perekonomian yang sesuai dengan syariat Islam/prinsip syariah. Ada beberapa perbedaan konsep dalam perbankan konvensional yang dianggap membawa kesengsaraan karena mengandung unsur riba, unsur riba dianggap sangat bertentangan dengan syariat menawarkan berbagai produk perbankan yang bebas bunga berupa pembiayaan bagi hasil. (Novi, 2015: 65)

Perkembangan perbankan syariah memberi pengaruh luas terhadap upaya perbaikan ekonomi umat dan kesadaran baru untuk mengadopsi dan ekspansi lembaga keuangan Islam. Krisis perbankan yang terjadi sejak tahun 2007 telah membuktikan bahwa bank yang beroperasi dengan prinsip syariah dapat bertahan di tengah gejolak nilai tukar dan tingkat suku bunga yang tinggi. Pada saat yang bersamaan, perbankan konvensional tidak memiliki ketersediaan dana *liquid* yang cukup untuk operasionalnya. Nasabah peminjam mengalami ketidakmampuan untuk mengembalikan dana pinjaman karena tingginya nilai suku bunga. Terpuruknya perbankan konvensional menjadi suatu pelajaran bagi pengambil kebijakan moneter untuk mencoba menerapkan sistem moneter alternatif. Sistem manajemen syariah diyakini dapat menjadi solusi dalam membangun kembali sistem perekonomian Indonesia. Para Ulama, ahli fiqh, dan *Islamic Banker* di kalangan dunia Islam menyatakan bahwa bunga yang diterapkan dalam perbankan konvensional adalah riba dan riba diharamkan. (Zaenudin dan Yoshi, 2012:52)

Munculnya bank syariah sebagai pemain baru dalam dunia perbankan di Indonesia mendapat sambutan yang baik dari masyarakat, terutama masyarakat muslim. Bank yang berbasis syariah ini disebut-sebut sebagai bank yang tahan terhadap guncangan inflasi dan krisis moneter. Lebih dari itu, lembaga keuangan syariah ini diharapkan mampu membawa masyarakat kepada sistem keuangan yang bebas dari riba. Sebelum bank syariah berkembang, masyarakat hanya mengenal satu sistem perbankan, yaitu sistem perbankan konvensional, yang menurut sebagian golongan merupakan sistem yang mengandung riba. Hal ini tercermin dari adanya bunga pada produk kredit dan simpanan. Akan tetapi, kini masyarakat telah memiliki pilihan untuk tidak menggunakan produk-produk tersebut.

Sosialisasi merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan sehingga masyarakat memiliki preferensi yang positif mengenai manfaat produk bank syariah. Selama ini, masyarakat Bagan Asahan Kecamatan Tanjung Balai Asahan kurang mendapatkan sosialisasi mengenai manfaat produk bank syariah. Preferensi masyarakat yang berkembang adalah bahwa bank konvensional lebih baik daripada bank syariah.

Selain itu, edukasi mengenai manfaat produk bank syariah jarang dilakukan. Ini membuat banyak masyarakat yang tidak paham mengenai manfaat produk bank syariah. Oleh karena itu, perlu dilakukan edukasi mengenai manfaat produk bank syariah dengan cara memberikan penyuluhan kepada masyarakat secara rutin.

Berdasarkan penjabaran di atas penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Sosialisasi dan Edukasi Manfaat Produk Perbankan Syariah terhadap Preferensi Masyarakat dalam Memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Bagan Asahan Kecamatan Tanjung Balai Asahan)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas bahwa dapat ditarik identifikasi masalah:

1. Masyarakat Bagan Asahan Kecamatan Tanjung Balai Asahan kurang mendapatkan sosialisasi mengenai manfaat produk bank syariah.
2. Edukasi mengenai manfaat produk bank syariah jarang dilakukan.
3. Preferensi masyarakat selama ini lebih memilih produk bank konvensional daripada produk bank syariah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka dapat disusun rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah sosialisasi produk perbankan berpengaruh terhadap preferensi masyarakat dalam memilih produk bank syariah?

2. Apakah edukasi manfaat produk perbankan berpengaruh terhadap preferensi masyarakat dalam memilih produk bank syariah?
3. Apakah sosialisasi dan edukasi secara simultan berpengaruh terhadap preferensi masyarakat dalam memilih produk bank syariah?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah sosialisasi produk perbankan berpengaruh terhadap preferensi masyarakat dalam memilih produk bank syariah?
2. Untuk mengetahui apakah edukasi manfaat produk perbankan berpengaruh terhadap preferensi masyarakat dalam memilih produk bank syariah?
3. Untuk mengetahui apakah sosialisasi dan edukasi berpengaruh secara simultan terhadap preferensi masyarakat dalam memilih produk bank syariah?

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan juga dapat menambah ilmu pengetahuan dan melatih penulis untuk dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh dari penelitian dalam kehidupan.

2. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan akan menjadi sumbangan pemikiran bagi peneliti selanjutnya.

3. Bagi pihak perusahaan

Hasil penelitian diharapkan memberikan sumbangan saran, pemikiran dan informasi yang bermanfaat yang berkaitan dengan preferensi sosialisasi dan edukasi manfaat produk bank syariah.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengkaji latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan, kegunaan, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini mengkaji teori-teori yang mendasari pembahasan secara detail yang digunakan dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang rancangan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, definisi operasional, data dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini berbasis hasil analisa dan pembahasan dari hasil penelitian berdasarkan pengaruh sosialisasi dan edukasi manfaat produk bank syariah terhadap preferensi masyarakat.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Sosialisasi

a. Pengertian Sosialisasi

Sosialisasi mencakup pemeriksaan mengenai lingkungan kultural lingkungan sosial dari masyarakat yang bersangkutan, interaksi sosial dan tingkah laku sosial. Berdasarkan hal tersebut, sosialisasi merupakan mata rantai paling penting di antara sistem-sistem sosial lainnya, karena dalam sosialisasi adanya keterlibatan individu-individu sama dengan kelompok-kelompok dalam satu sistem untuk berpartisipasi.

Pengertian sosialisasi menurut Charles R Wright yang dikutip oleh Sutaryo adalah “Proses ketika individu mendapatkan kebudayaan kelompoknya dan menginternalisasikan sampai tingkat tertentu norma-norma sosialnya, sehingga membimbing orang tersebut untuk memperhitungkan harapan-harapan orang lain”.¹

Sosialisasi merupakan proses belajar, pada dasarnya sifat manusia adalah tidak akan pernah puas untuk belajar sesuatu hal yang belum diketahuinya, seperti belajar norma-norma untuk dapat beradaptasi dengan lingkungan sosialnya, hal tersebut sejalan dengan pendapat Peter L Berger bahwa sosialisasi merupakan proses dengan mana seseorang belajar menjadi anggota masyarakat.

Berdasarkan uraian di atas terdapat persamaan mengenai sosialisasi, terletak pada objek dari sosialisasi yaitu masyarakat yang dilihat dari sudut hubungan antara manusia, dan proses yang timbul dari hubungan manusia di dalam masyarakat. Jadi, dalam sosialisasi terdapat interaksi antara manusia sebagai anggota kelompok. Timbulnya kelompok-kelompok dalam masyarakat ialah karena kedua sifat dari manusia yang bertentangan satu sama lain, disitu pihak ingin bekerjasama, di pihak lain cenderung untuk bersaing dengan

¹Sutaryo, *Dasar-Dasar Sosialisasi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2014), hlm.156

sesama manusia untuk dapat berkuasa. Kekuasaan merupakan kajian dan konsep dari politik mengenai hubungan sosialisasi.

Sosialisasi merupakan suatu proses bagaimana memperkenalkan sebuah sistem pada seseorang dan bagaimana orang tersebut menentukan tanggapan serta reaksinya. Sosialisasi ditentukan oleh lingkungan sosial, ekonomi dan kebudayaan dimana individu berada, selain itu juga ditentukan oleh interaksi pengalaman-pengalaman serta kepribadiannya.²

b. Jenis Sosialisasi

Sosialisasi apabila dikaitkan dengan prosesnya, terdapat jenis-jenis sosialisasi. Menurut Peter L Berger dan Luckman terdapat 2 jenis sosialisasi yaitu:

- a. Sosialisasi primer, sosialisasi pertama yang dijalani individu semasa kecil dengan belajar menjadi anggota masyarakat (keluarga). Sosialisasi ini berlangsung pada saat kanak-kanak.
- b. Sosialisasi sekunder, adalah suatu proses sosialisasi lanjutan setelah sosialisai primer yang memperkenalkan individu kedalam kelompok tertentu dalam masyarakat.³

Kedua proses tersebut berlangsung dalam institusi total, yaitu tempat tinggal dan tempat kerja. Dalam keduanya institusi tersebut, terdapat sejumlah individu dalam situasi yang sama, terpisah dari masyarakat luas dan jangka waktu tertentu, bersama-sama menjalani proses kehidupan dan diatur secara formal.

c. Syarat Terjadinya Sosialisasi

Sosialisasi merupakan system dalam kehidupan masyarakat yang sangat penting. Berdasarkan hal tersebut sosialisasi memberikan dua kontribusi fundamental bagi kehidupan masyarakat yaitu:

- 1) Memberikan dasar atau kondisi kepada individu bagi terciptanya partisipasi yang efektif dalam masyarakat.

²Sutaryo, *Dasar-Dasar Sosialisasi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2014), hlm. 230

³Sudarsono, *Pengantar Sosialisasi*, (wikipediaindonesia.melalui<http://id.wikipedia.org/wiki/sosialisasi> di akses [28/1/2020)

- 2) Memungkinkan lestarnya suatu masyarakat karena tanpa sosialisasi akan hanya ada satu generasi saja hingga kelestarian masyarakat akan sangat terganggu.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa melalui sosialisasi masyarakat dapat berpartisipasi untuk kepentingan hidupnya dan menciptakan generasi untuk kelestarian kehidupan selanjutnya. Selain itu, dapat factor lain yang menunjang proses sosialisasi yaitu faktor lingkungan, dimana didalamnya interaksi sosial. Selain factor lingkungan terdapat factor-faktor lain yang mempengaruhi sosialisasi, diantaranya adalah:

- a) Apa yang disosialisasikan, merupakan bentuk informasi yang akan diberikan kepada masyarakat berupa nilai-nilai, norma-norma dan peran.
- b) Bagaimana cara mensosialisasikan, melibatkan proses pembelajaran.
- c) Siapa yang mensosialisasikan, institusi, media massa, individu dan kelompok.

Agen sosialisasi merupakan peran utama dalam keberhasilan proses sosialisasi untuk menyebarkan atau menanamkan nilai-nilai dan norma-norma yang terletak dalam materi sosialisasi. Keberhasilan terdapat ditentukan oleh mekanisme yang terencana dan digambarkan dalam pola proses sosialisasi yang baik. Apabila proses-proses tersebut dapat tersusun maka penyebaran informasi mengenai materi sosialisasi dapat dengan tepat disampaikan kesasaran sosialisasi.

2. Edukasi

a. Nilai-nilai Edukasi

Nilai-nilai Pendidikan (edukasi) adalah suatu nilai yang dapat diambil dari sebuah sikap atau perilaku dalam media. Dalam hal ini lebih kepada iklan Nutrilon Royal 3-*Life Is An Adventure* yang menjadi fokus penelitian dari peneliti. Adapun kriteria manusia yang baik dalam iklan Nutrilon Royal 3-*Life Is An Adventure* secara umum adalah nilai-nilai sosial tertentu, yang banyak dipengaruhi oleh budaya masyarakat. Oleh karena itu, hakikat dari nilai-nilai

pendidikan dalam konteks pendidikan di Indonesia adalah pendidikan nilai, yakni pendidikan nilai-nilai luhur yang bersumber dari budaya bangsa Indonesia sendiri, dalam rangka membina kepribadian generasi muda.⁴

b. Pengertian Nilai

Pepper mengatakan bahwa nilai adalah segala sesuatu tentang yang baik atau yang buruk. Sejalan dengan pengertian tersebut, Soelaeman juga menambahkan bahwa nilai adalah sesuatu yang dipentingkan manusia sebagai subjek, menyangkut segala sesuatu yang baik atau yang buruk, sebagai abstraksi, pandangan atau maksud dari berbagai pengalaman dalam seleksi perilaku yang ketat.

Darmodiharjo mengungkapkan nilai merupakan sesuatu yang berguna bagi manusia baik jasmani maupun rohani. Sedangkan Soekanto menyatakan, nilai-nilai merupakan abstraksi dari pengalaman-pengalaman pribadi seseorang dengan sesamanya. Nilai merupakan petunjuk-petunjuk umum yang telah berlangsung lama yang mengarahkan tingkah laku dan kepuasan dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, nilai dapat dikatakan sebagai sesuatu yang berharga, bermutu, menunjukkan kualitas dan berguna bagi manusia. Sesuatu itu bernilai berarti sesuatu itu berharga atau berguna bagi kehidupan manusia. Persahabatan sebagai nilai (positif/baik) tidak akan berubah esensinya manakala ada pengkhianatan antara dua yang bersahabat. Artinya nilai adalah suatu ketetapan yang ada bagaimanapun keadaan di sekitarnya berlangsung.

Dari beberapa pendapat tersebut di atas pengertian nilai dapat disimpulkan sebagai sesuatu yang positif dan bermanfaat dalam kehidupan manusia dan harus dimiliki setiap manusia untuk dipandang dalam kehidupan bermasyarakat. Nilai di sini dalam konteks etika (baik dan buruk), logika (benar dan salah), estetika (indah dan jelek).

⁴Rohmat Mulyana, *Mengartikulasikan pendidikan nilai* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 22

c. Pengertian Edukasi (Pendidikan)

Edukasi disini berarti sama dengan pendidikan. Pendidikan secara etimologis berasal dari bahasa Yunani “Paedogogike”, yang terdiri atas kata “Pais” yang berarti “Anak” dan kata “Ago” yang berarti “Aku membimbing”. *Paedogogike* berarti aku membimbing anak Hadi.

Purwanto juga menyatakan bahwa pendidikan berarti segala usaha orang dewasa dalam pergaulannya dengan anak-anak untuk memimpin perkembangan jasmani dan rohaninya ke arah kedewasaan. Hakikat pendidikan bertujuan untuk mendewasakan anak didik, maka seorang pendidik haruslah orang yang dewasa, karena tidak mungkin dapat mendewasakan anak didik jika pendidiknya sendiri belum dewasa. Adler mengartikan pendidikan sebagai proses dimana seluruh kemampuan manusia dipengaruhi oleh pembiasaan yang baik untuk membantu orang lain dan dirinya sendiri mencapai kebiasaan yang baik.

Berdasarkan dari beberapa pendapat di atas dapat dirumuskan bahwa **nilai pendidikan (edukasi)** merupakan batasan segala sesuatu yang mendidik ke arah kedewasaan, bersifat baik maupun buruk sehingga berguna bagi kehidupannya yang diperoleh melalui proses pendidikan. Proses pendidikan bukan berarti hanya dapat dilakukan dalam satu tempat dan suatu waktu. Dihubungkan dengan eksistensi dan kehidupan manusia, nilai-nilai pendidikan diarahkan pada pembentukan pribadi manusia sebagai makhluk individu, sosial, religius dan berbudaya.

d. Macam-macam Nilai Pendidikan (Edukasi)

Sebagai bagian dari karya seni, film maupun iklan mempunyai berbagai unsur-unsur layaknya karya seni yang lain semacam lagu ataupun novel. Sebagai karya seni, film ataupun iklan mengandung pesan atau nilai-nilai yang mampu mempengaruhi perilaku seseorang. Adapun nilai-nilai pendidikan yang dapat ditemukan dalam film ataupun iklan adalah sebagai berikut.⁵

⁵Griya Wardani, “Nilai-nilai Pendidikan” dalam <http://griyawardani.wordpress.com/2011/05/19/nilai-nilai-pendidikan/>

1. Nilai Edukasi Religius

Religi merupakan suatu kesadaran yang menggejala secara mendalam dalam lubuk hati manusia sebagai *human nature*. Religi tidak hanya menyangkut segi kehidupan secara lahiriah melainkan juga menyangkut keseluruhan diri pribadi manusia secara total dalam integrasinya hubungan ke dalam keesaan Tuhan. Nilai-nilai religius bertujuan untuk mendidik agar manusia lebih baik menurut tuntunan agama dan selalu ingat kepada Tuhan. Nilai-nilai religius yang terkandung dalam karya seni dimaksudkan agar penikmat karya tersebut mendapatkan renungan-renungan batin dalam kehidupan yang bersumber pada nilai-nilai agama. Nilai-nilai religius dalam seni bersifat individual dan personal.

Semi juga menambahkan, kita tidak mengerti hasil-hasil kebudayaanya, kecuali bila kita paham akan kepercayaan atau agama yang mengilhaminya. Religi lebih pada hati, nurani dan pribadi manusia itu sendiri. Dari beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai religius yang merupakan nilai kerohanian tertinggi dan mutlak serta bersumber pada kepercayaan atau keyakinan manusia.

2. Nilai Edukasi Moral

Moral merupakan makna yang terkandung dalam karya seni, yang disaratkan lewat cerita. Moral dapat dipandang sebagai tema dalam bentuk yang sederhana, tetapi tidak semua tema merupakan moral menyatakan bahwa, moral merupakan kemampuan seseorang membedakan antara yang baik dan yang buruk. Nilai moral yang terkandung dalam karya seni bertujuan untuk mendidik manusia agar mengenal nilai-nilai etika merupakan nilai baik buruk suatu perbuatan, apa yang harus dihindari, dan apa yang harus dikerjakan, sehingga tercipta suatu tatanan hubungan manusia dalam masyarakat yang dianggap baik, serasi dan bermanfaat bagi orang itu, masyarakat, lingkungan dan alam sekitar. Uzey berpendapat bahwa nilai moral adalah suatu bagian dari nilai, yaitu nilai yang menangani kelakuan baik atau buruk dari manusia. Moral selalu berhubungan dengan nilai, tetapi tidak semua nilai adalah nilai moral. Moral

berhubungan dengan kelakuan atau tindakan manusia. Nilai moral inilah yang lebih terkait dengan tingkah laku kehidupan manusia sehari-hari.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa nilai pendidikan moral menunjukkan peraturan-peraturan tingkah laku dan adat istiadat dari seorang individu dari suatu kelompok yang meliputi perilaku.

3. Nilai Edukasi Sosial

Kata “sosial” berarti hal-hal yang berkenaan dengan masyarakat/kepentingan umum. Nilai pendidikan sosial merupakan hikmah yang dapat diambil dari perilaku sosial dan tata cara hidup sosial. Perilaku sosial berupa sikap seseorang terhadap peristiwa yang terjadi di sekitarnya yang ada hubungannya dengan orang lain, cara berpikir dan hubungan sosial bermasyarakat antar individu. Nilai pendidikan sosial yang ada dalam karya seni dapat dilihat dari cerminan kehidupan masyarakat yang diinterpretasikan. Nilai pendidikan sosial akan menjadikan manusia sadar akan pentingnya kehidupan berkelompok dalam ikatan kekeluargaan antara satu individu dengan individu lainnya.

Nilai pendidikan sosial mengacu pada hubungan individu dengan individu yang lain dalam sebuah masyarakat. Bagaimana seseorang harus bersikap, bagaimana cara mereka menyelesaikan masalah, dan menghadapi situasi tertentu juga termasuk dalam nilai sosial. Dalam masyarakat Indonesia yang sangat beraneka ragam coraknya, pengendalian diri adalah sesuatu yang sangat penting untuk menjaga keseimbangan masyarakat. Sejalan dengan tersebut, nilai sosial dapat diartikan sebagai landasan bagi masyarakat untuk merumuskan apa yang benar dan penting, memiliki ciri-ciri tersendiri dan berperan penting untuk mendorong dan mengarahkan individu agar berbuat sesuai norma yang berlaku.

Uzey juga berpendapat bahwa nilai pendidikan sosial mengacu pada pertimbangan terhadap suatu tindakan benda, cara untuk mengambil keputusan apakah sesuatu yang bernilai itu memiliki kebenaran, keindahan dan nilai ketuhanan. Jadi nilai pendidikan sosial dapat disimpulkan sebagai kumpulan sikap dan perasaan yang diwujudkan melalui perilaku yang mempengaruhi perilaku seseorang yang memiliki nilai tersebut. Nilai

pendidikan sosial juga merupakan sikap-sikap dan perasaan yang diterima secara luas oleh masyarakat dan merupakan dasar untuk merumuskan apa yang benar dan apa yang penting.

4. Nilai Edukasi Budaya

Nilai-nilai budaya merupakan sesuatu yang dianggap baik dan berharga oleh suatu kelompok masyarakat atau suku bangsa yang belum tentu dipandang baik pula oleh kelompok masyarakat atau suku bangsa lain sebab nilai budaya membatasi dan memberikan karakteristik pada suatu masyarakat dan kebudayaannya. Nilai budaya merupakan tingkat yang paling abstrak dari adat, hidup dan berakar dalam alam pikiran masyarakat, dan sukar diganti dengan nilai budaya lain dalam waktu singkat.

Uzey berpendapat mengenai pemahaman tentang nilai budaya dalam kehidupan manusia diperoleh karena manusia memaknai ruang dan waktu. Makna itu akan bersifat intersubjektif karena ditumbuhkembangkan secara individual, namun dihayati secara bersama, diterima dan disetujui oleh masyarakat hingga menjadi latar budaya yang terpadu bagi fenomena yang digambarkan.

Sistem nilai budaya merupakan inti kebudayaan, sebagai intinya ia akan mempengaruhi dan menata elemen-elemen yang berada pada struktur permukaan dari kehidupan manusia yang meliputi perilaku sebagai kesatuan gejala dan benda-benda sebagai kesatuan material. Sistem nilai budaya terdiri dari konsepsi-konsepsi yang hidup dalam alam pikiran sebagian besar warga masyarakat, mengenai hal-hal yang harus mereka anggap amat bernilai dalam hidup. Karena itu, suatu sistem nilai budaya biasanya berfungsi sebagai pedoman tertinggi bagi kelakuan manusia.

Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa sistem nilai pendidikan budaya merupakan nilai yang menempati posisi sentral dan penting dalam kerangka suatu kebudayaan yang sifatnya abstrak dan hanya dapat diungkapkan atau dinyatakan melalui pengamatan pada gejala-gejala yang lebih nyata seperti tingkah laku dan benda-benda material sebagai hasil dari penuangan konsep-konsep nilai melalui tindakan berpola.

Pembagian nilai yang melahirkan tiga kategori nilai; nilai subyektif, nilai obyektif rasional, dan nilai obyektif metafisik, masing-masing menunjuk pada sifat nilai. Nilai Subyektif adalah nilai yang merupakan reaksi subyek terhadap obyek, hal ini tergantung kepada masing-masing pengalaman subyek tersebut. Nilai obyektif rasional adalah nilai yang merupakan esensi dari obyek secara logis yang dapat diketahui melalui akal sehat. Sedangkan nilai obyektif metafisik adalah nilai yang ternyata mampu menyusun kenyataan obyektif, seperti nilai-nilai agama.⁶

3. Produk Bank Syariah

Produk umum perbankan syari'ah merupakan penabungan berkenaan cara penghimpunan dan penyaluran dana yang dilakukan oleh bank syari'ah seperti yang telah diuraikan. Dalam sistem perbankan syari'ah, terdapat beberapa produk yang telah dioperasikan atau diaplikasikan dalam kehidupan sosial ekonomi masyarakat.

Namun demikian, terdapat sejumlah produk perbankan syari'ah yang belum diterapkan karena beberapa alasan. Namun, telah diterapkan di beberapa Negara yang mayoritas berpenduduk muslim. Produk-produk perbankan syari'ah yang telah mendapat rekomendasi dari Dewan Syariah Nasional untuk dijalankan antara lain sebagai berikut:⁷

a. *Mudharabah*

Mudharabah berasal dari kata *dharb* yang artinya memukul. Atau lebih tepatnya adalah proses seseorang dalam menjalankan suatu usaha. Secara teknis, *mudharabah* adalah sebuah akad kerja sama antara pihak dimana pihak pertama (*shahib al mal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola.⁸ Keuntungan usaha secara *mudharabah*, dibagi menurut kesepakatan yang diuntungkan dalam kontrak. Apabila rugi, ditanggung oleh pemilik modal selama bukan akibat kelalaian si pengelola.

⁶ Amir Daien Indrakusuma. *Pengantar Ilmu Pendidikan*. Surabaya (Surabaya: Usaha Nasional, 2014), hlm. 24

⁷ Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2007), hlm. 40-45

⁸ [www. bapepam.go.id/syari'ah/fatwa/index.html](http://www.bapepam.go.id/syari'ah/fatwa/index.html)

b. *Murabahah*

Murabahah merupakan salah satu produk perbankan syari'ah baik kegiatan usaha yang bersifat produktif maupun bersifat konsumtif. *Murabahah* adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati antara pihak penjual dengan pihak pembeli.⁹ Perbedaannya dengan riba ialah kalau riba bunga atau keuntungan yang jumlahnya sama dengan pokok pinjaman atau lebih.¹⁰ Riba berasal dari rab-a yang artinya menambah atau melebihi sementara ribh berasal dari akar rabiha yang artinya memperoleh atau keuntungan. Tentu saja ayat di atas menjelaskan bahwa keuntungan bukanlah satu bentuk riba.¹¹

c. *Musyarokah*

Musyarokah adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu. Dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.¹²

d. *Wadiah*

Wadiah dalam tradisi fiqih Islam, dikenal dengan prinsip titipan atau simpanan. *Wadiah* juga diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain. Dapat dikatakan bahwa sifat dari *wadiah* menjadi produk perbankan syari'ah berbentuk giro yang merupakan titipan murni (*yad dhomanah*).¹³

e. *Ijarah*

Ijarah adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri. *Ijarah* juga dapat diartikan *lase contract* dan juga *hire contract*. Karena itu, *ijarah* dalam konteks perbankan syari'ah adalah suatu *lase contract*. *Lase contract* adalah suatu lembaga keuangan menyewakan peralatan, baik dalam bentuk sebuah bangunan maupun barang, seperti mesin-mesin, pesawat terbang dan lain-lain.¹⁴

f. *Qord Al-Hasan*

⁹ www.bapepam.go.id/syari'ah/fatwa/index.html

¹⁰ Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Pustaka Alfabeta, 2016), hlm 68

¹¹ Mervin K. levis, *Perbankan Syariah*, Serambi. hlm 57

¹² www.bapepam.go.id/syari'ah/fatwa/index

¹³ www.bapepam.go.id/syari'ah/fatwa/index.html,

¹⁴ www.Bapepam.go.id/syari'ah/fatwa/index

Qord Al-Hasan dalam operasional perbankan syari'ah merupakan salah satu produk yang ditawarkan dari segi pembiayaan. *Qord ak-hasan* adalah suatu pinjaman lunak yang diberikan atas dasar kewajiban sosial semata-mata. Dalam hal ini, peminjaman tidak dituntut untuk mengembalik apapun kecuali modal pinjaman. Namun, nabi Muhammad SAW mengalahkan agar para sahabat memberikan *profite* sebagai terimakasih kepada orang yang telah meminjamkan.¹⁵

4. Preferensi

Menurut Kotler preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk jasa yang ada.¹⁶ Preferensi merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu.¹⁷ Preferensi juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk, barang atau jasa yang dikonsumsi.

Sedangkan menurut Andi Mappiare definisi preferensi adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.¹⁸

Dalam kajian ekonomi, Ada empat prinsip pilihan rasional yaitu:¹⁹

a. Kelengkapan (*Completeness*)

Prinsip ini mengatakan bahwa setiap individu selalu dapat menentukan keadaan mana yang lebih disukainya diantara dua keadaan. Konsumen dapat membandingkan dan menilai semua produk yang ada. Bila A dan B ialah dua keadaan produk yang berbeda, maka individu selalu dapat menentukan secara tepat satu diantara kemungkinan yang ada. Dengan kata lain, untuk setiap dua jenis produk A dan B, konsumen akan lebih suka A dari pada B, lebih suka B daripada A, suka akan kedua-duanya, atau tidak suka akan kedua-duanya. Preferensi ini mengabaikan faktor biaya dalam mendapatkannya.

¹⁵www.bapepam.go.id/syari'ah/fatwa/index.html

¹⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Prehalindo, Jakarta, Cet Ke-10, 2010, h. 154.

¹⁷ Poerwadaminta, W.J.S., *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, Edisi III, 2016, h. 769.

¹⁸ Andi Mappiare, *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan*, Surabaya, Usana Offsetprinting, 2014, h. 62.

¹⁹ Nur Rianto Al Arif, *Teori Mikroekonomi*, Kencana, Jakarta, 2010, h. 110

b. Transivitas (*Transivity*)

Prinsip ini, menerangkan mengenai konsistensi seseorang dalam menentukan dan memutuskan pilihannya bila dihadapkan oleh beberapa alternatif pilihan produk. Dimana jika seorang individu mengatakan bahwa “produk A lebih disukai daripada produk B” dan “produk B lebih disukai daripada produk C”, maka ia pasti akan mengatakan bahwa “produk A lebih disukai daripada produk C”. Prinsip ini sebenarnya untuk memastikan adanya konsistensi internal di dalam diri individu dalam hal pengambil keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa pada setiap alternatif pilihan seorang individu akan selalu konsisten dalam memutuskan preferensinya atas suatu produk dibandingkan dengan produk lain.

c. Kontinuitas (*Continuity*)

Prinsip ini menjelaskan bahwa jika seorang individu mengatakan “produk A lebih disukai daripada produk B”, maka setiap keadaan yang mendekati produk A pasti juga akan lebih disukai daripada produk B. jadi ada suatu kekonsistenan seorang konsumen dalam memilih suatu produk yang akan dikonsumsinya.

d. Lebih Banyak Lebih Baik (*The More Is The Better*)

Prinsip ini menjelaskan bahwa jumlah kepuasan akan meningkat, jika individu mengonsumsi lebih banyak barang atau produk tersebut. Sehingga konsumen cenderung akan selalu menambah konsumsinya demi kepuasan yang akan didapat.

3) Faktor yang Mempengaruhi Preferensi

Menurut Nugroho J. Setiadi, preferensi terhadap barang dan jasa dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu:²⁰

²⁰Nugroho, J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Kencana Prenada Meida Group, Jakarta, Cet-Ke 5, 2013, h. 10

a. Faktor-faktor kebudayaan

- 2) Kebudayaan, Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari. Seorang anak yang sedang tumbuh mendapatkan seperangkat nilai, preferensi, preferensi dan perilaku melalui suatu proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan lembaga-lembaga sosial penting lainnya. Seorang anak yang dibesarkan di Amerika akan terbuka dengan nilai-nilai: prestasi dan keberhasilan, kegiatan efisiensi dan kepraktisan, kemajuan, kenyamanan di luar, kemanusiaan dan jiwa muda.
- 3) Subbudaya, setiap kebudayaan terdiri dari subbudaya-subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Subbudaya dapat dibedakan menjadi empat jenis: kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan area geografis.
- 4) Kelas sosial, kelas-kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat yang tersusun secara hierarki dan yang keanggotaannya mempunyai nilai, minat dan perilaku serupa.

b. Faktor-faktor sosial

- 1) Kelompok referensi, kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Beberapa di antaranya *kelompok primer*, yang dengan adanya interaksi yang cukup berkesinambungan, seperti: keluarga, teman, tetangga dan teman sejawat. *Kelompok sekunder*, yang cenderung lebih resmi dan yang mana interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan. Kelompok yang seseorang ingin menjadi anggotanya disebut kelompok aspirasi. Sebuah kelompok diasosiatif (memisahkan diri) adalah

sebuah kelompok yang dinilai atau perilakunya tidak disukai oleh individu.

- 2) Keluarga, kita dapat membedakan dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yang pertama ialah *Keluarga orientasi*, yang merupakan orang tua seseorang. Dari orang tua seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta. *Keluarga prokreasi*, yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli yang konsumen yang paling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara intensif.
- 3) Peran dan Status, seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status.

c. Faktor Pribadi

- 1) Umur dan tahapan dalam siklus hidup, konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Beberapa penelitian terakhir telah mengidentifikasi tahapan-tahapan dalam siklus hidup psikologis. Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.
- 2) Pekerjaan, para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata, terhadap produk dan jasa tertentu.
- 3) Gaya hidup, gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang di ekspresikan oleh kegiatannya, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan “seseorang secara keseluruhan” yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang.

- 4) Kepribadian dan konsep diri, yang dimaksud dengan kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dan setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten.

d. Faktor-Faktor Psikologis

- 1) Motivasi, beberapa kebutuhan biogenik, kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu, seperti: rasa lapar, haus, resah tidak nyaman. Adapun kebutuhan lain bersifat psikogenik, yaitu kebutuhan yang timbul dari keadaan fisiologis tertentu, seperti kebutuhan untuk diakui, kebutuhan harga diri atau kebutuhan diterima.

Motivasi berasal dari bahasa latin *movere* yang artinya menggerakkan. Seorang konsumen tergerak membeli suatu produk karena ada sesuatu yang menggerakkan. Proses timbulnya dorongan sehingga konsumen tergerak membeli suatu produk itulah yang disebut motivasi. Sedangkan yang memotivasi untuk membeli namanya motif.

Menurut Jeffrey, et al (2016) proses motivasi terjadi karena adanya kebutuhan, keinginan maupun harapan yang tidak terpenuhi yang menyebabkan timbulnya ketegangan. Pada tingkat tertentu ketegangan ini akan berubah menjadi hasrat yang mendorong individu melakukan suatu perilaku tertentu guna memenuhi kebutuhan, keinginan dan hasratnya tersebut. Proses lengkap mengenai motivasi terdapat unsur-unsur yang terlibat dalam proses motivasi meliputi:

a) Kebutuhan

Setiap konsumen memiliki berbagai ragam kebutuhan yang antar individu bisa berbeda-beda. Kebutuhan ini ada yang bersifat fisiologik dan tidak dipelajari, tetapi ada juga yang bersifat dipelajari. Kebutuhan yang sifatnya fisiologik dan tidak dipelajari antara lain kebutuhan akan makanan, udara, air dan pakaian. Kebutuhan yang dipelajari antara lain penghargaan diri, prestise, kekuasaan dan lain-lain.

b) Perilaku

Perilaku merupakan aktivitas yang dilakukan individu dalam usaha memenuhi kebutuhan. Perilaku ini dapat di amati dalam bentuk pengambilan keputusan, pemilihan merek dan penolakan terhadap suatu produk.

c) Tujuan

Tujuan merupakan sesuatu yang akan dicapai oleh konsumen sebagai hasil atas tindakan yang dilakukan. Tujuan yang dipilih oleh konsumen dipengaruhi oleh faktor pengalaman pribadi, kapasitas fisik, norma-norma dan nilai-nilai budaya yang ada serta kemampuannya untuk mencapai tujuannya tersebut.

- 2) Preferensi, preferensi didefinisikan sebagai proses di mana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan, masukan informasi, untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini.
- 3) Proses belajar, proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.
- 4) Kepercayaan dan sikap, kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.

B. Penelitian Terdahulu

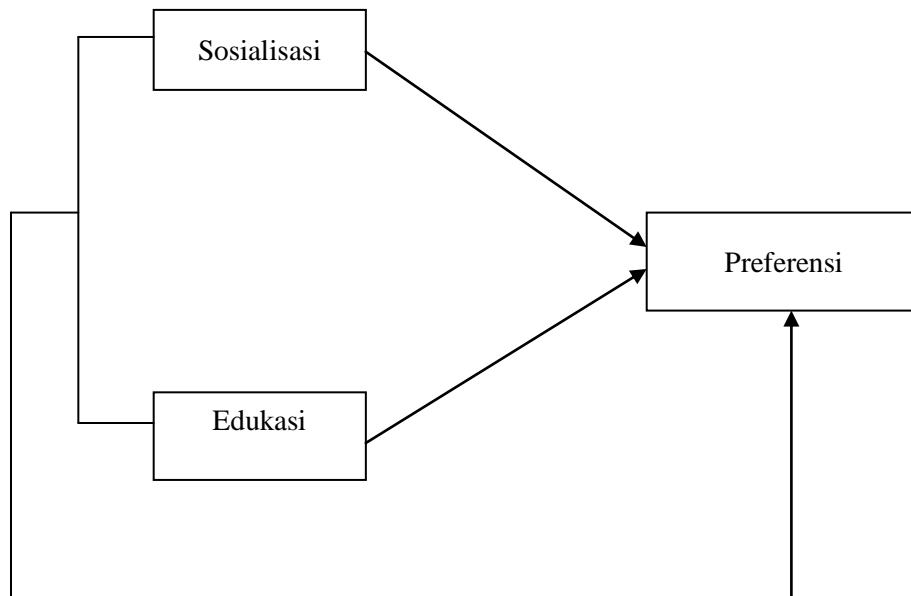
Nama Peneliti	Judul	Hasil
Dewi Andriani	Preferensi Masyarakat Kota Medan Terhadap Bank Syariah	Pengetahuan masyarakat Medan terhadap perbankan syariah cukup baik, dengan nilai rata-rata 62,60% untuk jawaban ya, dan 37,40% untuk jawaban tidak. Sikap masyarakat Medan terhadap perbankan syariah cukup baik, dengan nilai rata-rata 70,14% untuk jawaban ya, dan 29,86% untuk jawaban tidak. Ada hubungan positif dan signifikan pengetahuan dengan keputusan penerimaan terhadap perbankan

		syariah, dengan nilai korelasi (r) 0,314; koefisien determinasi (r^2) 0,099; dan probabilitas (sig) $0,01 < \alpha < 0,05$.
Erniwati	Analisis Pemahaman Nasabah Terhadap Produk Bank Syariah Muamalat Indonesia KCP Gajah Mada Medan	Nasabah hanya memahami produk-produk yang mereka gunakan saja, pihak bank kurang melakukan sosialisasi tentang produk yang mereka tawarkan sehingga nasabah tidak teralupaham terhadap produk – produk yang ditawarkan bank
Hamzah Gufro	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam produk Qardh dengan gadai emas di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan	Jumlah promosi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam produk Qardh dengan gadai emas PT. Bank Sumut Syariah Cabang Medan
Hani Werdi	Model Inovasi Produk Perbankan Syariah di Indonesia	Dengan pengembangan produk baru melalui proses peningkatan jaringan (WGPS), pemenuhan ketentuan syariah, pencapaian stabilitas keuangan, serta perbaikan dalam aktivitas inovasi produk, bank syariah akan mampu menarik minat masyarakat, dan memperoleh customer based baru
Jaka Susila	Fiduciary dalam Produk-Produk Perbankan Syariah	Fiduciary merupakan fleksibilitas yang dapat dipraktekkan dalam loan mudharabah dalam bentuk kafalah ataupun dhoman.

Persamaan dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini sama-sama dilaksanakan di bank syariah. Sedangkan perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini memiliki variabel yang berbeda yaitu sosialisasi, edukasi dan preferensi.

C. Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka pemikiran dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar II.1
Kerangka Berfikir

D.Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan atau jawaban sementara dari pertanyaan yang ada pada perusahaan masalah penelitian. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Ada pengaruh sosialisasi produk perbankan syariah terhadap terhadap preferensi masyarakat dalam memilih produk bank syariah
2. Ada pengaruh edukasi manfaat produk perbankan syariah terhadap terhadap preferensi masyarakat dalam memilih produk bank syariah
3. Ada pengaruh sosialisasi dan edukasi secara simultan manfaat produk perbankan syariah terhadap preferensi masyarakat dalam memilih produk bank syariah

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini penulis menggunakan pendekatan asosiatif. Penelitian asosiasif merupakan penelitian yang digunakan dan atau lebih variabel satu dengan variabel lain. Alasan peneliti memiliki asosiatif sebagai metode penelitian disebabkan dalam penelitian ini mempunyai hubung antar variabel yang satu dengan variabel lain.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi yang diambil sebagai obyek penelitian penulis adalah Bagan Asahan Kecamatan Tanjung Balai Asahan.

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian akan dilakukan pada bulan November 2019 sampai Maret 2020.

**Tabel 3.1
Pelaksanaan Waktu Penelitian**

Proses penelitian	Bulan/Mingguan																			
	November 2019				Desember 2019				Januari 2020				Februari 2020				Maret 2020			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan judul	■																			
Penyusunan skripsi		■	■	■	■	■	■	■												
Bimbingan skripsi					■	■	■	■	■	■	■	■								
Seminar skripsi													■							
Skripsi													■	■	■	■				
ACC Skripsi																		■		
Sidang Meja Hijau																			■	

C. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah masyarakat Bagan Asahan Kecamatan Tanjung Balai Asahan adalah 18.318 jiwa.

Pengambilan sampel yang dilakukan adalah menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Di mana:

n = sampel

N = populasi

e = error

Dengan jumlah populasi 18.318 orang, maka:

$$n = \frac{18318}{1 + 18318 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{18318}{1 + 18318 (0,01)}$$

$$n = \frac{18318}{1 + 183,18}$$

$$n = \frac{18318}{184,18}$$

$$n = 99,457 \approx 99$$

Dengan menggunakan rumus Slovin, diperoleh sampel sebanyak 99 orang.

D. Definisi Operasional

Adapun definisi operasional diberikan sebagai berikut:

No.	Variabel	Indikator	Skala
1	Sosialisasi (Sutaryo, 2014)	- Sosialisasi primer - Sosialisasi sekunder	Internal
2	Edukasi (Rohmat Mulyana, 2014)	- Edukasi religius - Edukasi moral - Edukasi sosial - Edukasi budaya	Internal
3	Preferensi masyarakat (Andi Mappiare, 2014)	- Faktor budaya - Faktor sosial - Faktor psikologis	Internal

E. Data dan Sumber Data

1. Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

- a. Data primer adalah data mentah yang diambil oleh peneliti sendiri (bukan orang lain) dari sumber utama guna kepentingan penelitiannya, dan data tersebut sebelumnya tidak ada.²¹ Yang menjadi data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari pihak Bagan Asahan Kecamatan Tanjung Balai Asahan. Data primer dilakukan dengan angket.
- b. Data sekunder adalah data yang merupakan pelengkap bagi data primer yang diperoleh dari sumber penelitian dengan mempelajari berbagai sumber dokumen. Sumber dan dokumen tersebut diperoleh dari objek penelitian yang memiliki relevansi. Adapun data sekunder dalam penelitian ini adalah data-data yang dikumpulkan selama penelitian.

2. Sumber Data

Adapun sumber data yang diambil dari penelitian ini adalah bersumber dari dokumentasi.

²¹ Juliandi Azuar dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2014), h. 66.

F. Teknik Pengumpulan Data

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

1. Angket (*Questioner*)

Angket adalah pengumpulan data dengan dengan membuat daftar pertanyaan dalam bentuk angket yang ditujukan kepada para masyarakat Bagan Asahan Kecamatan Tanjung Balai Asahan dengan menggunakan Skala likert dengan bentuk *checklist*, dimana setiap pertanyaan mempunyai opsi yaitu

Tabel III-2

Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mengambil data-data yang bersumber dari dokumen-dokumen yang berhubungan dengan data yang diteliti.

G. Teknik Analisis Data

1. Metode Regresi Linier

Analisis regresi linier digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut rumus untuk melihat analisis linier²²:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Preferensi masyarakat

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 277.

a	= Konstanta
b_1, b_2	= Besaran koefisien regresi dari variabel bebas
X_1	= Sosialisasi
X_2	= Edukasi

2. Asumsi Klasik

Hipotesis memerlukan uji asumsi klasik, karena model analisis yang dipakai adalah regresi linier. Asumsi klasik yang dimaksud terdiri dari:

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variable dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.

Kriteria pengambilan keputusannya adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat diantara variabel independen. Apabila terdapat korelasi antar variabel bebas, maka terjadi multikolinearitas, demikian juga sebaliknya. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factor*) antar variabel independen dan nilai *tolerance*. Batasan yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan $VIF > 10$.

c. Uji Heterokedastisitas

Pengujian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas sebaliknya jika varian berbeda maka disebut heterokedastisitas. Ada tidaknya heterokedastisitas dapat diketahui dengan melalui grafik scatterplot antar nilai prediksi variabel independen dengan nilai

residualnya. Dasar analisis yang dapat digunakan untuk menentukan heterokedastisitas adalah:

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik - titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji Secara Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara individual mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y).

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

- t = nilai t_{hitung}
 r_{xy} = korelasi xy yang ditemukan
 n = jumlah sampel

Bentuk pengujian adalah:

- a) $H_0: r_i = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).
- b) $H_0: r \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

b. Uji Simultan (Uji F)

$$Fh = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

- R^2 = koefisien korelasi ganda
 k = Jumlah variabel independen
 n = Jumlah anggota sampel

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F tabel

Bentuk pengujiannya adalah:

Ho: $\beta = 0$, tidak ada pengaruh antara variabel x dengan variabel y

Ho: $\beta \neq 0$, ada pengaruh antara variabel x dengan variabel y

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat yaitu dengan mengkuadratkan koefisien yang ditemukan yaitu dengan menggunakan rumus sebagai berikut²³:

$$D = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

D = Determinasi

R^2 = Nilai korelasi berganda

100% = Persentase Kontribusi

H. Pemeriksaan Keabsahan Temuan

Keabsahan temuan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan kriteria kredibilitas. Untuk mendapatkan data yang relevan, maka peneliti melakukan pengecekan keabsahan temuan hasil penelitian dengan cara:

a. Uji Validitas

Validitas berkenaan dengan tingkat kecermatan suatu instrument penelitian. Untuk mengukur validitas setiap butir pertanyaan maka digunakan teknik korelasi *product moment*, yaitu²⁴:

$$r_{xy} = \frac{n \cdot \sum x_i y_i - \left(\sum x_i \right) \left(\sum y_i \right)}{\sqrt{\left[n \sum x_i^2 - \left(\sum x_i \right)^2 \right] \left[n \sum y_i^2 - \left(\sum y_i \right)^2 \right]}}$$

Keterangan:

n = banyaknya pasangan pengamatan

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 278.

²⁴ *Ibid*, h. 248

- Σx_i = jumlah pengamatan variabel x
 Σy_i = jumlah pengamatan variabel y
 (Σx_i^2) = jumlah kuadrat pengamatan variabel x
 (Σy_i^2) = jumlah pengamatan variabel y
 $(\Sigma x_i)^2$ = kuadrat jumlah pengamatan variabel x
 $(\Sigma y_i)^2$ = pengamatan jumlah variabel y
 $\Sigma x_i y_i$ = jumlah hasil kali variabel x dan y

Ketentuan apakah suatu butir instrumen valid tidak adalah melihat dari probabilitas koefisien korelasinya. Uji signifikan dilakukan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} dan nilai positif maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

Hipotesisnya adalah:

- $H_0: \rho = 0$ [tidak ada korelasi signifikan skor item dengan total skor (tidak valid)]
- $H_1: \rho \neq 0$ [ada korelasi signifikan skor item dengan total skor (valid)]

Kriteria penerimaan/penolakan hipotesisnya adalah sebagai berikut:

- Tolak H_0 jika nilai korelasi adalah positif dan probabilitas yang dihitung $<$ nilai probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05 (Sig 2-tailed $<$ α 0,05).
- Terima H_0 jika nilai korelasi adalah negatif dan atau probabilitas yang dihitung $>$ nilai probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05 (Sig 2-tailed $>$ α 0,05).

b. Uji Reliabilitas

Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk melihat apakah instrument yang handal dan dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas ini dengan menggunakan teknik *Cronbach Alpha* dengan rumus sebagai berikut²⁵:

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan:

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 257.

- r = Reliabilitas instrument (*cronbach alpha*)
 k = Banyaknya butir pertanyaan
 $\Sigma\sigma_b^2$ = Jumlah varians butir
 σ_1^2 = Varians Total

Dengan kriteria:

- a) Jika nilai *cronbach alpha* $\geq 0,6$ maka instrument variabel adalah reliabel (terpercaya).
- b) Jika nilai *cronbach alpha* $\leq 0,6$ maka instrument variabel tidak reliabel (tidak terpercaya).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Institusi

1. Sejarah Singkat Tanjung Balai

Berdasarkan sejarah, keberadaan Kota Tanjungbalai tidak dapat dipisahkan dengan kerajaan Asahan yang telah berdiri ± 392 tahun yang lalu. Tepatnya dengan penobatan Sultan Abdul Jalil sebagai raja pertama Kerajaan Asahan di Kampung Tanjung yang merupakan cikal bakal nama Tanjungbalai pada tahun 1620. Asal-usul nama Kota Tanjungbalai menurut cerita rakyat bermula dari sebuah balai yang ada disekitar ujung tanjung di muara sungai Silau dan aliran sungai Asahan. Lama – kelamaan balai tersebut semakin ramai disinggahi karena letaknya yang strategis sebagai bandar kecil tempat melintas bagi orang – orang yang ingin berpergian ke hulu sungai Silau dan sungai Asahan. Tempat itu kemudian dinamai “Kampung Tanjung” dan orang lazim menyebutnya “ Balai Di Tanjung”.

Foto udara Tanjungbalai pada tahun 1999-an

Foto udara Tanjungbalai pada tahun 1999-an

Tanggal 27 Desember yang merupakan hari mangkatnya Sultan Kerajaan Aceh Sultan Iskandar Muda yang merupakan ayahanda Sultan Abdul Jalil, telah dijadikan sebagai hari lahir Kota Tanjungbalai yang ditetapkan berdasarkan Surat Keputusan DPRD Kotamadya Tanjungbalai Nomor 4 / DPRD / TB / 1986 tanggal 25 Nopember 1986.

Kerajaan Asahan pernah diperintah oleh delapan orang raja sejak raja pertama Sultan Abdul Jalil pada tahun 1620 sampai dengan raja terakhir Sultan Syaibun Abdul Jalil Rahmadsyah pada tahun 1933. Raja terakhir mangkat pada tanggal 17 April 1980 di Medan dan dimakamkan di lingkungan Masjid Raya Tanjungbalai.

Di zaman penjajahan Belanda, pertumbuhan dan perkembangan Kota Tanjungbalai semakin meningkat dan strategis. Kota Tanjungbalai dijadikan sebagai Gementee berdasarkan Besluit G.G. tanggal 27 Juni 1917 dengan Stbl. 1917 Nomor 284. Hal ini sejalan dengan berdirinya perkebunan – perkebunan di daerah Asahan dan Sumatera Timur, seperti H.A.P.M, SIPEF, London Sumatera (Lonsum) dan lain-lain. Pembangunan jalur transportasi seperti jalan, jembatan dan jalur kereta api mempermudah akses ke Kota Tanjungbalai. Sehingga hasil-hasil dari perkebunan dapat dipasarkan dengan lancar ke luar negeri melalui pelabuhan Tanjungbalai. Maka Kota Tanjungbalai berkembang sebagai kota pelabuhan yang diperhitungkan di pantai timur Sumatera Utara.

Pembukaan kantor – kantor dagang berbagai maskapai Belanda di Tanjungbalai pada abad XX, seperti K.P.M., Borsumeij dan lain-lain, maka mulailah bangsa Eropa menetap di Kota Tanjungbalai. Asisten Resident van Asahan berkedudukan di Tanjungbalai yang jabatannya bertindak sebagai Walikota dan Ketua Dewan Kota (Voorzitter van den Gemeenteraad). Maka mulai saat itu Kota Tanjungbalai selain tempat kedudukan Raja, juga merupakan tempat kedudukan Asisten Resident.

Sejak kemerdekaan Republik Indonesia, keberadaan Kota Tanjungbalai sebagai daerah otonom ditetapkan berdasarkan Undang – Undang Nomor 9

Darurat Tahun 1956 (LN Tahun 1956 Nomor 60, TLN Nomor 1092) tentang Pembentukan Daerah Otonom Kota – Kota Kecil dalam Lingkungan Daerah Provinsi Sumatera Utara, nama Gementee Tanjungbalai diganti dengan Kota Kecil Tanjungbalai. Berdasarkan Surat Mendagri Nomor U.P.15/2/3 tanggal 18 September 1956, jabatan Walikota Tanjungbalai terpisah dari Bupati Asahan. Selanjutnya dengan Undang – Undang Nomor 1 Tahun 1957, nama Kota Kecil Tanjungbalai diganti menjadi Kotapraja Tanjungbalai.

Pelabuhan Tanjungbalai pada masa Hindia Belanda

Pelabuhan Tanjungbalai pada masa Hindia Belanda

Pada waktu Gementee Tanjungbalai didirikan tahun 1917, luas wilayah Kota Tanjungbalai hanya 106 Ha. Atas persetujuan Bupati Asahan melalui Maklumat Nomor 260 tanggal 11 Januari 1958, daerah – daerah yang dikeluarkan (menurut Stbl. 1917 Nomor 641) dikembalikan pada batas semula, sehingga luasnya menjadi $\pm 190 - 200$ Ha (± 2 km²). Berdasarkan Sensus penduduk tahun 1980, dengan luas wilayah 2 km² dan jumlah penduduk ± 40.000 jiwa (kepadatan penduduk ± 20.000 jiwa per km²), menjadikan Kota Tanjungbalai sebagai Kota terpadat di Asia Tenggara saat itu.

Selanjutnya dengan terbitnya PP Nomor : 11 Tahun 1984 (LN Tahun 1984 Nomor 12) tanggal 29 Maret 1984, maka oleh Gubernur Sumatera Utara atas nama Mendagri, pada tanggal 5 Januari 1985 telah meresmikan terbentuknya 2 (dua) Kecamatan di Kotamadya Dati II Tanjungbalai, yaitu Kecamatan Tanjungbalai Selatan dan Kecamatan Tanjungbalai Utara.

Kemudian berdasarkan PP Nomor 20 Tahun 1987 tentang Perubahan Batas Wilayah Kotamadya Dati II Tanjungbalai dengan Kabupaten Dati II

Asahan, serta Inmendagri Nomor 22 Tahun 1987 tentang Pelaksanaan PP Nomor 20 tahun 1987, maka luas wilayah Kota Tanjungbalai berubah menjadi 6.052 Ha dengan 5 Kecamatan 11 Kelurahan dan 19 Desa. Berdasarkan Perda Nomor 23 Tahun 2001 tentang Perubahan Status Desa menjadi Kelurahan di Wilayah Kota Tanjungbalai, 19 Desa tersebut telah diubah statusnya menjadi Kelurahan. Semenjak itulah di Kota Tanjungbalai terdapat 5 Kecamatan dengan 99 Kelurahan.

Kemudian berdasarkan Peraturan Daerah Kota Tanjungbalai Nomor 4 tahun 2005 telah ditetapkan pembentukan Kecamatan Datuk Bandar Timur sebagai hasil pemekaran Kecamatan Datuk Bandar. Selanjutnya berdasarkan Perda Kota Tanjungbalai Nomor 3 Tahun 2006 telah ditetapkan pembentukan Kelurahan Pantai Johor di Kecamatan Datuk Bandar. Dengan demikian sampai saat ini, Kota Tanjungbalai terdiri dari 6 Kecamatan dan 31 Kelurahan.

B. Deskripsi Karakteristik Responden

1. Deskripsi Data

Dalam penelitian ini, penulis menjadikan pengolahan data dalam bentuk angket yang terdiri dari 10 pernyataan untuk variabel X_1 , 10 pernyataan untuk variabel X_2 dan 10 pertanyaan untuk variabel Y , di mana yang menjadi variabel X_1 adalah sosialisasi manfaat produk perbankan syariah, yang menjadi variabel X_2 adalah edukasi manfaat produk perbankan syariah, yang menjadi variabel Y adalah preferensi masyarakat. Angket yang diberikan ini diberikan kepada 99 responden sebagai sampel penelitian dengan menggunakan *skala Likert* berbentuk tabel ceklis.

Tabel 4.1
Skala Pengukuran Likert

Pernyataan	Bobot
Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Pada tabel di atas berlaku baik di dalam menghitung variabel X_1 dan X_2 yaitu variabel bebas (terdiri dari variabel sosialisasi manfaat produk perbankan syariah, variabel edukasi manfaat produk perbankan syariah) maupun variabel Y yaitu variabel terikat (preferensi masyarakat). Dengan demikian skor angket dimulai dari skor 5 sampai 1.

Data-data yang telah diperoleh dari angket akan disajikan dalam bentuk kuantitatif dengan responden sebanyak 99 orang. Adapun dari ke-99 responden tersebut identifikasi datanya disajikan penulis sebagai berikut.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	44	44,44%
2	Perempuan	55	55,56%
	Jumlah	99	100,00%

Sumber: data diolah (2020)

Tabel di atas menjelaskan bahwa dari 99 responden yang diteliti, responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 44,44%, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 55,56%.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	19-29 tahun	46	46,46%
2	30-40 tahun	35	35,35%
3	41-51 tahun	18	18,18%
	Jumlah	99	100,00%

Sumber: data diolah (2020)

Tabel di atas menjelaskan bahwa dari 99 responden yang diteliti, responden yang berusia 19-29 tahun adalah sebanyak 46 orang (46,46%). Responden yang berusia 30-40 tahun adalah sebanyak 35 orang (35,35)%. Sedangkan responden yang berusia 41-51 tahun adalah sebanyak 18 orang (18,18%).

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	SMA	54	54,55%
2	D-3	34	34,34%
3	S-1	11	11,11%
	Jumlah	99	100,00%

Sumber: data diolah (2020)

Tabel di atas menjelaskan bahwa dari 99 responden yang diteliti, responden yang berpendidikan SMA adalah sebanyak 54 orang (54,55%). Responden yang berpendidikan D-3 adalah sebanyak 34 orang (34,34)%. Responden yang berpendidikan S-1 adalah sebanyak 11 orang (11,11%).

C. Penyajian Data

a. Variabel Preferensi masyarakat (Y)

Adapun hasil tabulasi data responden pada penelitian ini untuk variabel preferensi masyarakat diperoleh hasil data sebagai berikut:

Tabel 4.5
Skor Angket untuk Variabel Preferensi masyarakat (Y)

No. Per	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	57	57,58%	41	41,41%	1	1,01%	0	0,00%	0	0,00%	99	100%
2	70	70,71%	24	24,24%	5	5,05%	0	0,00%	0	0,00%	99	100%
3	52	52,53%	36	36,36%	11	11,11%	0	0,00%	0	0,00%	99	100%
4	55	55,56%	30	30,30%	14	14,14%	0	0,00%	0	0,00%	99	100%
5	43	43,43%	31	31,31%	25	25,25%	0	0,00%	0	0,00%	99	100%
6	50	50,51%	30	30,30%	16	16,16%	3	3,03%	0	0,00%	99	100%
7	44	44,44%	32	32,32%	14	14,14%	9	9,09%	0	0,00%	99	100%
8	44	44,44%	42	42,42%	11	11,11%	2	2,02%	0	0,00%	99	100%
9	39	39,39%	15	15,15%	32	32,32%	13	13,13%	0	0,00%	99	100%
10	48	48,48%	36	36,36%	15	15,15%	0	0,00%	0	0,00%	99	100%

Sumber: data diolah (2020)

b. Variabel Sosialisasi manfaat produk perbankan syariah (X₁)

Adapun hasil tabulasi data responden pada penelitian ini untuk variabel sosialisasi manfaat produk perbankan syariah diperoleh hasil data sebagai berikut:

Tabel 4.6
Skor Angket untuk Variabel Sosialisasi manfaat produk perbankan syariah (X₁)

No. Per	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	31	31,31%	24	24,24%	30	30,30%	14	14,14%	0	0,00%	99	100%
2	36	36,36%	24	24,24%	34	34,34%	5	5,05%	0	0,00%	99	100%
3	32	32,32%	19	19,19%	34	34,34%	14	14,14%	0	0,00%	99	100%
4	36	36,36%	23	23,23%	31	31,31%	9	9,09%	0	0,00%	99	100%
5	36	36,36%	20	20,20%	35	35,35%	8	8,08%	0	0,00%	99	100%
6	36	36,36%	21	21,21%	32	32,32%	10	10,10%	0	0,00%	99	100%
7	38	38,38%	20	20,20%	31	31,31%	10	10,10%	0	0,00%	99	100%
8	39	39,39%	22	22,22%	28	28,28%	10	10,10%	0	0,00%	99	100%
9	30	30,30%	17	17,17%	42	42,42%	10	10,10%	0	0,00%	99	100%
10	37	37,37%	23	23,23%	30	30,30%	9	9,09%	0	0,00%	99	100%

Sumber: data diolah (2020)

c. Variabel Edukasi manfaat produk perbankan syariah (X₂)

Adapun hasil tabulasi data responden pada penelitian ini untuk variabel lokasi diperoleh hasil data sebagai berikut:

Tabel 4.7
Skor Angket untuk Variabel Edukasi manfaat produk perbankan syariah (X₂)

No. Per	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	31	31,31%	28	28,28%	28	28,28%	12	12,12%	0	0,00%	99	100%
2	37	37,37%	24	24,24%	34	34,34%	4	4,04%	0	0,00%	99	100%
3	33	33,33%	22	22,22%	32	32,32%	12	12,12%	0	0,00%	99	100%
4	36	36,36%	23	23,23%	32	32,32%	8	8,08%	0	0,00%	99	100%
5	39	39,39%	21	21,21%	33	33,33%	6	6,06%	0	0,00%	99	100%
6	34	34,34%	25	25,25%	32	32,32%	8	8,08%	0	0,00%	99	100%
7	36	36,36%	24	24,24%	28	28,28%	11	11,11%	0	0,00%	99	100%
8	40	40,40%	23	23,23%	29	29,29%	7	7,07%	0	0,00%	99	100%
9	31	31,31%	21	21,21%	38	38,38%	9	9,09%	0	0,00%	99	100%
10	35	35,35%	24	24,24%	32	32,32%	8	8,08%	0	0,00%	99	100%

Sumber: data diolah (2020)

D. Analisis Data

2. Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal.

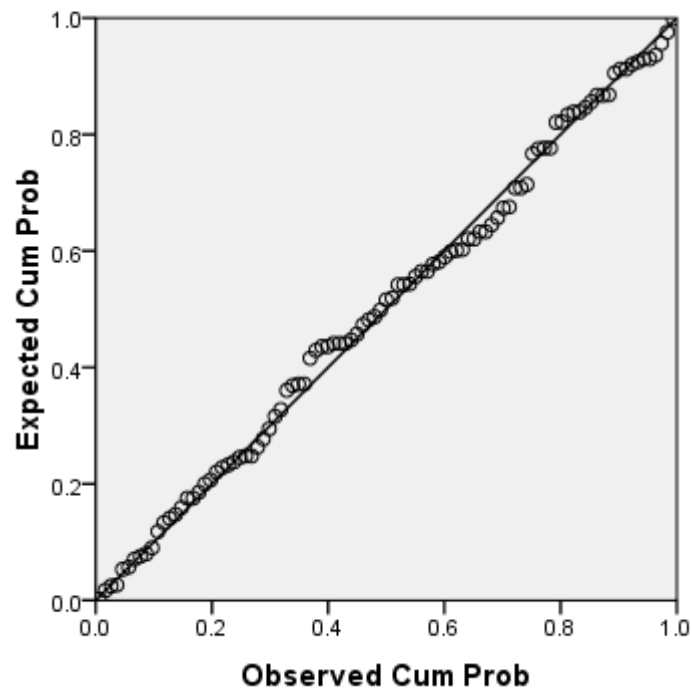
Kriteria pengujian²⁶:

- 1) Data berdistribusi normal apabila sebaran data mengikuti garis diagonal.
- 2) Data berdistribusi normal apabila sebaran data mengikuti garis diagonal.

²⁶ Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. (Semarang: Universitas Diponegoro, 2015), h. 117.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Y Preferensi Masyarakat



Gambar 4.1
Grafik Normalitas Data

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa data berdistribusi normal karena titik mengikuti data di sepanjang garis diagonal yaitu garis miring yang dimulai dari atas ke bawah.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji korelasi antara variabel independen. Jika terjadi korelasi maka ada gejala multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independennya.²⁷

Kriteria pengujian:

1. Adanya multikolinearitas bila nilai Tolerance < 0 atau nilai VIF > 10 .

²⁷ Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. (Semarang: Universitas Diponegoro, 2015), h. 118.

2. Tidak adanya multikolinearitas bila nilai Tolerance > 0 atau nilai VIF < 10 .

Tabel 4.8
Uji Multikolinearitas

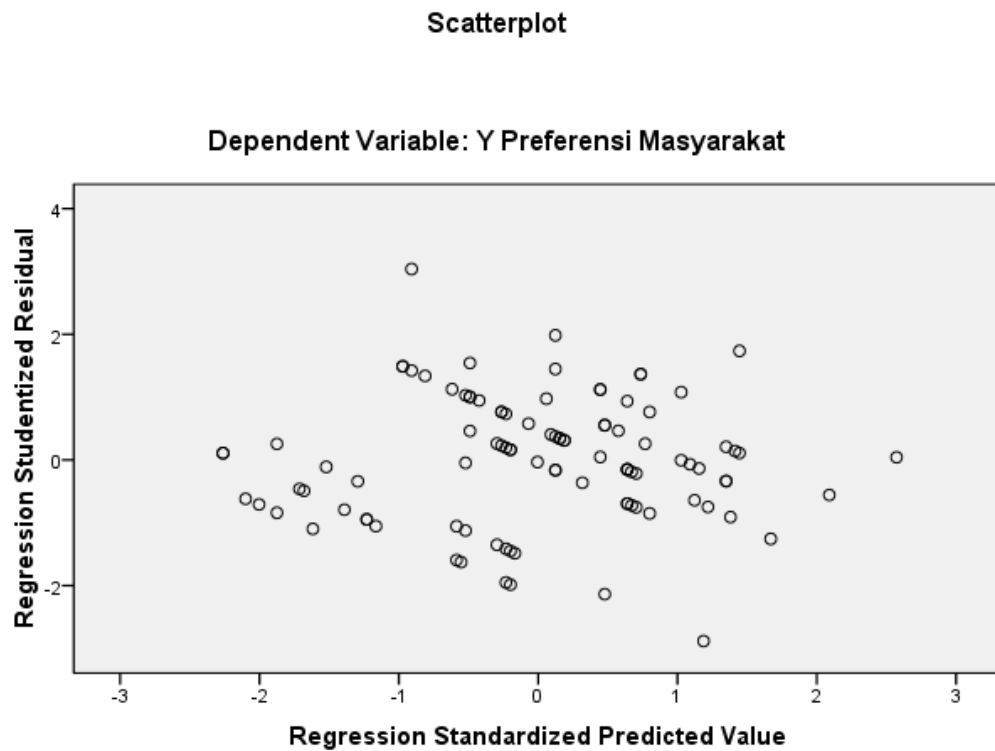
Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.212	3.104		4.900	.000		
	X1 Sosialisasi Manfaat Produk Perbankan Syariah	.061	.072	.067	2.838	.000	.791	1.264
	X2 Edukasi Manfaat Produk Perbankan Syariah	.608	.072	.680	8.446	.000	.791	1.264

a. Dependent Variable: Y Preferensi Masyarakat

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai toloerance di atas 0 dan nilai VIF < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan analisis grafik. Pada analisis grafik, suatu model regresi dianggap tidak mengalami heteroskedastisitas jika titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas dan tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y.



Gambar 4.2
Pengujian Heteroskedastisitas

Gambar di atas memperlihatkan titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk variabel independen maupun variabel bebasnya.

3. Regresi Linier Berganda

Adapun hasil pengolahan data melalui SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.212	3.104		4.900	.000		
	X1 Sosialisasi Manfaat Produk Perbankan Syariah	.061	.072	.067	2.838	.000	.791	1.264
	X2 Edukasi Manfaat Produk Perbankan Syariah	.608	.072	.680	8.446	.000	.791	1.264

a. Dependent Variable: Y Preferensi Masyarakat

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SPSS (2020)
Dari tabel di atas, maka model persamaan regresinya adalah:

$$Y = 15,212 + 0,061 X_1 + 0,608 X_2.$$

Keterangan:

Y = Preferensi masyarakat

X₁ = Sosialisasi manfaat produk perbankan syariah

X₂ = Edukasi manfaat produk perbankan syariah

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

- a. Variabel sosialisasi manfaat produk perbankan syariah dan edukasi manfaat produk perbankan syariah mempunyai arah koefisien yang bertanda positif terhadap preferensi masyarakat, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel tersebut.
- b. Koefisien sosialisasi manfaat produk perbankan syariah memberikan nilai sebesar 0,061 yang berarti bahwa semakin baik sosialisasi manfaat produk perbankan syariah maka preferensi masyarakat akan semakin meningkat.

- c. Koefisien edukasi manfaat produk perbankan syariah memberikan nilai sebesar 0,608 yang berarti bahwa semakin baik edukasi manfaat produk perbankan syariah maka preferensi masyarakat akan semakin meningkat.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji statistik t pada dasarnya bertujuan untuk menjelaskan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Dengan menggunakan program SPSS 16.0.

1). Pengaruh Sosialisasi manfaat produk perbankan syariah (X_1) terhadap Preferensi masyarakat (Y)

Tabel 4.10
Uji t Variabel X_1 terhadap Y
Coefficients^a

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	15.212	3.104		4.900	.000		
	X1 Sosialisasi Manfaat Produk Perbankan Syariah	.061	.072	.067	2.838	.000	.791	1.264
	X2 Edukasi Manfaat Produk Perbankan Syariah	.608	.072	.680	8.446	.000	.791	1.264

a. Dependent Variable: Y Preferensi Masyarakat

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SPSS (2020)

Dari data di atas dan pengolahan SPSS dapat diketahui:

$$t_{hitung} = 2,838$$

$$t_{tabel} = 1,661$$

Kriteria pengambilan keputusan (Azuar Juliandi & Irfan, 2013, hal. 39):

- a) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga variabel sosialisasi manfaat produk perbankan syariah berpengaruh terhadap preferensi masyarakat.
- b) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga variabel sosialisasi manfaat produk perbankan syariah tidak berpengaruh terhadap preferensi masyarakat.

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh antara sosialisasi manfaat produk perbankan syariah terhadap preferensi masyarakat diperoleh t_{hitung} (0,838) $> t_{tabel}$ (1,661), dengan taraf signifikan $0,002 < 0,05$. Nilai 0,838 lebih besar dari 1,661 menunjukkan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_a diterima (H_0 ditolak). Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara sosialisasi manfaat produk perbankan syariah terhadap preferensi masyarakat.

2). Pengaruh Edukasi manfaat produk perbankan syariah (X_2) terhadap Preferensi masyarakat (Y)

Tabel 4.11
Uji t Variabel X_2 terhadap Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.212	3.104		4.900	.000		
	X1 Sosialisasi Manfaat Produk Perbankan Syariah	.061	.072	.067	2.838	.000	.791	1.264
	X2 Edukasi Manfaat Produk Perbankan Syariah	.608	.072	.680	8.446	.000	.791	1.264

a. Dependent Variable: Y Preferensi Masyarakat

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SPSS (2020)

Dari data di atas dan pengolahan SPSS dapat diketahui:

$$t_{hitung} = 8,446$$

$$t_{\text{tabel}} = 1,661$$

Kriteria pengambilan keputusan (Azuar Juliandi & Irfan, 2013, hal. 39):

- a) Jika nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga variabel edukasi manfaat produk perbankan syariah berpengaruh terhadap preferensi masyarakat.
- b) Jika nilai $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga variabel edukasi manfaat produk perbankan syariah tidak berpengaruh terhadap preferensi masyarakat.

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh antara edukasi manfaat produk perbankan syariah terhadap preferensi masyarakat diperoleh t_{hitung} (8,446) $>$ t_{tabel} (1,661), dengan taraf signifikan $0,019 < 0,05$. Nilai 8,446 lebih besar dari 1,661 menunjukkan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima (H_0 ditolak). Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara edukasi manfaat produk perbankan syariah terhadap preferensi masyarakat.

b. Uji F

Tabel 4.12
Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	348.890	2	174.445	49.603	.000 ^a
	Residual	337.615	96	3.517		
	Total	686.505	98			

a. Predictors: (Constant), X2 Edukasi Manfaat Produk Perbankan Syariah, X1 Sosialisasi Manfaat Produk Perbankan Syariah

b. Dependent Variable: Y Preferensi Masyarakat

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SPSS (2020)

Dari data di atas dan pengolahan SPSS dapat diketahui:

$$F_{\text{hitung}} = 49,603$$

$$F_{\text{tabel}} = 3,834$$

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} adalah 49,603 dengan tingkat signifikan 0,000, sedangkan F_{tabel} 3,834 dengan signifikan 0,05. Dengan demikian $F_{\text{hitung}} \geq F_{\text{tabel}}$ yakni $49,603 \geq 3,834$, Nilai 49,603 lebih besar dari 3,834 menunjukkan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , artinya H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara sosialisasi manfaat produk perbankan syariah dan edukasi manfaat produk perbankan syariah terhadap preferensi masyarakat.

5. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan besar yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Dengan kata lain, koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai R square sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13
Uji Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.713 ^a	.508	.498	1.87532	1.214

a. Predictors: (Constant), X2 Edukasi Manfaat Produk Perbankan Syariah, X1 Sosialisasi Manfaat Produk Perbankan Syariah

b. Dependent Variable: Y Preferensi Masyarakat

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SPSS (2020)

Dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,508. Hal ini berarti 50,8% variasi variabel preferensi masyarakat (Y) ditentukan oleh kedua variabel independen yaitu sosialisasi manfaat produk perbankan syariah (X_1) dan edukasi manfaat produk perbankan syariah (X_2). Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

E. Interpretasi Hasil Analisis Data

Dari hasil pengujian terlihat bahwa semua variabel bebas (sosialisasi manfaat produk perbankan syariah dan edukasi manfaat produk perbankan syariah) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel terikat (preferensi masyarakat). Hasil rinci analisis dan pengujian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Sosialisasi manfaat produk perbankan syariah terhadap Preferensi masyarakat

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh antara sosialisasi manfaat produk perbankan syariah terhadap preferensi masyarakat diperoleh t_{hitung} (0,838) > t_{tabel} (1,661), dengan taraf signifikan $0,002 < 0,05$. Nilai 0,838 lebih besar dari 1,661 menunjukkan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_a diterima (H_o ditolak). Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara sosialisasi manfaat produk perbankan syariah terhadap preferensi masyarakat.

Hasil penelitian di atas selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh oleh Taufik (2013) menyatakan bahwa sosialisasi manfaat produk perbankan syariah berpengaruh terhadap preferensi masyarakat. Penelitian yang dilakukan

oleh Nazmi (2015) menyatakan bahwa sosialisasi manfaat produk perbankan syariah berpengaruh terhadap preferensi masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh Nirwana (2009) menyatakan bahwa sosialisasi manfaat produk perbankan syariah berpengaruh terhadap preferensi masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh Lubis (2016) menyatakan bahwa sosialisasi manfaat produk perbankan syariah berpengaruh terhadap preferensi masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Andriani menyatakan bahwa Pengetahuan masyarakat Medan terhadap perbankan syariah cukup baik, dengan nilai rata-rata 62,60% untuk jawaban ya, dan 37,40% untuk jawaban tidak. Sikap masyarakat Medan terhadap perbankan syariah cukup baik, dengan nilai rata-rata 70,14% untuk jawaban ya, dan 29,86% untuk jawaban tidak. Ada hubungan positif dan signifikan pengetahuan dengan keputusan penerimaan terhadap perbankan syariah, dengan nilai korelasi (r) 0,314; koefisien determinasi (r^2) 0,099; dan probabilitas (sig) $0,01 < \alpha 0,05$.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel sosialisasi manfaat produk perbankan syariah (X_1) terhadap variabel preferensi masyarakat (Y), artinya bahwa ada pengaruh atau hubungan yang searah antara sosialisasi manfaat produk perbankan syariah terhadap preferensi masyarakat secara nyata. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan aspek-aspek sosialisasi manfaat produk perbankan syariah sehingga preferensi masyarakat dapat ditingkatkan.

2. Pengaruh Edukasi manfaat produk perbankan syariah terhadap Preferensi masyarakat

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh antara edukasi manfaat produk perbankan syariah terhadap preferensi masyarakat diperoleh t_{hitung} (8,446) > t_{tabel} (1,661), dengan taraf signifikan $0,019 < 0,05$. Nilai 8,446 lebih besar dari 1,661 menunjukkan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima (H_0 ditolak). Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara edukasi manfaat produk perbankan syariah terhadap preferensi masyarakat.

Hasil penelitian di atas selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan Kusumawati (2015) menyatakan bahwa edukasi manfaat produk perbankan syariah berpengaruh terhadap preferensi masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh Steven (2016) menyatakan bahwa sosialisasi manfaat produk perbankan syariah berpengaruh terhadap preferensi masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh Gerrit (2017) menyatakan bahwa sosialisasi manfaat produk perbankan syariah berpengaruh terhadap preferensi masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh Endah (2015) menyatakan bahwa edukasi manfaat produk perbankan syariah berpengaruh terhadap preferensi masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh Jufrizen (2018) menyatakan bahwa edukasi manfaat produk perbankan syariah berpengaruh terhadap preferensi masyarakat.

Penelitian Erniwati menyatakan bahwa nasabah hanya memahami produk-produk yang mereka gunakan saja, pihak bank kurangmelakukan sosialisasi tentang produk yang mereka tawarkan sehingga nasabah tidak terlalupaham terhadap produk – produk yang ditawarkan bank.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel edukasi manfaat produk perbankan syariah (X_2) terhadap variabel preferensi masyarakat (Y), artinya bahwa ada pengaruh atau hubungan yang searah antara edukasi manfaat produk perbankan syariah terhadap preferensi masyarakat secara nyata. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan aspek-aspek edukasi manfaat produk perbankan syariah sehingga preferensi masyarakat dapat ditingkatkan.

3. Pengaruh Sosialisasi manfaat produk perbankan syariah dan Edukasi manfaat produk perbankan syariah terhadap Preferensi masyarakat

Berdasarkan perhitungan dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} adalah 49,603 dengan tingkat signifikan 0,000, sedangkan F_{tabel} 3,834 dengan signifikan 0,05. Dengan demikian $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ yakni $49,603 \geq 3,834$, Nilai 49,603 lebih besar dari 3,834 menunjukkan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , artinya H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara sosialisasi manfaat produk perbankan syariah dan edukasi manfaat produk perbankan syariah terhadap preferensi masyarakat.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan sosialisasi manfaat produk perbankan syariah (X_1) dan edukasi manfaat produk perbankan syariah (X_2) terhadap preferensi masyarakat (Y) maka kedua faktor tersebut dapat membentuk preferensi masyarakat (Y). Ini artinya ada pengaruh atau hubungan yang searah dan nyata antara variabel bebas (sosialisasi manfaat produk perbankan syariah dan edukasi manfaat produk perbankan syariah) terhadap variabel terikat (preferensi masyarakat) secara bersamaan atau

dengan kata lain, jika sosialisasi manfaat produk perbankan syariah (X_1) dan edukasi manfaat produk perbankan syariah (X_2) ditingkatkan maka secara bersama-sama dapat pula meningkatkan preferensi masyarakat (Y). Setelah dibandingkan antara pengaruh sosialisasi manfaat produk perbankan syariah dan edukasi manfaat produk perbankan syariah ternyata sig. sosialisasi manfaat produk perbankan syariah adalah 0,000 dan sig. edukasi manfaat produk perbankan syariah adalah 0,000 dengan demikian dapat dikatakan faktor edukasi manfaat produk perbankan syariah lebih dominan. Perusahaan harus memperhatikan aspek-aspek sosialisasi manfaat produk perbankan syariah dan edukasi manfaat produk perbankan syariah sehingga preferensi masyarakat dapat ditingkatkan.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari hasil penelitian, analisis data dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh yang signifikan sosialisasi manfaat produk perbankan syariah terhadap preferensi masyarakat dalam memilih produk bank syariah.
2. Ada pengaruh yang signifikan edukasi manfaat produk perbankan syariah terhadap preferensi masyarakat dalam memilih produk bank syariah.
3. Secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara sosialisasi manfaat produk perbankan syariah dan edukasi manfaat produk perbankan syariah terhadap preferensi masyarakat dalam memilih produk bank syariah.
4. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa nilai signifikan variabel sosialisasi manfaat produk perbankan syariah sebesar 0,002 sedangkan nilai signifikan variabel edukasi manfaat produk perbankan syariah sebesar 0,019 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel pembagina kerja lebih berpengaruh bila dibandingkan dengan variabel edukasi manfaat produk perbankan syariah.

B. Saran

Dari hasil penelitian, analisis data, pembahasan dan kesimpulan yang telah diambil, maka dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Bank Syariah perlu memperhatikan edukasi manfaat produk perbankan syariah

sehingga karyawan menjadi kreatif dalam bekerja.

2. Bank Syariah sebaiknya mengelola sosialisasi manfaat produk perbankan syariah karyawan dengan lebih baik lagi sehingga dapat menghasilkan karyawan yang lebih inovatif.
3. Bank Syariah sebaiknya perlu mencari cara untuk meningkatkan preferensi masyarakat sehingga hasil kerja menjadi lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi. *Ilmu Sosial Dasar*. Jakarta: Rineka Cipta.2011.
- Ali, Zainuddin. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika. 2007.
- Andriani, Dewi & Juliandi, Azuar. *Preferensi Masyarakat Kota Medan Terhadap Bank Syariah*. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, Vol. 8No. 2/ September 2008.
- Arifin, Zainul. *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Pustaka Alfabet. 2016.
- Arikunto, S. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Erlangga. 2010.
- Azuar, Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media Perintis. 2014.
- Bangun, W. *Manajer Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama. 2012.
- Ghozali, I. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro. 2015.
- Handoko, T. H. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE. 2009.
- Hasibuan, M. S. P. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara. 2011.
- Indrakusuma, Amir Daien. *Pengantar Ilmu Pendidikan*. Surabaya: Usaha Nasional. 2014.
- Kadarisman, M. *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Rajawali. 2012.
- Kandau, John W. *Psikologi Umum*, Jakarta: Prehalindo. 2012
- Kuswandi. *Komunikasi Massa: Analisis Media Televisi*. Jakarta: Rineka Cipta. 2016.
- Lesmana, M. T. Pengaruh Kompetensi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi)*, 1(1), 666–670. 2019.

- Mangkunegara, A. A. A. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2016.
- Mervin, K. Levis. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Serambi. 2012.
- Mulyana, Rohmat. *Mengartikulasikan Pendidikan Nilai*. Bandung: Alfabeta. 2014.
- Rivai, V. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Rajagrafindo Persada. 2009.
- Robbin, P. Stephen dan Judge, A. Timothy. *Prilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat. 2012.
- Singodimedjo, M. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Surabaya: SMMAS. 2016.
- Soekanto, S. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo. 2012
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta. 2013.
- Sutaryo, *Dasar-dasar Sosialisasi*. Jakarta: Rajawali Press. 2014.
- Sutrisno. E. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group. 2012.
- Thoha, Mifta. *Prilaku Organisasi*. Jakarta: Rajawali. 2012.
- Wardani, Griya. *Nilai-nilai Pendidikan dalam Islam*
<http://griyawardani.wordpress.com/2011/05/19/nilai-nilai-pendidikan/>
- Wirawan, Sarlito. *Psikologi Lingkungan*. Jakarta: Grasindo. 2015.
- [www. bapepam.go.id/syari'ah/fatwa/index.html](http://www.bapepam.go.id/syari'ah/fatwa/index.html)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Indah Rizki
Tempat Tanggal Lahir : Bagan Asahan, 03 Juni 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Warga Negara : Indonesia
Alamat : Jl. H.M Nur Koramil 17 Tanjung Balai Asahan

Nama Orang Tua

Ayah : Syarifuddin
Ibu : Rusdiana
Alamat : Bagan Asahan Baru Dusun 1 Tanjung Balai

Pendidikan Formal

1. SD Swasta TULIS Bagan Asahan Tamat Tahun 2009
2. MTS Swasta Tsanawiyah Bagan Asahan Tamat Tahun 2013
3. SMA Negeri 1 Bandar Khalifah Tamat Tahun 2016
4. Tercatat Sebagai Mahasiswi Fakultas Agama Islam Program Studi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Tamat Tahun 2020.

Medan, Juli 2020



Indah Rizki



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kaptan Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

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



l pada : Permohonan Persetujuan Judul
: Yth Dekan Fai UMSU
Di
Tempat

1 Rajab 1441 H
25 Februari 2020 M

Dengan Hormat
Saya yang bertanda tangan dibawah ini



Nama : Indah Rizki
Npm : 1601270005
Program Studi : Perbankan Syariah
Kredit Kumulatif : 3,40
Megajukan Judul sebagai berikut :

Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
Pengaruh Sosialisasi dan Edukasi Manfaat Produk Perbankan Syariah terhadap Preferensi Masyarakat dalam Memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Desa Bagan Asahan Kecamatan Tanjung Balai Asahan)	<i>acc 15/2/2020</i> <i>perbaiki judul dari DPT</i>	<i>Dr. Maya Sari M.Si</i>	<i>an</i> <i>15/2/20</i>
Analisis Prospek Perbankan Syariah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Aksara Medan	/	/	/
Persepsi Nasabah terhadap Prinsip Bagi Hasil Syariah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Aksara Medan	/	/	/

Demikian Permohonan ini Saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Perbaiki Judul
Revisi
02/03/20

Wassalam
Hormat Saya
[Signature]
(Indah Rizki)

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 setuju dan tanda silang pada judul yang di tolak



Unggul Prestasi & Capaian

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

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



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : **INDAH RIZKI**
 NPM : 1601270005
 Semester : VIII (Delapan)
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Jenjang : S-1 (Strata Satu)
 Ketua Program Studi : Selamat Pohan S.Ag, MA
 Dosen Pembimbing : Dr. Maya Sari, M.Si.
 Judul Skripsi : **PENGARUH SOSIALISASI DAN EDUKASI MANFAAT
 PRODUK PERBANKAN SYARIAH TERHADAP
 PREFERENSI MASYARAKAT DALAM MEMILIH
 PRODUK BANK SYARIAH (STUDI KASUS DESA BAGAN
 ASAHAN KECAMATAN TANJUNG BALAI ASAHAN)**

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
21 Juni 2020	Pembahasan di pertajam, tambahkan penjelasan terkait dengan variabel dan hasil dari penelitian terdahulu		
25 Juni 2020	Perbaiki daftar isi, kesimpulan dan saran		
28 Juni 2020	Perbaiki format penulisan skripsi, revisi daftar pustak		
1 Juli 2020	ACC		

Medan, 30 Juli 2020

Diketahui/disetujui
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Ketua Program Studi

Selamat Pohan S.Ag, MA

Pembimbing

Dr. Maya Sari, M.Si.

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Telah selesai di berikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setujui untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh :

NAMA MAHASISWA : **Indah Rizki**
NPM : **1601270005**
PROGRAM STUDI : **Perbankan Syariah**
JUDUL SKRIPSI : **Pengaruh Sosialisasi dan Edukasi Manfaat Produk Perbankan Syariah Terhadap Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Desa Bagan Asahan Kecamatan Tanjung Balai Asahan)**

Medan

Pembimbing

Dr. Maya Sari, SE, Ak, M.Si. CA

**DI SETUJUI OLEH:
KETUA PROGRAM STUDI**

Salamat Pohan S. Ag, MA

Dekan,

Dr. Muhammad Qorib, MA



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

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) 6623474, 6631003
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Isi menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

Nomor : 93/II.3/UMSU-01/F/2020
Lamp : -
Hal : Izin Riset

23Syaban 1441 H
17 April 2020 M

Kepada Yth : **Kantor Balai Desa Bagan Asahan Baru**
Di

Tempat.

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa guna 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 : **Indah Rizki**
NPM : **1601270005**
Semester : **VIII**
Fakultas : **Agama Islam**
Program Studi : **Perbankan Syariah**
Judul Skripsi : **Pengaruh Sosialisasi Dan Edukasi Manfaat Produk Perbankan Syariah Terhadap Preferensi Masyarakat Dalam memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Desa Bagan Asahan Kecamatan Tanjung Balai Asahan).**

Demikianlah hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih. Semoga Allah meridhoi segala amal yang telah kita perbuat. Amin.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Dekan,

Dr. Muhammad Qorib, MA



PEMERINTAH KABUPATEN ENASAHAN
KECAMATAN TANJUNG BALAI
DESA BAGAN ASAHAN BARU

Sekretariat : Jln. Tpi Dusun V Desa Bagan Asahan Baru Kode Pos : 21352

SURAT KETERANGAN

No : /SK/BAB/V/2020

Nomor : 470/ /BAB/V/2020 Bagan Asahan Baru, 20 April 2020
Sifat : Biasa Kepada Yth:
Lampiran : - Fakultas Agama Islam
Perihal : Persetujuan Izin Riset Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Menindaklanjuti surat Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Nomor : 93/II.3/UMSU-01/F/2020 Perihal Izin Riset mahasiswa tersebut dibawah ini :

Nama : Indah Rizki
NPM : 1601270005
Semester : VIII (Delapan)
Jurusan : Perbankan Syariah

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, kami sampaikan kepada dekan fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara bahwa Pihak Kantor Balai Desa Bagan Asahan Baru Kec. Tanjung Balai Kab. Asahan. Tidak keberatan menerima mahasiswa tersebut melaksanakan Riset sesuai dengan surat permohonan Saudara dengan syarat mengikuti peraturan dan ketentuan yang berlaku di Kantor Balai Desa Bagan Asahan Baru.

Demikian kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Diketahui di : Desa Bagan Asahan Baru

Pada tanggal : 20 April 2020

KEPALA DESA BAGAN ASAHAN BARU



M. YUSUF ARJUNA, S.H



PEMERINTAH KABUPATEN ASAHAN
KECAMATAN TANJUNG BALAI
DESA BAGAN ASAHAN BARU

Sekretariat : Jln. Tpi Dusun V Desa Bagan Asahan Baru Kode Pos : 21352

SURAT KETERANGAN

No : /SK/BAB/V/2020

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : M. YUSUF ARJUNA, S.H
NIP : -
Jabatan : Kepala Desa Bagan Asahan Baru
Unit Kerja : Kantor Balai Desa Bagan Asahan Baru

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Indah Rizki
NPM : 1601270005
Fakultas : Agama Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Universitas : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU)

Telah selesai melakukan penelitian di Kantor Balai Desa Bagan Asahan Baru Kecamatan Tanjung Balai Kabupaten Asahan Selama 30 Hari terhitung mulai tanggal 20 April 2020 sampai dengan 20 Mei 2020 untuk memperoleh dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “**PENGARUH SOSIALISASI DAN EDUKASI MANFAAT PRODUK PERBANKAN SYARIAH TERHADAP PREFERENSI MASYARAKAT DALAM MEMILIH PRODUK BANK SYARIAH (STUDI KASUS DESA BAGAN ASAHAN BARU KECAMATAN TANJUNG BALAI ASAHAN)**”

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan seperlunya.

Diketahui di : Desa Bagan Asahan Baru

Pada Tanggal : 20 Mei 2020

KEPALA DESA BAGAN ASAHAN BARU



M. YUSUF ARJUNA, S.H



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Unggul, Cerdas & Terpercaya

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

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : INDAH RIZKI
 NPM : 1601270005
 Semester : VIII (Delapan)
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Jenjang : S-1 (Strata Satu)
 Ketua Program Studi : Selamat Pohan S.Ag, MA
 Dosen Pembimbing : Dr. Maya Sari, M.Si.
 Judul Proposal : **PENGARUH SOSIALISASI DAN EDUKASI MANFAAT PRODUK PERBANKAN SYARIAH TERHADAP PREFERENSI MASYARAKAT DALAM MEMILIH PRODUK BANK SYARIAH (STUDI KASUS BAGAN DESA ASAHAN KECAMATAN TANJUNG BALAI ASAHAN)**

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
24/3-2020	- Peris' Labubelay - Deputi' Deane		
27/3-2020	- kerang konsep - peris' peris' sbc		
27/3-2020	Deputi' Operasi		
5/3-2020	Acc. Review proposal		

Medan, 10 Maret 2020

Diketahui/disetujui
 Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Ketua Program Studi

Selamat Pohan S.Ag, MA

Pembimbing

Dr. Maya Sari, M.Si.



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id
Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



PENGESAHAN PROPOSAL

Berdasarkan hasil Seminar Proposal Program Studi Perbankan Syariah yang diselenggarakan pada hari Selasa, 14 April 2020 M, menerangkan bahwa :

Nama : Indah Rizki
Npm : 1601270005
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Proposal : Pengaruh Sosialisasi Dan Edukasi Manfaat Produk Perbankan Syariah Terhadap Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Produk Bank Syariah

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi.

Medan, 14 April 2020

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Selamat Pohan, S.Ag, M.A)

Pembimbing

(Dr. Maya Sari, M.Si)

Sekretaris Program Studi

(Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I)

Pembahas

(Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I)

Diketahui/ Disetujui
A.n Dekan
Wakil Dekan I

Zailani, S.PdI, M.A



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id
Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

Bila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya



BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

Pada hari ini Selasa, 14 April 2020 M telah diselenggarakan Seminar Proposal Program Studi Perbankan Syariah menerangkan bahwa :

Nama : Indah Rizki
Npm : 1601270005
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Proposal : Pengaruh Sosialisasi Dan Edukasi Manfaat Produk Perbankan Syariah Terhadap Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Desa Bagan Asahan Kecamatan Tanjung Balai Asahan)

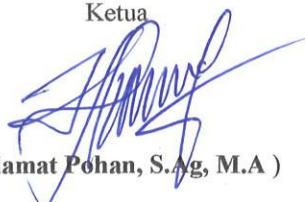
Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	
Bab I	
Bab II	Tambah Penelitian Terdahulu, kemudian penelitian terdahulu dari jurnal, bukan skripsi. Kemudian deskripsikan persamaan dan perbedaan Penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan
Bab III	
Lainnya	
Kesimpulan	<input checked="" type="checkbox"/> Lulus <input type="checkbox"/> Tidak Lulus

Medan, 14 April 2020

Tim Seminar

Ketua


(Selamat Pohan, S.Ag, M.A)


Pembimbing

(Dr. Maya Sari, M.Si)

Sekretaris


(Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I)

Pembahas


(Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I)

