

# **Prefrensi Minat Menabung Mahasiswa Alumni Pondok Pesantren Minhajut Thullab Di Iain Kendari**

**Muh. Arif Isriyadi**

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari

## **Abstrak**

This study aims to find out problems that focus on how the preferences of the alumni of the Minhajut Thullab Islamic Boarding School alumni have studied the benefits of saving for a frugal life and so on, where researchers must know the preferences of the students' interest in saving at the Minhajut Thullab Islamic Boarding School.

The type of this research is qualitative research. Data collection techniques used in this study are observation, interview methods (Interviews), and documentation. The analysis technique used is data reduction, data presentation, and conclusion drawing, as well as using data validity checks and source triangulation techniques, technical triangulation and time triangulation.

Based on the results of this study, it shows that the preferences of the alumni of Minhajut Thullab Islamic boarding school students' interest in saving towards saving are to save expenses, unexpected costs, the desire to buy something, low transaction costs, affordable locations and ease of saving and withdrawing funds. There are two factors that influence the interest in saving for alumni of Minhajut Thullab Islamic boarding school students in making the decision to save.

**Keywords:** Preference, Interest, Savings, Santri



## **Pendahuluan**

Faishol (2016, h. 5) Secara umum, preferensi diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk barang atau jasa yang digunakan. Preferensi konsumen dapat diketahui dengan mengukur tingkat kegunaan dan nilai relatif penting setiap atribut yang terdapat pada suatu produk atau jasa. Adib (2013, h. 26) Pondok pesantren adalah lembaga pendidikan tradisional islam yang mempelajari, memahami, mendalami, menghayati, dan mengamalkan ajaran-ajaran islam dengan menekankan pentingnya moral keagamaan sebagai pedoman dan perilaku sehari-hari serta dalam bermuamalah yang sesuai dengan hukum syariah islam. (Faishol, 2016:33) Mahasiswa santri merupakan orang-orang tinggal di pondok pesantren dan belajar di universitas, serta terbiasa dengan kehidupan sebagai mahasiswa maupun kehidupan sebagai santri. Ekonomi syariah atau ekonomi islam bukan merupakan “barang asing” bagi para mahasiswa santri. Pelajaran mengenai konsep ekonomi islam diterima oleh para mahasiswa santri dalam kitab fiqh, Khususnya muamalah. Mayoritas mahasiswa santri menggunakan bank konvensional, Namun tidak menutup kemungkinan bahwa mahasiswa santri mempunyai preferensi untuk menabung di bank syariah.

Pondok pesantren Minhajut Thullab berdiri pada tahun 1930 M bertempat pada daerah Sumberberas Muncar Banyuwangi oleh Al Maghfurlah KH. ABDUL MANAN. Pada tanggal 27 april 2008 pondok pesantren minhajut thullab membuka cabang yang ke-8 di Sulawesi Tenggara tepatnya di Andoolo Utama kecamatan Buke kabupaten Konawe Selatan yang diasuh oleh KH. Muh Wildan Habibi Arif, S.Pd. Dan memiliki pendidikan formal MI Minhajut Thullab, SMP Integral Minhajut Thullab, dan SMA Integral Minhajut Thullab.

Faishol (2016, h. 34) Berbagai alasan yang membuat mahasiswa santri tidak berkeinginan membuka rekening bank syariah, sebagian merupakan alasan dari dalam diri dan sebagian lagi

merupakan alasan dari luar. Alasan dari dalam misalnya kepercayaan mahasiswa santri terhadap bank syariah, motif ekonomi mahasiswa santri, dan religiusitas mahasiswa santri. Kepercayaan berkaitan dengan keraguan mengenai praktik bank syariah apakah sudah sesuai dengan syariah islam atau belum, berkaitan juga dengan rasa aman menabung diperbankan syariah. Motif ekonomi berkaitan dengan alasan keuntungan yang akan diterima mahasiswa santri dari perbankan syariah. Kemudian yang berkaitan dengan religiusitas yaitu ketaatan terhadap ajaran agama. Alasan dari luar sendiri misalnya pendapatan mahasiswa santri, informasi mengenai perbankan syariah, dan kualitas. Jika dibandingkan dengan bank konvensional, informasi mengenai bank syariah memang cenderung lebih terbatas. Promosi bank syariah cenderung aktif dipertkotaan, sedangkan dipedesaan masih sangat minim informasi mengenai bank syariah.

Faishol (2016, h. 34) Mayoritas mahasiswa santri menggunakan bank konvensional , namun tidak menutup potensi peningkatan jumlah nasabah perbankan syariah dari kalangan mahasiswa santri masih sangat besar. Hal ini dibuktikan dengan masih sedikitnya jumlah mahasiswa santri yang menabung di perbankan syariah. Secara sederhana, Semakin banyak nasabah perbankan syariah maka akan semakin meningkat pendapatan perbankan syariah (misalnya dari segi *administrasi*). Mahasiswa santri adalah sosok intelektual yang kesehariannya terbiasa dengan jasa perbankan, media informasi dan berita-berita aktual, maupun belajar ilmu fiqih muamalah sehingga bank syariah sudah tidak asing lagi. Mahasiswa santri tidak hanya menjunjung tinggi ilmu agama islam tetapi juga menjunjung tinggi ilmu umum. Mahasiswa santri seharusnya dapat menerapkan keilmuannya dengan menabung di perbankan syariah tetapi kenyataannya jumlah mahasiswa santri yang menabung di perbankan syariah masih sangatlah sedikit.

## Teori preferensi

Menurut Assael dalam Wardhani et al (2016, h. 47) Preferensi adalah kesukaan, pilihan atau sesuatu yang lebih disukai konsumen. Menurut Frank dalam Putri & Iskandar (2017, h. 116) Preferensi adalah proses merengking seluruh hal yang dapat dikonsumsi dengan tujuan memperoleh preferensi atas suatu produk maupun jasa. Menurut Kurniati dalam Sari et al (2019, h. 74) Preferensi memiliki beberapa indikator yaitu aspek syariah, tingkat kepercayaan dan Pengalaman. Aspek syariah terdiri dari beberapa hal yaitu penghapusan dan pelarangan riba (*prohibition of riba*) tetapi mejadikan sistem bagi hasil (*profit loss sharing*) sebagai penggantinya dengan menggunakan instrumen kerjasama seperti mudharabah dan musyarakah dibandingkan menggunakan bunga, menjalankan usaha halal (*permissible conduct*) baik dari produk atau komoditas, manajemen, proses produksi hingga distribusi harus jelas kehalalannya. Usaha yang dilakukan dilarang bersentuhan dengan judi (*maisir*) dan spekulasi (*gharar*).

Menurut Bilson Simamora dalam Sari et al (2019, h. 74) Preferensi konsumen dapat diukur melalui tingkat kegunaan pada setiap produk barang dan jasa. Penilaian terhadap produk dan jasa akan menggambarkan sikap konsumen tersebut, sehingga tercermin preferensi konsumen. Preferensi dalam Islam, dimana seseorang menggunakan kekayaan harus secara berhati-hati, yang paling terpenting adalah penggunaan harta yang diarahkan berdasarkan pilihan-pilihan (preferensi) yang tentunya harus baik dan bermanfaat (*maslahah*). Hal ini bertujuan agar harta tersebut dapat memberikan manfaat dan kesejahteraan bagi individu tersebut.

## **Teori Minat Menabung**

Menurut Howard dan Sheth dalam Priansa (2019, h. 164) minat menabung merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana nasabah untuk memilih produk tertentu. Minat menabung juga dapat dikatakan sebagai pernyataan mental dari nasabah dalam pemilihan produk tabungan tertentu, dan juga menyatakan bahwa minat menabung merupakan kecenderungan nasabah untuk memilih suatu produk atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pilihan yang terukur dari tingkat kemungkinan nasabah melakukan penyimpanan.

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Priansa (2019, h. 164) menyatakan bahwa “minat menabung merupakan suatu model sikap seseorang terhadap objek produk yang sangat cocok dalam mengukur sikap terhadap golongan produk, jasa, atau merek tertentu”.

Berdasarkan penjelasan dari beberapa ahli di atas maka penulis simpulkan bahwa minat menabung adalah situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat menjadi respon terhadap keinginan nasabah untuk melakukan pencarian informasi pada produk tertentu atau kecenderungan nasabah untuk memilih suatu produk tabungan yang nasabah rasa cocok sehingga seseorang yang memiliki minat akan memperhatikan produk itu.

## **Tahapan Minat Menabung**

Tahapan minat menabung dapat dipahami dengan model AIDA yang diuraikan oleh Kotler dan Keller dalam Priansa (2019, h. 164) sebagai berikut:

1. Perhatian (Attention) Tahap ini merupakan tahap untuk menilai suatu produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan calon nasabah. Selanjutnya nasabah mencari tahu tentang jasa yang perusahaan tawarkan.

2. Tertarik (Interest) Tahap ini merupakan tahap dimana calon nasabah mulai tertarik untuk mencoba menabung setelah mendapatkan informasi yang jelas.
3. Hasrat (Desire) Pada tahap ini calon nasabah mulai memikirkan serta mendiskusikan suatu produk atau jasa yang perusahaan tawarkan, karena hasrat dan keinginan untuk menabung mulai timbul.
4. Tindakan (Action) Pada tahap ini calon nasabah telah mempunyai kemantapan yang tinggi untuk menabung.

### **Teori Minat**

Menurut Mardalena dalam Novitasari Setiani, Arif Widodo, Husniati, Dyah Indraswati (2018, h. 39), sikap jiwa seseorang termasuk ketiga fungsi jiwanya ( kognisi, konasi dan emosi) yang tertuju pada sesuatu dari dalam hubungan itu unsur perasaan yang kuat. Menurut Makmun Khairin minat adalah gejala psikologis yang menunjukkan bahwa adanya pengertian subjek terhadap objek yang menjadi sasaran karena objek tersebut menarik perhatian dan menimbulkan perasaan senang sehingga cenderung kepada obyek tersebut. Menurut Mappiare, dalam penelitian Nadhiroh (2015, h. 56) , “definisi minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, perasangka rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu”.

Sedangkan menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab didalam penelitian Qurbani et al (2020, h. 101) “ mendefinisikan minat adalah suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktifitas atau situasi yang menjadi objek dari minat itu tersebut disertai dengan perasaan senang”.

## **Teori Menabung**

Menurut Suwiknyo dalam Cookson & Stirk (2019, h. 15 ) yang menyatakan bahwa Tabungan adalah simpanan pihak ketiga yang penarikan atau pengambilannya dapat dilakukan dengan menggunakan cek dan bilyet giro, namun dengan mendatangi sendiri unit kerja kantor bank yang dimaksud atau melalui sarana pengambilan elektronik (kartu ATM- Automated Teller Machine atau Anjungan Tunai Mandiri dan kartu Debit- Debit Card).

Sedangkan menurut Warneryd dalam Cookson & Stirk (2019, h. 15) menabung dalam konteks psikologis disebut proses dengan tidak menghabiskan uang untuk periode saat ini untuk digunakan di masa depan Dengan kata lain, perilaku menabung adalah kombinasi dari persepsi kebutuhan masa depan, keputusan menabung dan tindakan penghematan. Saving merupakan cara untuk meningkatkan standar hidup keluarga di masa depan. Selain untuk menyiapkan kehidupan yang lebih baik, saving merupakan cara untuk menghadapi terjadinya risiko akibat musibah-musibah yang memerlukan dana besar. Kata “menabung” mengandung makna yang luas dan banyak penjelasan. Dalam konteks ekonomi tabungan didefinisikan sebagai residual pendapatan setelah dikurangi konsumsi saat ini selama jangka waktu tertentu.

Menurut Sadono Sukirno (2017) berpendapat bahwa Menabung dilakukan untuk beberapa tujuan, seperti untuk membiayai pengeluaran konsumsi sesudah mencapai pensiun, untuk mencegah pengeluaran biaya-biaya yang tidak terduga yang harus dikeluarkan dikemudian hari. Perilaku menabung sendiri mensyaratkan seseorang bisa disiplin dalam hal mengatur keuangan.

## **Indikator Prilaku Menabung**

Perilaku menabung merupakan keputusan seseorang apakah memilih untuk melakukan kegiatan menabung atau tidak melakukan kegiatan menabung. Adapun indikator perilaku menabung menurut M.Azhari, (2018) diantaranya sebagai berikut:

- a. Kebutuhan masa depan, Merupakan upaya seseorang untuk menyisihkan uang untuk menghadapi masa yang akan datang dan untuk mendapatkan uang dalam jumlah yang relative besar
- b. Keputusan menabung Yaitu proses mengarahkan seseorang untuk menyisihkan pendapatannya, serta menggunakan jasa perbankan untuk sarana menabung
- c. Tindakan Penghematan mengontrol pengeluaran Yaitu mensyaratkan seseorang bisa disiplin dalam hal mengatur keuangan dan menjadikan seseorang memiliki sifat hemat.

## **Menabung Dalam Perspektif Islam**

Menabung adalah menyisihkan harta kita untuk mempersiapkan suatu pengeluaran penting pada masa mendatang, sehingga pada saatnya tiba telah tersedia dana yang memadai. Menabung adalah bagian dari pengendalian diri. Dengan menabung, artinya kita tidak terbawa hawa nafsu untuk memenuhi pemenuhan kepuasan sekarang atau jangka pendek, melainkan mengendalikan pemenuhan keinginan kita untuk dapat memenuhi kebutuhan masa yang akan datang yang jauh lebih penting.

## **Metode Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan penulis yaitu metode penelitian deskriptif kualitatif, dengan teori deduktif yaitu penelitian lapangan yang akan mendeskripsikan data-data lapangan dengan macam-macam kalimat pendekatan teori deduktif. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif melalui penelitian lapangan (*field research*), dengan



pendekatan kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan situasi dan berbagai fenomena realitas sosial yang ada dimasyarakat yang menjadi objek penelitian. Adapun metode penelitian yang digunakan penulis yaitu metode penelitian deskriptif kualitatif, dengan teori deduktif yaitu penelitian lapangan yang akan mendeskripsikan data-data lapangan dengan macam-macam kalimatpendekatan teori deduktif.

Waktu penelitian yang digunakan peneliti untuk melakukan penelitian ini yaitu dari tanggal 10 mei- 30 juni 2022. Tempat untuk melaksanakan penelitian ini adalah tempat tinggal alumni santri yang sedang melanjutkan studi (indekos).

### **Data dan Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan data sekunder:

1. Data primer

Data primer merupakan data berupa informasi dalam bentuk lisan yang langsung diperoleh penulis dari sumber aslinya. Pengambilan data ini bisa melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun sumber data primer pada penelitian ini adalah, alumni santri pondok pesantren minhajut thullab.

2. Data skunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperolehsecara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

Pengumpulan data sekunder ini bisa dengan cara mengutip buku, jurnal, website, yang berkaitan dengan etika pemasaran Islam dalam mendukung minat nasabah menabung Ratnasari (2016, h. 8)

### **Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Linchon dalam Rijali (2018, h. 86) Untuk memperoleh data-data yang lengkap dan relevan, maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

#### **1. Metode Observasi**

Dalam penelitian ini penulis akan mengamati bagaimana analisis faktor-faktor preferensi minat menabung mahasiswa santri diperbankan syariah. Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dalam penelitian, fokus penelitian yang paling penting adalah pemahaman dan kemampuannya dalam membuat makna atas suatu kejadian atau fenomena yang akan diteliti (Hasyim, 2016:26) Observasi juga merupakan pengamatan dan pencatatan sistematis terhadap fenomena-fenomena yang akan diteliti. Objek yang akan diteliti pada penelitian ini yaitu preferensi minat menabung mahasiswa santri diperbankan syariah.

#### **2. Metode Wawancara (Interview)**

Wawancara yaitu pengambilan data dengan cara berdialog dengan informan atau narasumber yang dianggap memahami masalah yang akan dibahas. Wawancara ini dilakukan dengan dua bentuk, pertama secara struktur yaitu dengan memakai format tertulis yang telah disediakan oleh peneliti berupa uraian-uraian pernyataan berkaitan dengan pokok-pokok permasalahan secara langsung kepada pihak informan. Kedua, wawancara dengan tidak berstruktur yang dilakukan tanpa format tertulis. Melainkan bersifat kondisional, sesuai

kebutuhan data. Dalam penelitian ini wawancara ditujukan kepada pihak-pihak yang terkait yaitu mahasiswa santri.

### 3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi yaitu metode pengumpulan data yang diperoleh melalui buku-buku, dokumen, dan lain-lain. Menurut Amir Tatang M dalam Agus (2019, h. 3) Dokumen yang digunakan peneliti disini berupa foto, gambar, serta data-data preferensi minat menabung mahasiswa santri diperbankan syariah. Hasil observasi dan wawancara akan semakin sah dan dapat dipercaya apabila didukung oleh foto-foto.

#### **Teknik Analisis Data**

Menurut Miles dan Huberman analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu:

##### 1. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung terus-menerus selama proyek yang berorientasi penelitian kualitatif berlangsung. Antisipasi akan adanya reduksi data sudah tampak waktu penelitiannya memutuskan kerangka konseptual wilayah penelitian, permasalahan penelitian, dan pendekatan pengumpulan data mana yang dipilihnya.

Reduksi data merupakan suatu analisis yang akan menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi.

## 2. Penyajian Data

Miles & Huberman membatasi suatu penyajian sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Mereka meyakini bahwa penyajian-penyajian yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid yang meliputi, berbagai jenis matrik, grafik, jaringan dan bagan.

Semuanya dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih. Dengan demikian seorang penganalisis dapat melihat apa yang sedang terjadi dan menentukan apakah menarik kesimpulan yang benar ataukah terus melangkah melakukan analisis yang menurut saran dikisahkan oleh penyajian sebagai suatu yang mungkin berguna.

## 3. Menarik Kesimpulan

Penarikan kesimpulan menurut Miles & Huberman hanyalah sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi itu mungkin sesingkat pemikiran kembali yang melintas dalam pikiran penganalisis (peneliti selama ia menulis, suatu tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan atau mungkin menjadi begitu seksama dan menghabiskan tenaga dengan peninjauan kembali. Singkatnya makna-makna yang muncul dari data yang lain harus diuji kebenarannya, kekokohnya dan kecocokannya yakni yang merupakan validitasnya. Kesimpulan akhir tidak hanya terjadi pada waktu proses pengumpulan data saja, akan tetapi perlu diverifikasi agar benar-benar dapat dipertanggung jawabkan Rijali (2018, h. 86).

## **Pengecekan Keabsahan Data**

Menurut Moleang dalam Octaviani & Sutriani (2019, h. 14) Untuk mengecek keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi. Adapun triangulasi yang digunakan adalah:

1. Triangulasi Sumber.

Triangulasi sumber dilakukan dengan melihat dan meninjau tingkat kepastian data yang diperoleh dari lapangan eksplorasi melalui berbagai sumber.

2. Prosedur teknik

Triangulasi teknik dilakukan dengan mengkontraskan informasi persepsi dan informasi pertemuan, sehingga cenderung ditutup kembali untuk mendapatkan informasi terakhir yang asli sesuai dengan permasalahan dalam investigasi ini.

3. Triangulasi Waktu.

Dalam pengujian ini pencipta mengarahkan triangulasi waktu, teknik ini diselesaikan dengan memeriksa pertemuan dan persepsi dalam berbagai kesempatan dan keadaan untuk menyampaikan informasi yang substansial sesuai dengan permasalahan dalam penyelidikan ini.

## **Hasil Penelitian**

Dalam studi ini penulis melakukan penggalian data dilapangan menggunakan teknik wawancara dan observasi terhadap alumni santri pondok pesantren minhajut thullab sebanyak 17 orang. Secara umum mereka memiliki keberagaman pendapat tergantung dari individu masing-masing.

Dari 17 responden tersebut 12 di antaranya memilih untuk menabung (selanjutnya akan disebut kel. subjek positif) dan sisanya yakni 5 orang memilih untuk tidak menabung (selanjutnya akan disebut kel. Subjek negatif).

**Tabel 4.4 Data Responden**

<b>NO</b>	<b>NAMA</b>	<b>L/P</b>	<b>UMUR</b>
1	Lukman Hakim	L	22 Tahun
2	Rehani	P	21 Tahun
3	Sitti Zulqaidah	P	22 Tahun
4	Awwaliyah Nur Saidah	P	22 Tahun
5	Yurike Indri Saputri	P	20 Tahun
6	Lista Rahmayanti	P	22 Tahun
7	Widyawati Kahar	P	23 Tahun
8	Nurul Hidayah	P	22 Tahun
9	Sindi Nopianti	P	19 Tahun
10	Novia Siomatun	P	19 Tahun
11	Mutoharoh	P	21 Tahun
12	Hafid Amrulloh	L	19 Tahun
13	Bandi Hermawan	L	19 Tahun
14	Beti Setiwati	P	22 Tahun
15	Fereningtiyas Wardani	P	23 Tahun
16	Saras Angging Sapitri	P	22 Tahun
17	Tiyas Rabbani	P	22 Tahun

### **Preferensi Minat Menabung Santri Alumni Pondok Pesantren Minhajut Thullab**

Setelah mendapatkan hasil wawancara dari narasumber, peneliti melakukan observasi dan ditemukan beberapa preferensi atau alasan-alasan narasumber untuk menabung, yakni sebagai berikut:

#### **a. Lokasi**

Lokasi bank adalah tempat dimana diperjual belikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Seperti yang dikatakan saudara Lukman :

Tempatnya dekat dari kampus dan tempat tinggal saya sehingga jadi memudahkan saya dalam mengurusnya dan jika ada berkas yang tertinggal saya tidak terlalu jauh untuk pulang mengambilnya. (Lukman, mahasiswa, indekos, *wawancara* pada tanggal 21 mei 2022).

#### b. Produk

Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen.

Dalam kasus ini 2 orang mendapatkan beasiswa dari kampus yang telah bekerjasama dengan pihak BSI yakni saudari Nurul dan Zulqaidah, sehingga dana beasiswa yang diterima oleh mahasiswa akan dimasukkan pada rekening BSI mereka yang sebelumnya telah dibuatkan oleh pihak kampus. Maka dengan itu saudari Nurul dan Zulqaidah memanfaatkan fasilitas tersebut sebagai media menabung.

Menurut Tjiptono dalam Basuki (2019, h. 9) Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuh kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

#### c. Promosi

Promosi merupakan salah satu rangkaian kegiatan pemasaran suatu barang atau produk. Kegiatan promosi tersebut adalah segala usaha yang dilakukan oleh penjual untuk memperkenalkan produk kepada pembeli dengan maksud membujuk mereka serta mengingatkan konsumen yang sudah ada agar selalu melakukan pembelian ulang.

Dalam hal ini pihak BSI melakukan promosi dengan cara bekerjasama oleh kampus IAIN Kendari terkait pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT), maka salah satu sampel (saudari Mutoh) berinisiatif untuk membuka rekening di BSI guna mempermudah pembayaran UKT, dengan memanfaatkan fasilitas BSI *mobile*.

Menurut Laksana (2021, h. 129) Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.

#### d. Iklan

Iklan adalah bentuk komunikasi tidak langsung, yang didasarkan pada informasi tentang keunggulan atau keuntungan suatu produk, yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan mengubah pikiran seseorang untuk melakukan pembelian.

Dalam hasil wawancara diketahui salah seorang sampel yang bernama saudari Saras menabung pada dompet digital yang bernama DANA setelah melihat iklan di sosial media, pada iklan tersebut dapat diketahui bahwa proses menabung di DANA cukup praktis dan hal itu yang dijadikan alasan saudari Saras untuk menabung di DANA. Menurut Jaiz Afidatur Ro'azah (2021, h. 22) Iklan didefinisikan sebagai segala bentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan lewat media, ditunjukkan kepada sebagian atau seluruh masyarakat.

#### e. Atribut produk

Atribut produk adalah suatu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan konsumen atau pembeli. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa terdapat 2 sampel yang menabung di Bank karena faktor biaya transaksi. Seperti yang dikatakan saudari Mutoharoh :

Alasan saya menabung di Bank syariah soalnya potongannya ndak banyak malahan kayaknya ndak ada potongannya kalo di bank-bank lain kan potongannya gede, misalnya kayak transfer antar bank aja mereka itu potongannya bisa 5.000 sampai



7.000 (rupiah) tapi kalo di BSI itu nggak ada....(Mutoharoh, mahasiswi, kampus IAIN Kendari, *wawancara* pada tanggal 11 mei 2022.

Juga oleh saudari Tiyas Rabbani :

Alasan saya menabung di Bank BRI karena menurut saya biaya adminya lebih murah maksudnya itu biaya transfernya tidak terlalu mahal jadi enak gitu kalau mau transfer ke bank lain. ( Tiyas Rabbani, mahasiswi, indekos, *wawancara* pada tanggal 17 mei 2022)

Menurut Tjiptono dalam Basuki (2019, h. 11) Atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian, atribut produk meliputi merek, kemasan, jaminan (garansi), pelayanan.

### **Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Santri Pondok Pesantren Minhajut Thullab**

Setelah membahas preferensi minat menabung alumni santri pondok pesantren Minhajut Thullab di atas maka dapat diketahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat menabung, secara garis besar peneliti mengelompokkannya menjadi dua faktor yakni internal dan eksternal.

Faktor internal adalah aspek-aspek yang mempengaruhi minat menabung yang berasal dari dalam individu itu sendiri, dalam penelitian ini aspek-aspek tersebut ialah:

- a. Pembelajaran juga suatu proses yang sistematis dan sistemik melalui proses interaksi antara pendidik dengan peserta didik, sumber belajar, dan lingkungan belajar untuk menciptakan adanya kegiatan pembelajaran baik di kelas maupun di luar kelas dalam rangka mencapai kompetensi yang telah ditetapkan. Untuk penelitian ini pembelajaran yang dimaksud ialah penerimaan materi hidup hemat oleh semua subjek

saat masih di pesantren. Dengan kesimpulan bahwa pembelajaran memiliki pengaruh yang positif terhadap minat menabung.

- b. Kebutuhan, jika kebutuhan lebih sedikit dari pendapatan maka besar kesempatan seseorang untuk menabung dan sebaliknya jika kebutuhan lebih banyak dari pendapatan atau sebanding maka kecil kesempatan seseorang untuk menabung
- c. Persepsi (pengetahuan), semakin luas pengetahuan/wawasan seseorang tentang manfaat dari menabung maka besar kemungkinan orang tersebut untuk menabung
- d. Motivasi, merupakan dorongan yang dimiliki seseorang untuk melakukan sesuatu, dalam hal ini ialah menabung. Bisa terdapat bermacam-macam bentuk dorongan contohnya seperti menghemat pengeluaran dan sewaktu waktu ada pembiayaan tak terduga.

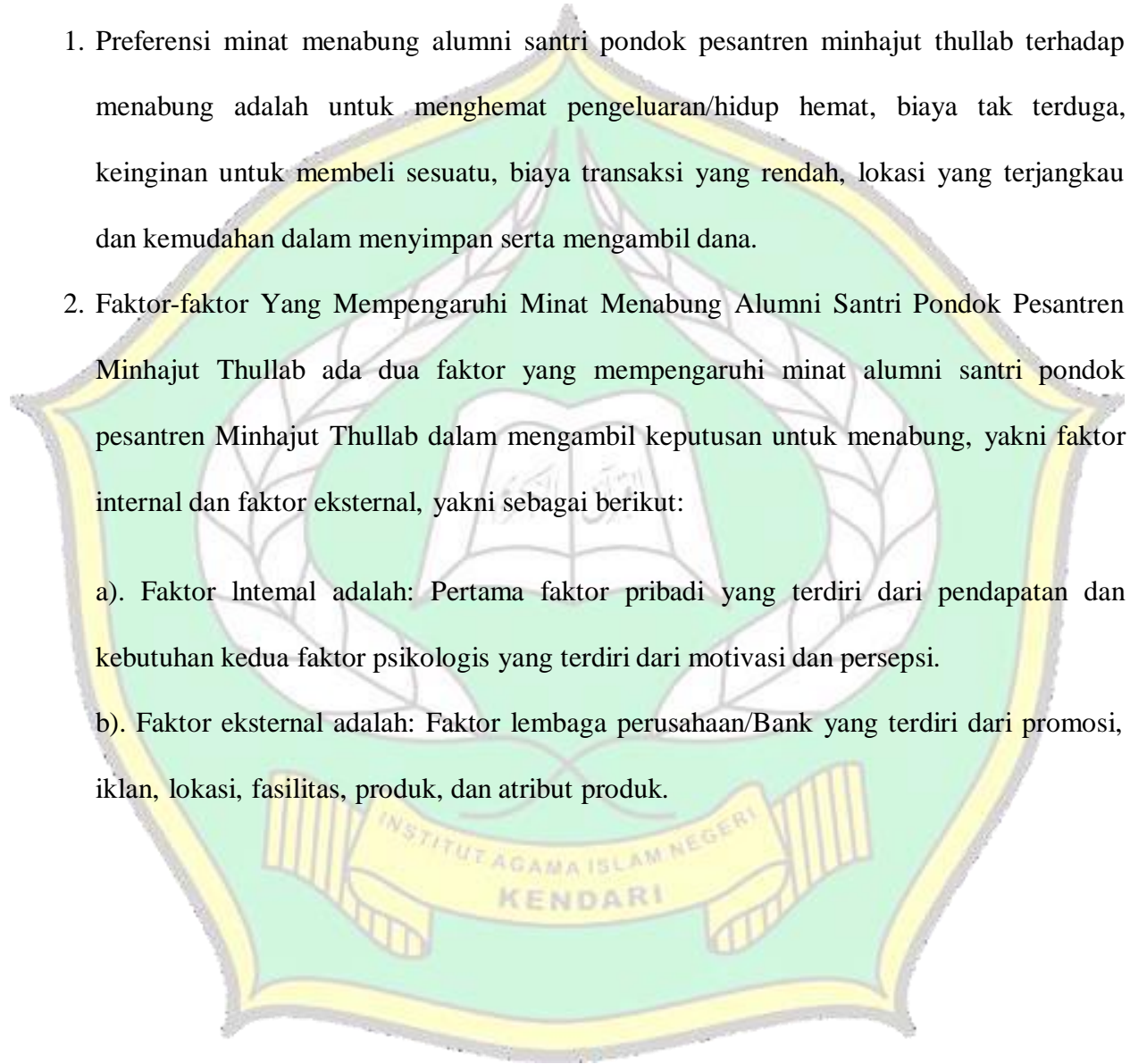
Selanjutnya untuk faktor eksternal adalah aspek-aspek yang mempengaruhi minat menabung yang berasal dari luar individu, aspek-aspek tersebut ialah:

- a. Promosi, usaha yang dilakukan oleh penjual untuk memperkenalkan produk kepada pembeli dengan maksud membujuk mereka serta mengingatkan konsumen yang sudah ada agar selalu melakukan pembelian ulang.
- b. Iklan, semua bentuk penyajian dan promosi nonpersonal atas ide, barang atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan tertentu.
- c. Lokasi, tempat dimana diperjual belikannya produk. Penentuan lokasi suatu usaha merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting, jika terletak pada lokasi yang strategis maka dapat memudahkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan.
- d. Produk, sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen.

Atribut produk, suatu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan konsumen atau pembeli (dalam hal ini biaya transaksi).

## **Kesimpulan**

1. Preferensi minat menabung alumni santri pondok pesantren minhajut thullab terhadap menabung adalah untuk menghemat pengeluaran/hidup hemat, biaya tak terduga, keinginan untuk membeli sesuatu, biaya transaksi yang rendah, lokasi yang terjangkau dan kemudahan dalam menyimpan serta mengambil dana.
2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Alumni Santri Pondok Pesantren Minhajut Thullab ada dua faktor yang mempengaruhi minat alumni santri pondok pesantren Minhajut Thullab dalam mengambil keputusan untuk menabung, yakni faktor internal dan faktor eksternal, yakni sebagai berikut:
  - a). Faktor Internal adalah: Pertama faktor pribadi yang terdiri dari pendapatan dan kebutuhan kedua faktor psikologis yang terdiri dari motivasi dan persepsi.
  - b). Faktor eksternal adalah: Faktor lembaga perusahaan/Bank yang terdiri dari promosi, iklan, lokasi, fasilitas, produk, dan atribut produk.



## Daftar Pustaka

- Alwahidin, Jufra, A., Mulu, B., & Mulu, B. (2023). A new economic perspective: Understanding the impact of digital financial inclusion on Indonesian households consumption. *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, 26(2), 333–360.
- Faishol, L. (2016). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Menabung Mahasiswa Santri Di Perbankan Syariah*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Insawan, H., Rahman, M., & Anhusadar, L. O. (2020). Comparative analysis of syariah bank in indonesia. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(4), 1457–1463.
- Insawan, H., Abdulahanaa, Karyono, O., & Farida, I. (2022). The COVID-19 pandemic and its impact on the yields of sharia stock business portfolio in Indonesia. *International Journal of Professional Business Review*, 7(6), e0941.
- Wardhani, W., Sumarwan, U., & Yuliati, L. N. (2016). Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 6(1), 47.
- Sari, R., Paramita, M., Komarudin, M., Ekonomi, S., Fakultas, S., Islam, E., Djuanda, U., Studi, P., Syariah, E., Ekonomi, F., Universitas, I., Studi, P., Syariah, P., Ekonomi, F., & Universitas, I. (2019). *Preference Ex Customers Of Bmt Bankruptcy Toward Saving Up Interest*. 5, 73–81.
- Priansa. (2019). Bab Ii Landasan Teori. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 8–24.
- Kamaruddin, Misbahuddin, Sarib, S., & Darlis, S. (2023). Cultural-based deviance on Islamic law; Zakat Tekke Wale' spending in Basala, Konawe, Southeast Sulawesi, Indonesia. *Al-Ihkam: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial*, 18(2), 568–590.
- Maguni, W., Rum, J., Sofhian, & Hadi, M. (2023). Investigation of the effect of organizational ambidexterity and innovation capability on supply chain performance: An empirical study of Indonesian MSMEs. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(7), e01050.
- Muhdar, H. M., Maguni, W., Muhtar, M., Bakri, B., Rahma, S. T., & Junaedi, I. W. R. (2022). The impact of leadership and employee satisfaction on the performance of vocational college lecturers in the digital era. *Frontiers in Psychology*, 13, 895346.
- Nawas, K. A., Amir, A. M., Syariati, A., & Gunawan, F. (2023). Faking the Arabic imagination till we make it: Language and symbol representation in the Indonesian e-commerce. *Theory and Practice in Language Studies*, 13(4), 994–1005.
- Novitasari Setiani, Arif Widodo, Husniati, Dyah Indraswati, A. N. R. (2018). Prestasi Belajar Mahasiswa Pgsd Pada Mata Kuliah Pengantar Pendidikan Ditinjau Dari Segi Minat Baca. *Jurnal Bidang Pendidikan Dasar*, 4(1), 38–46.
- Nadhiroh, Y. F. (2015). Pengendalian Emosi. *Jurnal Sainfika Islamica*, 2(1), 53–63.
- Octaviani, R., & Sutriani, E. (2019). Analisis Data Dan Pengecekan Keabsahan Data. *Osf.Io*.
- Ratnasari, L. (2016). Kasmir. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6).
- Hasyim, H. (2016). Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1)
- Agus, S. (2019). Sistem Dokumentasi Dengan Metode Tag Dan Link. *Jurnal Tekno Insentif*, 13(1), 1–8.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33).
- Octaviani, R., & Sutriani, E. (2019). Analisis Data Dan Pengecekan Keabsahan Data. *Osf.Io*.
- Laksana. (2021). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Wedding Organizer (Studi Pada Konsumen Art Project Lampung Di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.

- Afidatur Ro'azah. (2021). Bab Ii Kajian Pustaka Bab Ii Kajian Pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Basuki, K. (2019). Manajemen Produk. *Issn 2502-3632 (Online) Issn 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, 53(9), 1689–1699. [Www.Journal.Uta45jakarta.Ac.Id](http://www.Journal.Uta45jakarta.Ac.Id)