

THE INFLUENCE OF KNOWLEDGE AND PROMOTION ON THE INTEREST OF THE PEOPLE OF PAYAGOTI VILLAGE, PORTIBI DISTRICT USING SHARIA BANK PRODUCTS

Windari¹, Sarmiana Batubara², Duma Sari³

¹IAIN Padangsidimpuan (Perbankan Syariah, FEBI, UIN Syahada Padangsidimpuan)

² IAIN Padangsidimpuan (Perbankan Syariah, FEBI, UIN Syahada Padangsidimpuan)

³ IAIN Padangsidimpuan (Perbankan Syariah, FEBI, IAIN Padangsidimpuan)

wwindariok@gmail.com¹, sarmiana@uinsyahada.ac.id², dumasari@gmail.com⁵

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kurangnya pengetahuan dan promosi masyarakat tentang bank syariah masih minim sehingga masyarakat Desa Payagoti lebih banyak mengerti tentang bank konvensional. Sehingga masyarakat lebih banyak menggunakan produk bank konvensional dibandingkan dengan syariah biarpun masyarakat tersebut sudah mengetahui bahwa bank konvensional tersebut mengandung unsur riba, sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh pengetahuan dan promosi secara simultan memengaruhi minat masyarakat Desa Payagoti Kecamatan Portibi menggunakan produk bank syariah. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan promosi secara langsung memengaruhi minat masyarakat Desa Payagoti Kecamatan Portibi menggunakan produk bank syariah. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengenai pengertian bank syariah, produk bank syariah, produk penghimpun dana, produk penyaluran dana, pengetahuan, promosi dan minat. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan angket dengan jumlah sampel 86 orang. Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS 23. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji realibilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan dan promosi secara simultan mempunyai pengaruh terhadap minat masyarakat Desa Payagoti Kecamatan Portibi menggunakan produk bank syariah.

Kata Kunci: Pengetahuan, Promosi, Minat

ABSTRACT

This research is motivated by the lack of knowledge and promotion of society about Islamic banks is still minimal so that the people of Payagoti Village understand more about conventional banks. So that more people use conventional bank products compared to sharia even though the community already knows that these conventional banks contain usury, so the problem formulation in this study is whether or not the influence of knowledge and promotion simultaneously influences the interests of the people of Payagoti Village, Portibi District using Islamic bank products. The purpose of this study was to determine the effect of knowledge and promotion directly affect the interests of the people of Payagoti Village, Portibi Subdistrict using Islamic banking products. The theory used in this research is about the understanding of Islamic banks, Islamic bank products, fund raising products, fund

distribution products, knowledge, promotions and interests. This research is a quantitative research. The data source used is primary data. Data collection techniques used were interviews and questionnaires with a sample of 86 people. Data processing using SPSS 23. The analysis technique used is the validity test, reliability test, normality test, classic assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination and hypothesis testing. The results showed that the knowledge and promotion variables simultaneously had an influence on the community's interest in Payagoti Village, Portibi Subdistrict using Islamic bank products.

Keywords: Ruling, Promotion, Interest

A. PENDAHULUAN

Salah satu kegiatan yang mendominasi dan sangat dibutuhkan keberadaannya di dunia ekonomi saat ini adalah perbankan, oleh karena fungsinya sebagai penghimpun dana yang sangat berperan demi menunjang pertumbuhan ekonomi suatu bangsa. Sebagai wadah penghimpun dana, lembaga ini mampu melancarkan gerak pembangunan dengan menyalurkan dananya ke berbagai sektor usaha yang dikelola oleh pemerintah. Demikian pula lembaga keuangan ini menyediakan dana bagi pengusaha-pengusaha swasta ataupun kalangan rakyat yang membutuhkan dana bagi kelangsungan usahanya. Dan juga berfungsi berupa jasa bagi kelancaran lalu lintas dan peredaran uang baik nasional maupun antar negara. (Antonio, 2001; Hardana, 2022).

Sesuai dengan branch (label) nya, bank syariah adalah Lembaga keuangan yang operasionalnya berdasarkan kepada syariah Islam. Di satu sisi (pasiva atau liability) bank syariah adalah lembaga keuangan yang mendorong dan mengajak masyarakat untuk ikut aktif berinvestasi melalui berbagai produknya. Sedangkan di lain sisi (aktiva atau

asset) bank syariah aktif untuk melakukan investasi kepada masyarakat.

Sepintas bila dilihat dari secara teknis, bertransaksi di bank syariah dengan yang berlaku di bank konvensional hampir tidak ada perbedaan. Hal ini karena, baik di bank syariah maupun di bank konvensional diharuskan mengikuti aturan teknis perbankan secara umum. Akan tetapi bila diamati lebih dalam, terdapat beberapa perbedaan mendasar diantara keduanya. Diantaranya terletak pada akadnya. Pada bank syariah, semua transaksi harus berdasarkan akad yang dibenarkan oleh syariah Islam. Dengan demikian, semua transaksi itu harus mengikuti kaidah dan aturan yang berlaku pada akad-akad dalam fiqh muamalah. Dengan akad-akad yang ada tersebut bank akan mengimplikasinya dalam berbagai bentuk produk yang ditawarkan kepada masyarakat. Dalam prakteknya ada beberapa produk yang perlu disesuaikan lagi oleh bank syariah dengan akad yang diatur dalam fiqh muamalah. (Nofinawati, 2014)

Bank syariah di Indonesia lahir sejak 1992. Dimana Bank syariah pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia. Pada tahun 1992 hingga 1999, perkembangan

Bank Muamalat Indonesia masih tergolong stagnan. Sejak terjadinya krisis moneter yang melanda Indonesia pada tahun 1997 dan 1998, para bankir melihat bahwa Bank Muamalat Indonesia (BMI) tidak terlalu mengalami dampak krisis moneter. Sehingga para pihak konvensional berfikir bahwa Bank Muamalat Indonesia, merupakan satu-satunya bank di Indonesia yang mampu bertahan terhadap dampak krisis moneter. Sejak tahun 1999, berdirilah sebuah Bank Syariah Mandiri yang merupakan konverensi dari Bank Susila Bakti. Bank Susila Bakti merupakan bank konvensional yang dibeli oleh Bank Dagang Negara, kemudian dikonverensi menjadi Bank Syariah Mandiri, yang merupakan bank syariah yang kedua di Indonesia. (Sholihin, 2011).

Pengetahuan konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Baik itu apa yang akan dibeli, berapa banyak yang dibeli, dimana tempat membeli, dan kapan membelinya, dan hal ini tergantung pada pengetahuan konsumen. Pengetahuan konsumen merupakan semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk, serta pengetahuan lainnya yang berkaitan dengan fungsinya sebagai konsumen. Sama halnya dengan nasabah (pelanggan) merupakan konsumen yang menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh pihak bank.

Sebagaimana diketahui bahwa promosi merupakan salah variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan

oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Kegiatan promosi sebagai alat komunikasi untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Salah satu kegiatan yang dilakukan agar produk atau jasa yang dihasilkan suatu perusahaan diterima oleh masyarakat atau nasabah adalah kegiatan promosi.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas peneliti ingin meneliti lebih mendalam skripsi yang berjudul "Pengaruh Pengetahuan Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Payagoti Menggunakan Produk Perbankan Syariah". Adapun Tujuan Penelitian adalah : 1) Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat Desa Payagoti menggunakan produk bank syariah, 2) Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat masyarakat Desa Payagoti menggunakan produk bank syariah, 3) untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan promosi secara simultan terhadap minat masyarakat Desa Payagoti menggunakan produk bank syariah.

B. METODE

Penelitian ini dilakukan di Desa Payagoti, Kecamatan Portibi. Kabupaten Padang Lawas Utara. Adapun waktu peneliti ini dilaksanakan pada bulan Mei 2019 sampai Tahun 2020. Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. (Sugiyono & Susanto, 2015). Adapun populasi dalam penelitian ini, Masyarakat Desa Payagoti. Jadi jumlah sampel

dari penelitian ini setelah dibulatkan adalah 86 orang. Dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 86 responden yang menggunakan produk bank syariah mandiri. Maka teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah random sampling.

Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuesioner, Dokumentasi. Teknik Analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Berganda, Uji Hipotesis, Koefisien Determinasi (R^2).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Validitas

Tabel IV.1
Hasil Uji Validitas Pengetahuan

Item pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pg-1	0,419	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ $n = 84$ Pada taraf signifikansi 10 % sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1786$	Valid
Pg-2	0,760		Valid
Pg-3	0,780		Valid
Pg-4	0,715		Valid
Pg-5	0,609		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah, 2020)

Tabel IV.2
Hasil Uji Validitas Promosi

Item pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pm-1	0,810	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ $n = 84$ Pada taraf signifikansi 10 % sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1786$	Valid
Pm-2	0,680		Valid
Pm-3	0,259		Valid
Pm-4	0,872		Valid
Pm-5	0,856		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah, 2020)

Tabel IV.3
Hasil Uji Validitas Minat

Item pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Mi-1	0,641	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ $n = 84$ Pada taraf signifikansi 10 % sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1786$	Valid
Mi-2	0,465		Valid
Mi-3	0,741		Valid
Mi-4	0,554		Valid
Mi-5	0,754		valid
Mi-6	0,419		valid

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2020)

2. Hasil Uji Reliabilitas

Tabel IV.4
Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan
Reliability statistics

Cronbach's alpha	N of Item
0,675	5

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2020)

a. Hasil Uji Reliabilitas Promosi

Tabel IV.5
Hasil Uji Reliabilitas Promosi
Reliability statistics

Cronbach's alpha	N of Item
0,749	5

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2020)

b. Hasil Uji Reliabilitas Minat

Tabel IV.6
Hasil Uji Reliabilitas Minat
Reliability statistics

Cronbach's alpha	N of Item
0,645	6

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2020)

3. Hasil Uji Normalitas

Tabel IV.7
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.16149647
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.058
	Negative	-.074
Test Statistic		.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

4. Hasil Uji Asumsi Klasik

Tabel IV.8
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.479	1.801		5.264	.000		
Pg	.183	.130	.171	1.412	.162	.384	2.601
Pm	.581	.120	.588	4.856	.000	.384	2.601

a. Dependent Variable: Mi

a. Hasil Uji Heterokedastisitas

Suatu model regresi dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas apabila titik-titik pada scatterplot regresi tidak membentuk pola tertentu seperti menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hasil uji heterokedastisitas sebagai berikut.

Gambar IV.2
Hasil Uji Heterokedastisitas

5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pengetahuan (X1), promosi (X2) terhadap minat nasabah (Y).

Tabel IV.9
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	9.479	1.801		5.264	.000
Pg	.183	.130	.171	1.412	.162
Pm	.581	.120	.588	4.856	.000

a. Dependent Variable: Mi

6. Hasil Koefisien Determinasi

Tabel IV.10
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.730 ^a	.532	.521	1.175

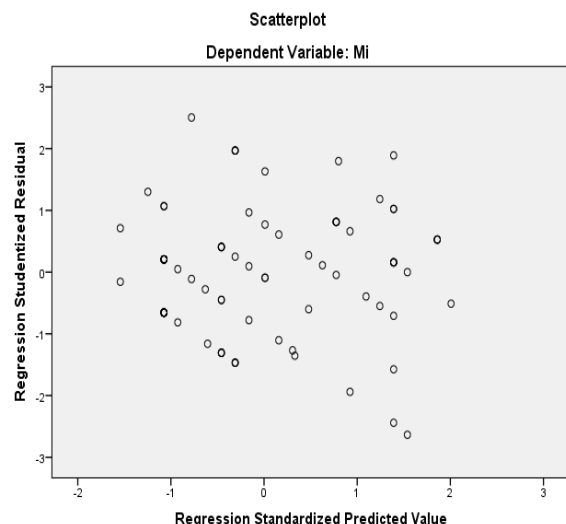
a. Predictors: (Constant), Pm, Pg

b. Dependent Variable: Mi

7. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji t

Statistik digunakan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual (parsial). Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut:



Tabel IV.11
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.479	1.801		5.264	.000
Pg	.183	.130	.171	1.412	.162
Pm	.581	.120	.588	4.856	.000

a. Dependent Variable: Mi

Tabel IV.12
Ringkasan Hasil Uji parsial (uji t)

Variabel	t _{hitung}	t _{tabel}	Keterangan
Pengetahuan (X1)	1,412	t_{tabel}= 1,29171 dengan (df= 84), dan tingkat signifikansi sebesar 0,10	Terdapat pengaruh
Promosi (X2)	4,856		Terdapat pengaruh

Hasil Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

Tabel IV.13
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	130.585	2	65.292	47.259	.000
Residual	114.671	83	1.382		
Total	245.256	85			

a. Dependent Variable: Mi

b. Predictors: (Constant), Pm, Pg

Berdasarkan hasil analisis di atas diketahui bahwa pengetahuan memengaruhi minat masyarakat Desa Payagoti Kecamatan Portibi menggunakan produk bank syariah secara parsial dan hal ini didukung oleh Miranti Wulan Dari dalam penelitiannya menyatakan

bahwa variabel pengetahuan dengan indikator pengetahuan operasional perbankan syariah, pengetahuan tentang produk, pengetahuan manfaat menjadi nasabah, dan pengetahuan tentang bagi hasil. Maka variabel pengetahuan berpengaruh terhadap minat memilih produk pada pt. Bank sumsel babel syariah cabang Palembang. (Toková et al., 2020)

Berdasarkan hasil analisis di atas diketahui bahwa promosi memengaruhi minat minat masyarakat Desa Payagoti Kecamatan Portibi menggunakan produk bank syariah secara parsial dan hal ini diperkuat oleh Ahmad Saifurriza Effasa dan Furi Asfiyatul Ain dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa variabel promosi berpengaruh terhadap minat pedagang muslim dalam menggunakan jasa bank syariah mandiri KC Sumberrejo-Bojonegoro. (Azwar, 2004) Sehingga indikator promosi terbukti berpengaruh terhadap rendahnya minat pedagang muslim dalam menggunakan jasa Bank Syariah Mandiri KC Sumberrejo.

Pada hasil penelitian menunjukkan faktor promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap rendahnya minat pedagang muslim dalam menggunakan jasa bank Bank Syariah Mandiri KC Sumberrejo. Hasil penelitian sesuai dengan hipotesis yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap rendahnya minat.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu dari jurnal Ahmad Fauzi bahwa pengetahuan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat pesantren menggunakan produk perbankan syariah di daerah Istimewa Yogyakarta. (Ahmad Fauzi, 2013:53). Bahwa masyarakat pondok pesantren sebagian besar mengetahui dan paham akan penggunaan produk bank syariah, yang dapat menghindari mereka dengan adanya praktek riba dalam dunia perbankan saat ini.

Penelitian Rezha Apruli berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah mandiri kc. Ciledug. (Aprulli, 2018) Untuk variabel bebas yaitu promosi dengan variabel terikatnya minat masyarakat di Bank Syariah Mandiri KC. Ciledug

dari persamaan regresi terlihat bahwa parameter koefisien regresi untuk variabel promosi adalah positif terhadap minat masyarakat menabung di Bank syariah Mandiri KC. Ciledug. Dengan demikian setiap terjadi peningkatan variabel promosi, maka minat masyarakat menabung di Bank Syariah Mandiri KC. Ciledug juga akan mengalami peningkatan.

1. Uji koefisien determinasi pengetahuan dan promosi terhadap minat masyarakat Desa Payagoti Kecamatan Portibi menggunakan produk bank syariah sebesar 53,2% sedangkan sisanya 46,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.
2. Analisis regresi berganda memperoleh persamaan regresinya yaitu:

$$M_i = \alpha + b_1P_g + b_2P_m + e$$

Atau

$$M_i = 9,479 + 0,183P_g + 0,581P_m + 1,801$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 9,479 artinya apabila variabel pengetahuan, promosi, dianggap konstan atau 0 maka minat masyarakat Desa Payagoti Kecamatan Portibi menggunakan produk bank syariah adalah sebesar 9,479.
- b. apabila variabel pengetahuan meningkat 1 persen, maka minat masyarakat Desa Payagoti Kecamatan Portibi menggunakan produk bank syariah akan meningkat sebesar :

$$= 0,183 + 9,479$$

$$= 9,662, \text{ maka naik,}$$

$$= 9,662 \times 100\%$$

$$= 9,662\%$$

- c. Apabila variabel promosi meningkat 1 satuan, maka minat masyarakat Desa Payagoti Kecamatan Portibi menggunakan produk bank syariah akan meningkat sebesar :

$$= 0,581 + 9,479$$

$$= 10,06, \text{ maka naik}$$

$$= 10,06 \times 100\%$$

$$= 10,06\%.$$

Dari hasil uji multikolinieritas diketahui bahwa nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka dapat dinyatakan bebas dari multikolinieritas. Selanjutnya hasil uji heterokedastisitas diketahui bahwa titik-titik scatterplot regresi tidak membentuk pola tertentu seperti menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dinyatakan bahwa model regresi ini tidak terjadi heterokedastisitas.

D. PENUTUP

1. Kesimpulan

Pada Analisis regresi berganda memperoleh persamaan regresinya sebagai berikut: $M_i = 9,479 + 0,183P_g + 0,581P_m + 1,801$, Konstanta sebesar 9,479 artinya apabila variabel pengetahuan, promosi, dianggap konstan atau 0 maka minat masyarakat Desa Payagoti Kecamatan Portibi menggunakan produk bank syariah adalah sebesar 9,479. Apabila variabel pengetahuan meningkat 1 persen, maka minat masyarakat Desa Payagoti Kecamatan Portibi menggunakan produk bank

syariah akan meningkat sebesar $= 0,183 + 9,479$
 $= 9,662$, maka naik $9,662 \times 100\% = 9,662\%$.
Apabila variabel promosi meningkat 1 satuan,
maka minat masyarakat Desa Payagoti
Kecamatan Portibi menggunakan produk bank
syariah akan meningkat sebesar $= 0,581 + 9,479$
 $= 10,06$, maka naik $10,06 \times 100\% = 10,06\%$

Berdasarkan Uji t terdapat pengaruh
pengetahuan terhadap minat masyarakat Desa
Payagoti Kecamatan Portibi menggunakan
produk bank syariah secara parsial, terlihat dari
nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,412 > 1,29171$). Berdasarkan
Uji t terdapat pengaruh promosi secara parsial
promosi terhadap minat masyarakat Desa
Payagoti Kecamatan Portibi menggunakan
produk bank syariah Berdasarkan Uji t, terlihat
dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,856 > 1,29171$).
Berdasarkan uji F terdapat pengaruh
pengetahuan dan promosi mempunyai pengaruh
terhadap minat masyarakat Desa Payagoti
Kecamatan Portibi menggunakan produk bank
syariah secara simultan, terlihat dari nilai F_{hitung}
 $> F_{tabel}$ ($47,259 > 2,37$).

2. Saran

Semoga adanya pengetahuan masyarakat
terhadap minat masyarakat menggunakan
produk perbankan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab,
Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif
Islam Jakarta: Penada Media, 2004.
Adrianto, Manajemen Bank Syariah
Implementasi Teori dan Praktek CV.
Penerbit Qiara Media, 2019.
Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: dari teori
ke praktik*. Gema Insani.

Amsal Bakhtiar, Filsafat Ilmu Jakarta: PT.Raja
Grafindo Persada, 2010.

Arikunto S, Evaluasi Pendidikan Jakarta: Rineka
Cipta, 1994.

Ahmad Tafsir, Filsafat Umum Akal dan Hati
Sejak Thales Sampai Capra Bandung: PT
Remaja Rosdakarya, 2003.

Choirul Mahfud, Pendidikan Multikultural
Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.

Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar
Indonesia Jakarta: Balai Pustaka, 2005.

Dedy Mulyana, Metode Penelitian Kualitatif
Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006.

Aprulli, R. (2018). *Pengaruh Promosi Terhadap
Minat Masyarakat Menabung Di PT. Bank
Syariah Mandiri Kantor Cabang Ciledug
Kota Tangerang*. Fakultas Agama Islam.

Azwar, S. (2004). Metode Penelitian, Cet.
Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Hardana, A. (2022). IMPLEMENTASI AKAD
MURABAHAH UNTUK PEMBIAYAAN
MODAL USAHA DI BANK SYARIAH
INDONESIA SIPIROK. *Jurnal Pengabdian
Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan
Perubahan*, 2(4).

smail, Perbankan Syariah Jakarta:
Prenadamedia Group, 2014.

Kasmir, Manajemen Perbankan Jakarta:
Rajawali Pers, 2012.

Muhammad Uzer Usman, Menjadi Guru
Profesional Bandung: PT. Remaja
Rosdakarya, 2003 cet, ke-25.

Muhammad, Metodologi Penelitian Ekonomi
Islam Jakarta: Raja Wali Press, 2009.

Mudrajad Kuncoro, Metode Riset Bisnis dan
Ekonomi Jakarta: PT. Raja Grafindo
Persada, 2010.

Mardalis, Metode Penelitian Suatu Pendekatan
Proposal Jakarta: Bumi Aksara, 2007

- Sholihin, I. (2011). *Akuntansi Bank: Teori dan Aplikasi dalam Rupiah*.
- Sugiyono, S., & Susanto, A. (2015). Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel Teori dan Aplikasi untuk Analisis Data Penelitian. *Alfabeta, Bandung*.
- Toková, L., Igaz, D., Horák, J., & Aydin, E. (2020). Effect of biochar application and re- application on soil bulk density, porosity, saturated hydraulic conductivity, water content and soil water availability in a silty loam Haplic Luvisol. *Agronomy, 10(7)*, 1005.