

BAB II LANDASAN TEORI

A. Minat

1. Pengertian Minat

Secara sederhana, minat (*interest*) berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Minat tidak termasuk istilah populer dalam Psikologi karena ketergantungannya yang banyak pada faktor-faktor internal lainnya seperti: pemusatan perhatian, keingintahuan, motivasi dan kebutuhan. (Syah, 2012:152)

Minat secara umum dapat diartikan sebagai rasa tertarik yang ditunjukkan oleh individu kepada suatu objek, baik objek berupa benda hidup maupun benda yang tidak hidup. Sedangkan minat belajar dapat diartikan sebagai rasa tertarik yang ditunjukkan oleh peserta didik dalam melakukan aktivitas belajar, di rumah, sekolah, dan masyarakat. (Hadis dan Nurhayati 2010:44)

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008:916) arti kata minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan. Minat merupakan sebuah motivasi intrinsik sebagai kekuatan pembelajaran yang menjadi daya penggerak seseorang dalam melakukan aktivitas tersebut merupakan proses pengalaman belajar yang dilakukan dengan penuh kesadaran dan mendatangkan senang, suka, dan gembira.

Minat yang merupakan kecenderungan secara sadar seseorang tidak muncul begitu saja, minat terbentuk melalui pertumbuhan, kematangan berpikir, proses belajar dan pengalaman. Minat dapat berubah sesuai dengan fase perkembangan dan pertumbuhan seseorang. (Fitria, dan Yani, Volume I No. II : 2015)

Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya. Jadi minat dapat diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan bahwa siswa lebih menyukai suatu hal daripada hal lainnya, dapat pula dimanifestasikan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas. Minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian. (Djaali, 2012 : 121)

Mengembangkan minat terhadap sesuatu pada dasarnya adalah membantu siswa melihat bagaimana hubungan antara materi yang diharapkan untuk dipelajari dengan dirinya sendiri sebagai individu. Proses ini menunjukkan pada siswa bagaimana pengetahuan atau kecakapan tertentu mempengaruhi dirinya, melayani tujuan-tujuannya, memuaskan kebutuhan-kebutuhannya. Bila siswa menyadari bahwa belajar merupakan suatu alat untuk mencapai beberapa tujuan yang dianggapnya penting, dan bila siswa melihat bahwa hasil dari pengalaman belajarnya akan membawa kemajuan pada dirinya, kemungkinan besar ia akan berminat dan termotivasi untuk mempelajarinya. (Slameto, 2010 : 180)

Minat adalah kecenderungan jiwa yang tetap ke jurusan suatu hal yang berharga bagi orang. Sesuatu yang berharga bagi seseorang adalah yang sesuai dengan kebutuhannya. itu didasarkan pada anggapan bahwa pada waktu orang memuaskan satu tingkat kebutuhan tertentu, mereka ingin bergeser ke tingkat yang lebih tinggi.

Dari berbagai pendapat diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa minat adalah kecenderungan jiwa yang dapat memberikan dorongan kepada individu yang menyebabkan individu itu memperhatikan, tertarik, merasa senang dan melakukan perbuatan yang berhubungan dengan objek yang dilakukan dengan aktif karena objek itu ada sangkut pautnya dengan kebutuhan-kebutuhan pada dirinya. adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat belajar yaitu : (1) minat yang disengaja : minat yang disengaja timbul adanya perangsang dari luar diri manusia seperti pengaruh lingkungan, dorongan dari teman dan sebagainya. (2) minat tidak sengaja: minat ini timbul dengan sendirinya karena adanya kemauan.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

a. Faktor Sosial

Prilaku seseorang dipengaruhi oleh faktor sosial seperti keluarga, masyarakat, kondisi sekolah serta teman sebaya. (Djaali, 2012 : 36)

1) Keluarga

Situasi keluarga (ayah, ibu, saudara, adik, kakak, serta keluarga) sangat berpengaruh terhadap keberhasilan anak dalam keluarga.

Pendidikan orang tua, status ekonomi, rumah kediaman, persentase

hubungan orang tua, perkataan, dan bimbingan orang tua, mempengaruhi pencapaian hasil belajar anak.

2) Masyarakat

Seperti lingkungan masyarakat perindustrian, pertanian, atau lingkungan perdagangan. Dikenal pula lingkungan masyarakat akademik atau lingkungan yang para anggota masyarakat pada umumnya terpelajar atau terdidik. Lingkungan kehidupan semacam itu akan membentuk sikap anak dalam menentukan pola kehidupan, yang pada gilirannya akan mempengaruhi pemikiran dalam menentukan jenis pendidikan dan karir yang diidamkan.

3) Kondisi Sekolah

Merupakan lingkungan yang langsung berpengaruh terhadap kehidupan pendidikan dan cita-cita karir remaja. Lembaga pendidikan atau sekolah yang baik mutunya, yang memelihara kedisiplinan cukup tinggi, akan sangat berpengaruh terhadap pembentukan sikap dan prilaku kehidupan pendidikan anak dan pola pikirnya dalam menghadapi karier.

4) Lingkungan Kehidupan Teman Sebaya

Bahwa pergaulan teman sebaya akan memberikan pengaruh terhadap kehidupan pendidikan masing-masing remaja. Lingkungan teman sebaya akan memberikan peluang bagi remaja (laki-laki atau perempuan) untuk menjadi lebih matang. Di dalam kelompok sebaya berkesempatan seorang gadis untuk menjadi

seorang wanita dan perjaka untuk menjadi seorang laki-laki serta belajar mandiri sesuai dengan kodratnya.

b. Faktor Pribadi

Faktor pribadi juga mempengaruhi karakteristik seseorang yang meliputi daya tarik, perubahan fisik, pembentukan diri, serta konsep diri. (Djaali, 2012 : 65)

1) Daya Tarik

Orang yang dinilai oleh lingkungannya menarik biasanya memiliki lebih banyak karakteristik kepribadian yang diinginkan daripada orang yang dinilai kurang menarik, dan bagi mereka yang memiliki karakteristik menarik akan memperkuat sikap sosial yang menguntungkan.

2) Perubahan Sifat

Perubahan kepribadian dapat disebabkan oleh adanya perubahan kematangan sifat yang mengarah kepada kebaikan kepribadian. Akan tetapi, perubahan sifat yang mengarah pada klimakterium dengan meningkatnya usia dianggap sebagai suatu kemunduran menuju kearah yang lebih buruk. Sebenarnya masih banyak lagi hal-hal yang mempengaruhi kepribadian, tetapi tidak dapat seluruhnya disampaikan disini mengingat keterbatasan-keterbatasan yang ada.

3) Pengaruh Budaya

Dalam menerima budaya anak mengalami tekanan untuk mengembangkan pola kepribadian yang sesuai dengan standar yang ditentukan budayanya.

4) Konsep Diri

Pandangan seseorang tentang dirinya sendiri yang menyangkut apa yang ia ketahui dan rasakan tentang perilakunya, isi pikiran dan perasaannya, serta bagaimana prilakunya tersebut berpengaruh terhadap orang lain. Disini konsep diri yang dimaksud adalah bayangan seseorang tentang keadaan dirinya sendiri pada saat ini dan bukanlah bayangan ideal dari dirinya sendiri sebagaimana yang diharapkan atau yang disukai oleh individu bersangkutan. Konsep diri berkembang dari pengalaman seseorang tentang berbagai hal mengenai dirinya sejak ia kecil, terutama yang berkaitan dengan perlakuan orang lain terhadap dirinya.

c. Faktor Psikologi

Ada empat faktor psikologis utama yang dapat mempengaruhi pilihan konsumen, yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran serta sikap konsumen itu sendiri. (Hamzah, 2014 : 3)

1) Motivasi

Motivasi adalah kekuatan yang mendorong dari dalam diri manusia yang membuat dirinya melakukan sesuatu. Dorongan tersebut disebabkan oleh suatu kebutuhan yang belum terpenuhi.

2) Persepsi

Persepsi adalah proses pemberian arti terhadap lingkungan oleh seseorang individu. Oleh karena itu tiap orang memberikan arti kepada stimulus, maka individu yang berbeda-beda akan melihat sesuatu yang sama dengan cara yang berbeda.

3) Pembelajaran

Proses belajar terjadi apabila pembeli ingin menggapai dan memperoleh suatu keputusan, atau sebaliknya terjadi apabila pembeli merasa dikecewakan oleh produk yang kurang baik. Pembelajaran dihasilkan melalui perpaduan kerja antara dorongan, rangsangan, petunjuk bertindak, tanggapan dan pengukuhan.

4) Keyakinan dan Sikap

Keyakinan (*believe*) merupakan gambaran pemikiran yang dimiliki seseorang mengenai suatu hal. Salah satu elemen yang menonjol adalah perasaan emosional baik yang positif maupun yang negatif terhadap barang dan jasa.

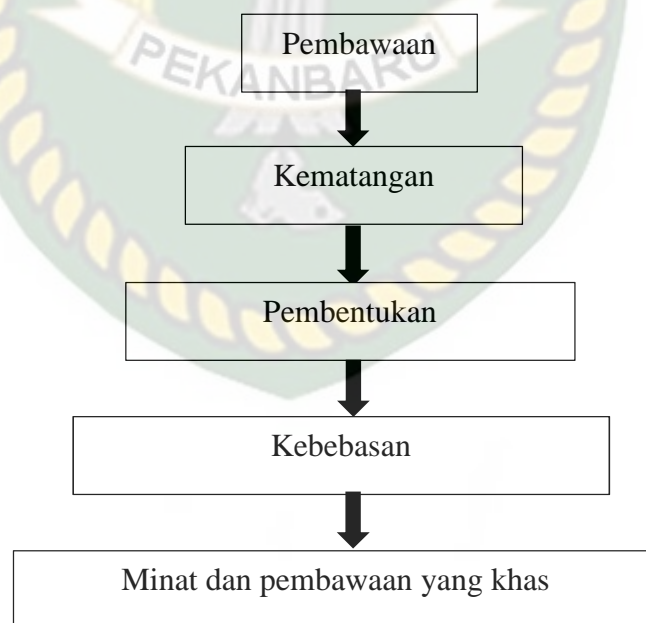
Sikap (*attitude*) adalah merupakan faktor penentu perilaku, karena sikap itu berhubungan dengan persepsi, kepribadian motivasi. Sikap juga sebagai bahan evaluasi, perasaan emosional dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap suatu objek atau gagasan.

d. Faktor Inteligensi

Apabila kita telesuri asal-usulnya, kata “inteleksi” erat sekali hubungannya dengan kata “intelekt”. Hal itu bisa dimaklumi sebab keduanya berasal dari kata Latin yang sama, yaitu *intellegere*, yang berarti memahami. Berdasarkan pemahaman ini, bisa kita simpulkan bahwa intelekt adalah daya atau potensi untuk memahami, sedangkan intelektensi adalah aktifitas atau perilaku yang merupakan perwujudan dari daya atau potensi tersebut.

Menurut Vaan Hoes, intelektensi merupakan kecerdasan jiwa. Hal ini karena adanya beberapa faktor yang mempengaruhinya. Adapun faktor yang mempengaruhi intelektensi antara lain sebagai berikut :

Gambar 3 : Menurut Vaan Hoes Faktor Inteleksi



Sumber : Djaali, 2012 : 72-73

1) Faktor pembawaan

Dimana faktor ini ditentukan oleh sifat yang dibawa sejak lahir. Batas kesanggupan atau kecakapan seseorang dalam memecahkan masalah, antara lain ditentukan oleh faktor bawaan. Oleh karena itu, di dalam satu kelas dapat dijumpai anak yang bodoh, agar pintar, dan pintar sekali, meskipun mereka menerima pelajaran dan pelatihan yang sama.

2) Faktor kematangan

Dimana tiap organ dalam tubuh manusia mengalami pertumbuhan dan perkembangan. Setiap organ manusia baik fisik maupun psikis, dapat dikatakan telah matang. jika ia telah tumbuh dan berkembang hingga mencapai kesanggupan fungsi masing-masing.

3) Faktor pembentukan

Pembentukan adalah segala keadaan diluar diri seseorang yang mempengaruhi perkembangan inteligensi. seperti yang dilakukan disekolah dan pembentukan yang tidak sengaja, misalnya pengaruh alam sekitar.

4) Faktor kebebasan

Yang berarti manusia dapat memilih metode tertentu dalam memecahkan masalah yang dihadapi. Disamping memilih kebebasan memilih metode, juga bebas dalam memilih masalah yang sesuai dengan kebutuhannya.

5) Faktor minat dan pembawaan yang khas

Dimana minat mengarahkan perbuatan kepada suatu tujuan dan merupakan dorongan bagi perbuatan itu. Dalam diri manusia terdapat dorongan atau motif yang mendorong manusia untuk berinteraksi dengan dunia luar, sehingga apa yang diminati oleh manusia dapat memberikan dorongan untuk berbuat lebih giat dan lebih baik.

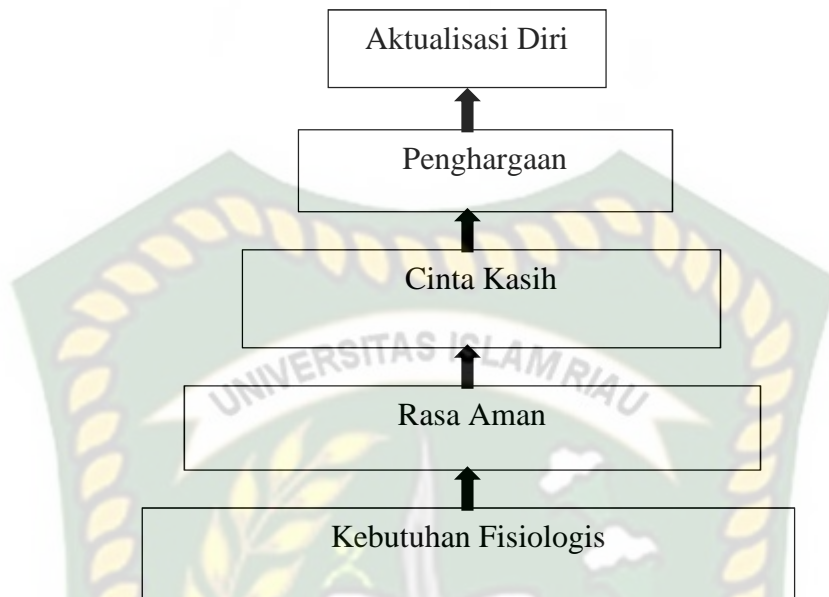
Kelima faktor itu saling terkait satu dengan yang lain. Jadi, untuk menentukan kecerdasan seseorang, tidak dapat hanya berpedoman kepada salah satu faktor tersebut. (Djaali, 2012 : 72-73)

e. Faktor Kebutuhan

Menyatakan bahwa kebutuhan manusia secara hirarkis semuanya laten dalam diri manusia. Kebutuhan tersebut mencakup kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan kasih sayang, kebutuhan penghargaan, dan kebutuhan aktualisasi diri.

Yang dapat dikemukakan faktor kebutuhan oleh hierarki Abraham Maslow yang terdapat lima tingkat kebutuhan seperti terlihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 4 : Hierarki Kebutuhan Abraham Maslow



Sumber : Hamzah, 2014 : 41

1) Kebutuhan Fisiologis

Kebutuhan yang dipuaskan untuk dapat tetap hidup. Seperti: makanan, perumahan, pakaian, udara untuk bernapas, dan sebagainya.

2) Kebutuhan akan merasa aman

Ketika kebutuhan fisiologis seseorang telah dipuaskan, perhatian dapat diarahkan kepada kebutuhan akan keselamatan. Keselamatan itu termasuk merasa aman dari setiap jenis ancaman fisik atau kehilangan, serta merasa terjamin. Pada waktu seseorang telah mempunyai pendapatan cukup untuk memenuhi semua kebutuhan kejiwaan. seperti, membeli makanan dan perumahan, perhatian diarahkan kepada menyediakan diri masuk perserikatan pekerjaan dan sebagainya.

3) Kebutuhan akan cinta kasih atau kebutuhan sosial

Ketika seseorang telah memuaskan kebutuhan fisiologis dan rasa aman, kepentingan berikutnya adalah hubungan antar manusia. Cinta dan kasih sayang yang diperlukan pada tingkat ini, mungkin disadari melalui hubungan-hubungan antara pribadi yang mendalam, tetapi juga yang dicerminkan dalam kebutuhan untuk menjadi bagian berbagai kelompok sosial. Dalam kaitannya dengan pekerjaan, sementara orang mungkin melakukan pekerjaan tertentu karena kebutuhan mendapatkan uang untuk memelihara gaya hidup dasar. Akan tetapi, mereka juga menilai pekerjaan dengan dasar hubungan kemitraan sosial yang ditimbulkannya.

4) Kebutuhan akan penghargaan

Percaya diri dan harga diri maupun kebutuhan akan pengakuan orang lain. Dalam kaitannya dengan pekerjaan, hal itu berarti memiliki pekerjaan yang dapat diakui sebagai bermanfaat, menyediakan sesuatu yang dapat dicapai, serta pengakuan umum dan kehormatan di dunia luar.

5) Kebutuhan aktualisasi diri

Kebutuhan tersebut ditempatkan paling atas pada Hierarki Abraham Maslow dan berkaitan dengan keinginan pemenuhan diri. Ketika semua kebutuhan lain sudah dipuaskan, seseorang ingin mencapai secara penuh potensinya. Tahap terakhir itu mungkin tercapai hanya oleh beberapa orang.

f. Faktor Bauran Promosi

Bauran promosi adalah salah satu komponen yang menjadikan prioritas dari kegiatan pemasaran. Dengan adanya promosi maka konsumen akan mengetahui bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang akan menggoda konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian. Banyak yang mengatakan bahwa kegiatan promosi identik dengan dana yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin besar dana yang dimiliki oleh suatu perusahaan umumnya akan menghasilkan promosi yang juga gencar. Dana yang terbatas dapat diatasi dengan inovasi yang lebih cerdas dan tepat. Salah satu solusi yang dapat dilakukan adalah dengan menganalisis keunggulan produk, modal lain yang dimiliki oleh perusahaan, dan segmen pasar yang terdidik. Dengan mempertimbangkan faktor strategi pemasaran yang telah kita bahas, maka promosi dapat dilakukan dengan lebih cerdas dan efisien serta tepat sasaran. (Hermawan, 2012 : 38-39)

Menurut Philip Kotler dan Armstrong, *promotion tools* didefinisikan sebagai berikut :

1) Periklanan (*Advertising*)

Bentuk presentasi nonpersonal dan promosi barang jasa, dan gagasan yang dibayar oleh sponsor tertentu.

2) Penjualan Perorangan (*Personal Selling*)

Persentasi perorangan oleh wiraniaga (orang dibagian sales dan marketing) perusahaan untuk penjualan dan hubungan dengan pelanggan.

3) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Perangsang jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan barang atau jasa.

4) Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Membangaun hubungan baik dengan khalayak untuk mendapatkan publikasi untuk membuat citra perusahaan yang baik.

Menurut penulis lain (Al-Arif, 2012 : 174 – 185), bauran promosi dapat didefenisikan sebagai berikut :

1) Periklanan

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh perusahaan yang digunakan oleh perusahaan. Tujuan promosi lewat iklan adalah berusaha untuk menarik dan mempengaruhi nasabah lama dan calon nasabah.

2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Disamping promosi lewat iklan, promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan. Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah.

3) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Kegiatan promosi penjualan pribadi adalah yang paling sering diidentikkan sebagai pemasaran oleh masyarakat. dalam dunia penjualan pribadi untuk penjualan *door to door*.

4) Publisitas

Dimana kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, pembukaan stan promosi, sponsorship kegiatan, program *Corporate Social Responsibility* (CSR), mendukung atau berperan serta dalam kegiatan amal, seperti penggalangan dana, bencana alam, serta kegiatan lainnya.

Keempat komponen pemasaran yang telah dipaparkan di atas harus dapat dilakukan secara sinkron agar dapat menghasilkan strategi pemasaran yang baik dalam jangka panjang. Ada beberapa hal yang dapat disimpulkan, bahwa membuat produk atau jasa yang diinginkan harus adanya koordinasi yang baik.

Gambar 5 : Proses Bauran Promosi

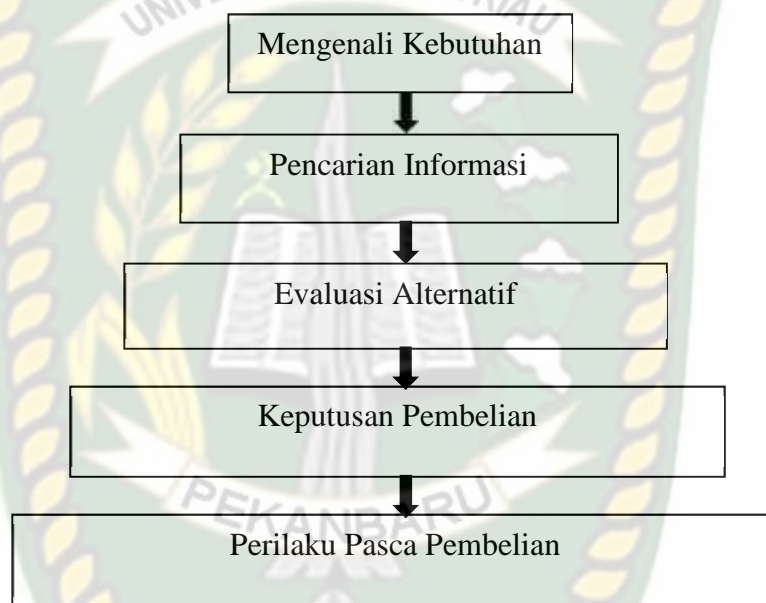


Sumber : Rianto, 2012 : 174-185

g. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen

Proses pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian berikut: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Seperti pada gambar berikut :

Gambar 6 : Proses Pengambilan Keputusan Konsumen



Sumber : Nugroho J. Setiadi (2013 : 14)

Pada gambar di atas menjelaskan bahwa konsumen melewati kelima tahap seluruhnya pada setiap pembelian. Namun pembelian yang lebih rutin, konsumen sering kali melompati atau membalik beberapa tahap ini.

Secara perinci tahap-tahap tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

1) Pengenalan Masalah

Proses membeli diawali saat pembelian menyadari adanya masalah kebutuhan. Pembeli menyadari terdapat perbedaan antara kondisi sesungguhnya dan kondisi yang diinginkannya. Kebutuhan ini dapat disebabkan oleh rangsangan internal maupun eksternal.

2) Pencarian Informasi

Seorang konsumen yang mulai timbul minatnya akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak. Kita dapat membedakan dua tingkat yaitu keadaan tingkat pencarian informasi yang sedang-sedang saja yang disebut perhatian yang meningkat. Proses pencarian secara aktif dimana ia mencari bahan-bahan bacaan, menelepon teman-temannya, dan dan kegiatan untuk mempelajari yang lain.

Umumnya jumlah aktivitas pencarian konsumen akan meningkat bersamaan dengan konsumen berpindah dari situasi pemecahan masalah yang ekstensif. Salah satu faktor kunci pemasar adalah sumber-sumber informasi utama yang dipertimbangkan oleh konsumen dan pengaruh relatif dari masing-masing sumber terhadap keputusan membeli.

Sumber-sumber informasi konsumen dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok, yaitu:

- a) Sumber pribadi : keluarga , teman tetangga, dan kenalan
- b) Sumber komersial : iklan, tenaga penjualan, penyalur kemasan, dan pameran
- c) Sumber umum : media massa dan organisasi konsumen
- d) Sumber pengalaman : pernah menangani, menguji, dan menggunakan produk

Secara umum konsumen menerima informasi, terbanyak dari suatu produk dari sumber komersial, yaitu sumber yang didominasi oleh para pemasar. Pada sisi lain, informasi yang paling efektif justru berasal dari sumber-sumber pribadi. Setiap sumber informasi melaksanakan suatu fungsi yang agak berbeda dalam mempengaruhi keputusan pembeli. Informasi komersial umumnya melaksanakan fungsi memberi tahu, sedangkan sumber pribadi melaksanakan sumber legimitasi dan evaluasi.

Karena itu, suatu perusahaan harus “menyusun strategi” agar mereknya masuk ke perangkat pengenalan, perangkat pertimbangan, dan perangkat pilihan dari calon pembeli.

3) Evaluasi Alternatif

Kebanyakan model dari proses evaluasi konsumen sekarang bersifat kognitif, yaitu mereka memandang konsumen sebagai bentuk penilaian terhadap produk terutama berdasarkan pada

pertimbangan yang sadar dan rasional. Konsumen mungkin mengembangkan seperangkat kepercayaan merek tentang dimana setiap merek berada pada ciri masing-masing. Kepercayaan menimbulkan citra merek.

4) Keputusan Konsumen

Pada tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi terhadap merek-merek yang terdapat pada perangkat pilihan. Konsumen juga ingin membentuk tujuan membeli untuk merek yang disukai. Walaupun demikian, dua faktor dapat mempengaruhi tujuan membeli dan keputusan membeli. Faktor yang pertama adalah sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain akan mengurangi alternatif pilihan seorang akan tergantung pada dua hal:

- a) intensitas sikap negatif orang lain tersebut terhadap alternatif pilihan konsumen.
- b) motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain tersebut. Semakin tinggi intensitas sikap negatif orang lain tersebut akan semakin dekat hubungan orang tersebut dengan konsumen, maka semakin besar kemungkinan konsumen akan menyesuaikan tujuan pembelianya.

5) Perilaku sesudah pembelian

Sesudah pembelian terhadap suatu produk yang dilakukan konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau tidak kepuasan. Konsumen juga akan terlibat dalam tindakan sesudah pembelian dan penggunaan produk yang menarik minat pemasar. Pekerjaan pemasar tidak akan berakhir pada saat suatu produk dibeli, tetapi akan terus berlangsung hingga periode sesudah pembelian.

6) Kepuasan sesudah pembelian

Setelah membeli suatu produk seorang konsumen mungkin mendeteksi adanya suatu cacat. Beberapa pembeli tidak akan menginginkan produk cacat tersebut, yang lainnya akan bersifat netral dan beberapa bahkan mungkin melihat cacat itu sebagai sesuatu yang meningkatkan nilai dari produk. (Setiadi, 2013 :18)

B. Perbankan Syariah

1. Pengertian Perbankan Syariah

Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah memiliki fungsi menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi dari pihak pemilik dana. Fungsi lainnya ialah menyalurkan dana kepada pihak lain yang membutuhkan dana dalam bentuk jual beli maupun kerja sama usaha. (Ismail, 2011 : 32)

Istilah lain yang digunakan untuk sebutan bank Islam adalah bank syariah. Secara akademik, istilah Islam dan syariah memang mempunyai pengertian yang berbeda. Namun secara teknis untuk penyebutan bank Islam dan bank syariah mempunyai pengertian yang sama. Menurut Ensiklopedia Islam, bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariat Islam. (Sumitro, 2004 : 05)

2. Dasar Hukum Regulasi Perbankan Syariah

Dengan disahkannya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, perbankan bagi hasil diakomodasi. Dalam UU tersebut, Pasal 13 ayat (c) menyatakan bahwa salah satu usaha Bank Perkreditan Rakyat (BPR) menyediakan pembiayaan bagi nasabah berdasarkan prinsip bagi hasil sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan dalam peraturan pemerintah. Menanggapi pasal tersebut, pemerintah pada tanggal 30 Oktober 1992 telah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 1992 tentang Bank berdasarkan prinsip bagi hasil dan diundangkan pada tanggal 30 Oktober 1992 dalam lembaran negara Republik Indonesia No.119 Tahun 1992. Demi menjalankan perannya, prinsip bagi hasil kemudian dijabarkan dalam S.E. BI No. 25/4/BPPP tanggal 29 Februari 1993. Kemudian pada tahun 1998, terbit Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Di dalamnya terdapat berbagai perubahan yang

memberikan peluang yang lebih besar bagi pengembangan perbankan syariah. Terakhir, adalah diterbitkannya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang semakin mendinamisasi perkembangan bank syariah di tanah air. (Basuki, Volume 9 No. II : 2017).

Untuk menetapkan landasan teoritis terhadap terbentuknya bank Islam, di kemukakan oleh (Ismail, 2011 : 19). bersumber dari adanya larangan riba dalam Al-Quran sebagai berikut : firman Allah SWT (QS. Al-Baqarah : 275-276)

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

﴿٢٧٦﴾ يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُرْبِي الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ ﴿٢٧٥﴾

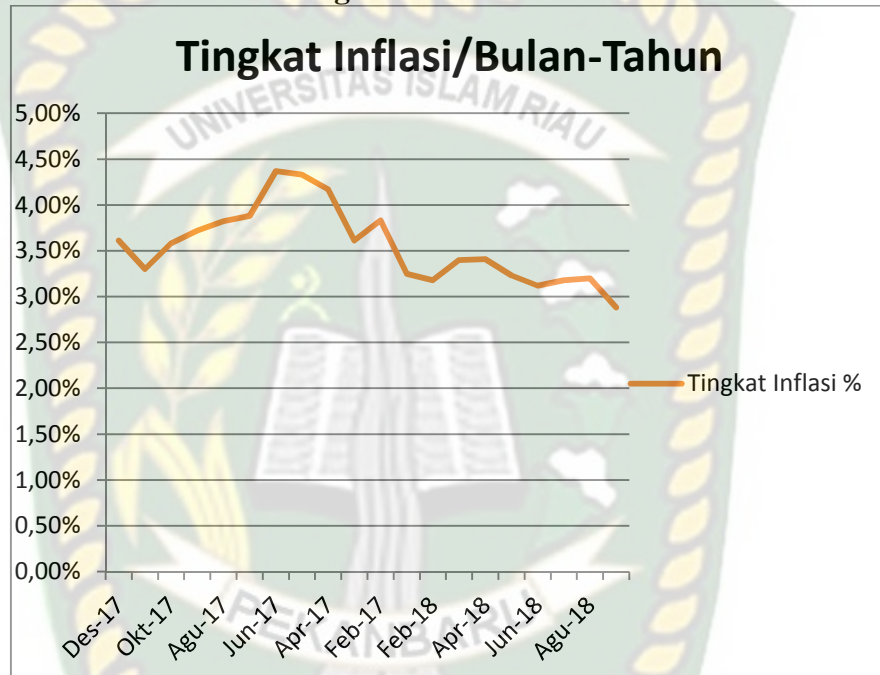
Artinya : “275. Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya. 276. Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah. Dan Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa”. (Departemen Agama RI, 2013 : 36).

3. Dampak Riba Bagi Perekonomian Negara

1. Penyebab Utama Inflasi

Secara sederhana inflasi diartikan sebagai meningkatnya harga-harga secara umum dan terus menerus. (situs resmi BI).

Gambar 7 : Grafik Tingkat Inflasi Di Indonesia



Sumber : Data BI, 2018

Penyebab utama inflasi adalah riba, karena produsen yang mendapat modal dari pinjaman yang berbunga pasti akan menambah bunga yang harus dibayarkan kepada peminjam ke dalam harga barang produksi. Jadi harga jual barang yang diproduksi sama dengan biaya produksi ditambah riba. (Ar-Razi dalam Mafatih al Ghaib, 2017 :14).

Dan saat suku bunga turun maka permintaan kredit akan menjadi tinggi. Bank-bank memberikan kredit jauh lebih besar dari fisik uang yang mereka miliki. Bila jumlah uang lebih banyak dari yang

semestinya maka terjadilah inflasi karena meningkatnya permintaan.
(Dr. Abdullah Al Umrani dalam Al Manfa'atu Fil Qardh, 2016 : 3).

2. Menghambat Laju Pertumbuhan Ekonomi

“Suku bunga menghambat pertumbuhan ekonomi, karena suku bunga menghalangi laju gerak modal menuju kebebasan. Jika suku bunga mungkin dihapuskan maka modal akan bergerak laju dan tumbuh dengan cepat”. (Jhon Maynard Keynes, 2008 : 10).

3. Krisis Ekonomi Global

Krisis ekonomi yang menimpa dunia ini bersumber secara umum kepada hutang-hutang riba yang berlipat-lipat pada banyak perusahaan besar maupun kecil. Lalu banyak Negara modern mengetahui hal itu sehingga mereka membatasi persentase bunga ribawi. Namun hal itu tidak menghapus bahaya riba. (Sheren Chamila Fahmi, 2015 : 4).

C. SMK (Sekolah Menengah Kejuruan)

1. Pengertian SMK

Pendidikan menengah adalah pendidikan yang mempersiapkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan mengadakan hubungan timbal balik dengan lingkungan sosial budaya, dan alam sekitar, serta dapat mengembangkan kemampuan lebih lanjut dalam dunia kerja atau pendidikan tinggi.

Pendidikan menengah terdiri dari pendidikan menengah umum dan pendidikan menengah kejuruan. Pendidikan menengah umum diselenggarakan selain untuk mempersiapkan peserta didik mengikuti

pendidikan tinggi, juga untuk memasuki lapangan kerja. Pendidikan menengah kejuruan diselenggarakan untuk memasuki lapangan kerja atau mengikuti pendidikan keprofesian pada tingkat yang lebih tinggi.

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) merupakan suatu lembaga pendidikan formal yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan guna menyiapkan peserta didik sebagai tenaga kerja yang terampil, terdidik, siap terjun ke dunia usaha maupun dunia industri dan memiliki etos kerja profesional, serta mampu mengembangkan diri sesuai perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. (Putri, Volume I No. II : 2015).

Yang membedakan tujuan pendidikan menengah kejuruan (SMK) dengan tujuan pendidikan dengan menengah umum adalah pada butir enam yaitu mengikuti pendidikan lebih lanjut sesuai dengan kejuruanya. Butir ini rupanya sudah memperhitungkan vokasi-vokasi atau jenis-jenis keterampilan yang ada di SMK. Tetapi ada kesan lulusan SMK meneruskan studi ke pendidikan perguruan tinggi, yang berarti mengesampingkan pendidikan untuk tenaga-tenaga kerja menengah. seharusnya lembaga pendidikan ini bermaksud menerima tenaga kerja menengah yang trampil yang banyak dibutuhkan oleh bangsa. Hanya mereka yang berprestasi menonjol yang diberi kesempatan studi lanjut ke pendidikan tinggi. (Pidarta , 2013 : 12-13)

2. Pendidikan

Pendidikan berasal dari kata “didik”, lalu kata ini mendapat awalan “me” sehingga menjadi “mendidik”, artinya memelihara dan memberi latihan. Dalam memelihara dan memberi latihan diperlukan adanya ajaran, tuntunan, dan pimpinan mengenai akhlak dan kecerdasan pikiran. (Syah, 2010 : 10)

Menurut Ki Hajar Dewantara pendidikan yaitu tuntunan di dalam hidup tumbuhnya anak-anak, adapun maksudnya pendidikan yaitu menuntun segala kekuatan kodrat yang ada pada anak-anak itu, agar mereka sebagai manusia dan sebagai anggota masyarakat dapatlah mencapai keselamatan dan kebahagiaan yang setinggi-tingginya. (Hasbullah, 2009 : 04)

Dari beberapa pengetahuan atau batasan pendidikan yang diberikan para ahli tersebut, meskipun berbeda secara redaksional, namun secara esensial terdapat kesatuan unsur-unsur atau faktor-faktor yang terdapat didalamnya, yaitu bahwa pengertian pendidikan tersebut menunjukkan suatu proses bimbingan, tuntunan atau pimpinan yang didalamnya mengandung unsur-unsur seperti pendidikan, anak didik, tujuan, dan sebagainya. Karena itu, dengan memperhatikan batasan-batasan pendidikan tersebut, ada beberapa pengertian dasar yang perlu di pahami sebagai berikut:

- a. Pendidikan merupakan suatu proses terhadap anak didik berlangsung terus anak didik mencapai pribadi dewasa. Proses ini berlangsung dalam jangka waktu tertentu. Bila anak didik sudah mencapai pribadi

- dewasa, maka ia sepenuhnya mampu bertindak sendiri bagi kesejahteraan hidupnya dan masyarakat.
- b. Pendidikan merupakan perbuatan manusiawi, pendidikan lahir dari pergaulan antar orang dewasa dan orang yang belum dewasa dalam suatu kesatuan hidup. Tindakan mendidik yang dilakukan oleh orang dewasa dengan sadar dan sengaja didasari oleh nilai-nilai kemanusiaan. Tindakan tersebut menyebabkan orang yang belum dewasa menjadi dewasa dengan memiliki nilai-nilai kemanusiaan, dan hidup menurut nilai-nilai tersebut. Kedewasaan diri merupakan tujuan pendidikan yang hendak dicapai melalui perbuatan atau tindakan pendidikan.
 - c. Pendidikan merupakan hubungan antar pribadi pendidik dan anak didik. Dalam pergaulan terjadi kontak atau komunikasi antara masing-masing pribadi. Hubungan ini jika meningkat ke taraf hubungan pendidikan, maka menjadi hubungan antara pribadi pendidik dan pribadi si anak didik, yang pada akhirnya melahirkan tanggung jawab pendidikan dan kewibawaan pendidikan. Pendidik bertindak demi kepentingan dan keselamatan anak didik, dan anak didik mengakui kewibawaan pendidik dan bergantung padanya.
 - d. Tindakan atau perbuatan mendidik menuntun anak didik mencapai tujuan-tujuan tertentu, dan hal ini tampak pada perubahan-perubahan dalam diri anak didik. Perubahan sebagai hasil pendidikan merupakan gejala kedewasaan yang secara terus-menerus mengalami peningkatan

sampai penentuan diri atas tanggung jawab sendiri oleh anak didik atau terbentuknya pribadi dewasa.

Dalam pandangan Islam, pendidikan merupakan proses yang suci untuk mewujudkan tujuan asasi hidup, yaitu beribadah kepada Allah SWT dengan segala maknanya yang luas. Ibadah merupakan tujuan asasi hidup manusia dan tujuan hidup manusia tersebut dapat mengalir pula tujuan dasar pendidikan Islam itu sendiri dan dapat digambarkan dalam firman Allah SWT (QS. An'am Ayat 162). Berikut ini:

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

“katakanlah : sesungguhnya sembahyangku, ibadaku, hidupku dan matiku, semuanya hanya untuk Allah, Tuhan semesta alam.” (Departemen Agama RI, 2013 :119)

Firman Allah SWT tersebut menunjukkan bahwa tujuan pendidikan itu harus didasarkan kepada tujuan hidup manusia itu sendiri dan bersifat general dan akomodatif terhadap kondisi kehidupan manusia. dengan demikian, manusia sebagai *khalifah fi al-ardl*, dasar pendidikan itu harus dikaitkan dengan konsep manusia itu sendiri.

Tujuan pendidikan Islam tidak bisa lepas dari kaitannya dengan eksistensi hidup manusia sebagai wakilnya di bumi. Salah satu fungsi dan tugas seseorang pemimpin, sebagai *khalifah*, adalah kemampuan manusia dalam memelihara, mengatur, dan mengembangkan potensi dasar yang heterogen dari yang dipimpinya itu atas dasar *amanah*, bukan atas prinsip *privatisasi*. (Nata, dan Fauzan, 2005 : 71-75)

Al-Quran dan As-Sunnah sebagai sumber inspirasi memberikan gambaran umum tentang materi yang dapat dijadikan pedoman dalam pelaksanaan proses pendidikan. Dengan demikian, dasar pendidikan itu perlu dirumuskan dengan baik yang tetap mengarah kepada Al- Quran dan Hadits Nabi yang telah membarikan pedoman tentang isi materi pendidikan yang sebaiknya diberikan kepada anak didik, di antaranya:

a. Pendidikan Keimanan

Kurikulum pendidikan Islam pada isi pertama pendidikan Islam itu berkaitan dengan sebuah tujuan dasar, yaitu beriman kepada Allah SWT. Dalam kaitan ini pendidikan keimanan harus mendasari seluruh kurikulum.

b. Pendidikan Amaliah

Pendidikan amaliah juga merupakan hal penting yang harus mendasari pendidikan Islam. Pendidikan amaliah mencakup semua pendidikan dalam kategori pendidikan profesi yang berguna bagi kehidupan.

c. Pendidikan Ilmu Pengetahuan

Isi pendidikan yang lain adalah ilmu pengetahuan dimulai dengan keterampilan membaca dan menulis. Pandangan Islam terhadap ilmu pengetahuan bersifat komprehensif karena lahir dari prinsip kesatuan yang merupakan aspek penting dalam Islam. Pemahaman ilmu pengetahuan adalah sikap Islam itu sendiri. Ini dilihat bahwa Islam tidak membekukan pikiran atau memasung akal, namun justru

membebaskan dan mendorong manusia untuk melakukan pengamatan dan observasi alam, mengapresiasi ilmu dan ulama, dan menjadikan ilmu salah satu yang harus dimiliki. Tidak dibedakan antara ilmu dunia dan ilmu agama. Karena ilmu dan pengetahuan adalah salah satu spesifikasi manusia. Allah SWT. Telah menganugerahkan kepada manusia perangkat ilmu (akal dan indera), menanamkan rasa rindu kepadanya, memerintahkan untuk meneliti, dan mengingatkan manusia agar tidak sampai mematiakn potensi-potensinya.

Atas dasar itu, Islam mendorong manusia untuk mempelajari setiap pengetahuan yang bermanfaat bagi dirinya, masyarakat, dan semua umat manusia, baik dalam lingkup pengetahuan sosial, kealaman, maupun pengetahuan lainnya. Rasulullah SAW bersabda :

وَمَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَلْتَمِسُ فِيهِ عِلْمًا سَهَّلَ اللَّهُ لَهُ بِهِ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ

“Barangsiapa menempuh suatu jalan untuk menuntut ilmu, niscaya Allah membawanya ke suatu jalan menuju surga.” (HR. Muslim)

d. Pendidikan Akhlak

Merupakan alat kontrol psikis dan sosial bagi individu dan masyarakat. tanpa akhlak manusia akan tidak berbeda dengan kumpulan binatang. Rasulullah SAW, merupakan sumber akhlak yang hendaknya diteladani oleh orang mukmin.

Pendidikan akhlak menekankan pada sikap, tabiat, dan perilaku yang menggambarkan nilai-nilai kebaikan yang harus dimiliki dan dijadikan kebiasaan oleh anak didik dalam kehidupan sehari-hari. Rasulullah SAW selalu menganjurkan kepada umatnya agar

memperhatikan budi pekerti anak dengan baik, karena akhlak ini merupakan implikasi dari tauhid kepada Allah SWT dan dari sinilah penilaian apakah seseorang itu benar bertauhid kepada Allah SWT atau sebaliknya.

e. Pendidikan Sosial

Merupakan aspek penting dalam pendidikan Islam karena manusia menurut tabiatnya, dalam arti sesuai dengan hukum penciptaan Allah SWT, adalah makhluk sosial. Kehidupan bermasyarakat dan bernegara merupakan kebutuhan asasi bagi manusia, dimanapun, karena mereka diciptakan Allah SWT.

3. Jurusan Perbankan Syariah

Jurusan perbankan syariah adalah suatu ilmu pendidikan dan pengajaran dalam bidang perbankan syariah untuk mengembangkan ilmu perbankan syariah dan mengembangkan jaringan kerjasama terhadap lembaga keuangan syariah maupun melakukan kegiatan usaha untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan. Dengan adanya ilmu pengetahuan perbankan syariah seseorang akan memiliki kompetensi ilmu perbankan syariah dan memiliki jiwa *entrepreneurship*. (Sumber : SMK IT Al-Izhar School Pekanbaru, 2018)

Adapun tujuannya program keahlian Perbankan Syariah di SMK IT Al-Izhar School Pekanbaru adalah untuk membekali peserta didik dengan keterampilan, pengetahuan, dan sikap agar kompeten dalam :

- a. Menerapkan prinsip dasar perbankan syariah
- b. Memahami fiqih muammalah dan akad transaksi
- c. Memahami ekonomi islam
- d. Memahami aspek manajemen bank syariah
- e. Memahami etika bisnis islam
- f. Mengelola pembiayaan bank syariah
- g. Mengelola administrasi pajak
- h. Mengelola dana syariah
- i. Mengelola lembaga keuangan syariah atau laporan keuangan syariah
- j. Mengelola siklus akuntansi jasa dan dagang
- k. Mengelola komputer akuntansi
- l. Mengelola kas bank dan kas kecil
- m. Bahasa arab
- n. Spreadshet

D. Tinjauan Penelitian Relevan

Untuk melengkapi pemahaman penelitian tentang Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Siswa/Siswi Memilih Jurusan Perbankan Syariah Di SMK IT Al-Izhar School Pekanbaru, maka penulis sampaikan terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini. Penulis lakukan beberapa penelitian relevan yang pernah dilakukan sebelumnya yang terkait *Minat Mahasiswa pada Prodi Ekonomi Syariah FAI UIR dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Memilih SD Sains Tahfiz Islamic Center Madinatul Ulum Siak Sri Indrapura* sebagai berikut:

Penulis menemukan penelitian yang dilakukan oleh Maqfirah (2016) mahasiswa Universitas Islam Riau dengan judul “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Memilih Kuliah Pada Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Riau*”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi minat mahasiswa memilih Kuliah Pada Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Riau. Populasi sampelnya sebanyak 218 mahasiswa dengan menggunakan rumus Slovin di peroleh sampel 74 orang mahasiswa. Jenis penelitian ini adalah kausalitas. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan adalah analisis persamaan regresi linier berganda dengan pengolahan data menggunakan *IMB SPSS Statistic 20*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keempat faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa memilih kuliah pada prodi ekonomi syariah FAI UIR adalah faktor budaya sebesar 1.785, faktor sosial sebesar 0,384, faktor pribadi sebesar 3.036, dan faktor psikologis sebesar 0,880. Dan dapat diketahui bahwa faktor yang dominan yang mempengaruhi minat mahasiswa adalah faktor pribadi (X3) sebesar 3.036 dari hasil uji r antara variabel X (budaya, sosial, pribadi, dan psikologi) dengan variabel Y (minat mahasiswa memiliki hubungan yang cukup kuat).

Perbedaan hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya dengan penulis lakukan dapat di lihat hasilnya diatas, maka perbedaannya terletak pada tujuan, variabel, teknik analisis data, tempat dan jumlah sampel penelitian sedangkan persamaannya sama-sama membahas pengaruh dan minat.

Penelitian dari Nurhidayah (2016) mahasiswa Universitas Islam Riau dengan judul: “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Memilih SD Sains Tahfiz Islamic Center Madinatul Ulum Siak Sri Indrapura*”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi konsumen memilih SD Sains Tahfiz Islamic Center Madinatul Ulum Siak Sri Indrapura dan faktor apa yang dominan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menyekolahkan anaknya di SD Sains Tahfiz Islamic Center Madinatul Ulum dengan sampel sebanyak 80 orang. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara *Random Sampling* sedangkan teknik pengumpulan data adalah observasi dan angket. Untuk menganalisis data digunakan analisis kualitatif dan kuantitatif. Untuk menganalisis data digunakan analisis linear berganda dimana proses perhitungannya menggunakan *SPSS For Windows Versi 17.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keenam faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen memilih SD Sains Tahfiz Islamic Center Madinatul Ulum adalah faktor kualitas jasa dengan nilai sebesar 1,782, faktor kebudayaan dengan nilai sebesar 876, faktor sosial dengan nilai sebesar 3,342, faktor pribadi dengan nilai sebesar 1,308, faktor psikologis dengan nilai sebesar 1,903, dan faktor bauran pemasaran jasa dengan nilai sebesar 5, 174.

Perbedaan hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya dengan penulis lakukan dapat di lihat hasilnya diatas, maka perbedaannya terletak pada tujuan, variabel, teknik analisis data, tempat dan jumlah sampel penelitian sedangkan persamaannya sama-sama membahas pengaruh dan minat.

G. Variabel Penelitian

Adapun variabel penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel Independen

Variabel Independen (X) yaitu variabel yang menjadi penyebab berubahnya variabel bebas. Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang membantu menjelaskan varians dalam variabel terikat. Variabel yang menyebabkan atau mempengaruhi, yaitu faktor-faktor yang diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungan antara fenomena yang diobservasi atau diamati. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi: faktor sosial, yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi seperti keluarga, lingkungan masyarakat, kondisi sekolah, dan teman sebaya. Faktor pribadi, yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi seperti daya tarik, perubahan fisik, pengaruh budaya, konsep diri, dan bakat khusus. Faktor psikologis, yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan dan sikap. Faktor intelegensi, yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi seperti pembawaan, minat dan pembawaan khas, pembentukan, kematangan, dan kebebasan. Faktor kebutuhan yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan cinta kasih, kebutuhan penghargaan, kebutuhan aktualisasi diri. Faktor bauran promosi yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi seperti program periklanan, promosi dilakukan secara pribadi, promosi aspek penambah intensitas nilai produk, dan promosi meningkatkan publisitas.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen (Y) merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain (variabel bebas). Juga sering disebut variabel terikat, variabel respons atau endogen. Berikut porsi yang lebih dalam membahas variabel terikat dari pada variabel bebasnya karena merupakan implikasi dari hasil penelitian. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Minat Siswa/Siswi dalam Memilih Jurusan Perbankan Syariah di SMK IT Al-Izhar School Pekanbaru.

E. Operasional Variabel

Dalam hal ini operasional variabel berfungsi untuk mengetahui informasi yang diberikan penulis untuk mengukur suatu variabel yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifik dari suatu konsep, yaitu: Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Siswa/Siswi Memilih Jurusan Perbankan Syariah di SMK IT Al- Izhar School Pekanbaru.

Tabel 3 : Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Pernyataan
Faktor Sosial (X1) (Djaali, 2012 :36)	1. Keluaraga	1
	2. Masyarakat	2
	3. Kondisi Sekolah	3
	4. Teman Sebaya	4
Faktor Pribadi (X2) (Djaali, 2012 : 65)	1. Daya Tarik	5
	2. Perubahan Sifat	6
	3. Pengaruh Budaya	7
	4. Konsep Diri	8
Faktor Psikologis (X3) (Hamzah, 2014 :3)	1. Motivasi	9
	2. Persepsi	10
	3. Pembelajaran	11
	4. Kepercayaan dan sikap	12

Faktor Intelegensi (X4) (Djaali, 2012 : 72-73)	1. Pembawaan	13
	2. Pembentukan	14
	3. Kematangan	
	4. Kebebasan	15
	5. Minat dan pembawaan yang khas	16 17
Faktor kebutuhan (X5) (Hamzah, 2014 : 41)	1. Kebutuhan fisiologis	18
	2. Kebutuhan rasa aman	19
	3. Kebutuhan cinta kasih	20
	4. Kebutuhan penghargaan	21
	5. Kebutuhan aktualisasi diri	22
Faktor Bauran Promosi (X6) (Rianto, 2012 : 174-185)	1. Periklanan	23
	2. Penjualan perorangan	24
	3. Promosi penjualan	25
	4. Hubungan masyarakat	26
Minat Siswa (Y) (Setiadi, 2013 : 14)	1. Pengenalan masalah	27
	2. Pencarian informasi	28
	3. Evaluasi alternatif	29
	4. Keputusan membeli	30
	5. Prilaku pasca pembelian	31

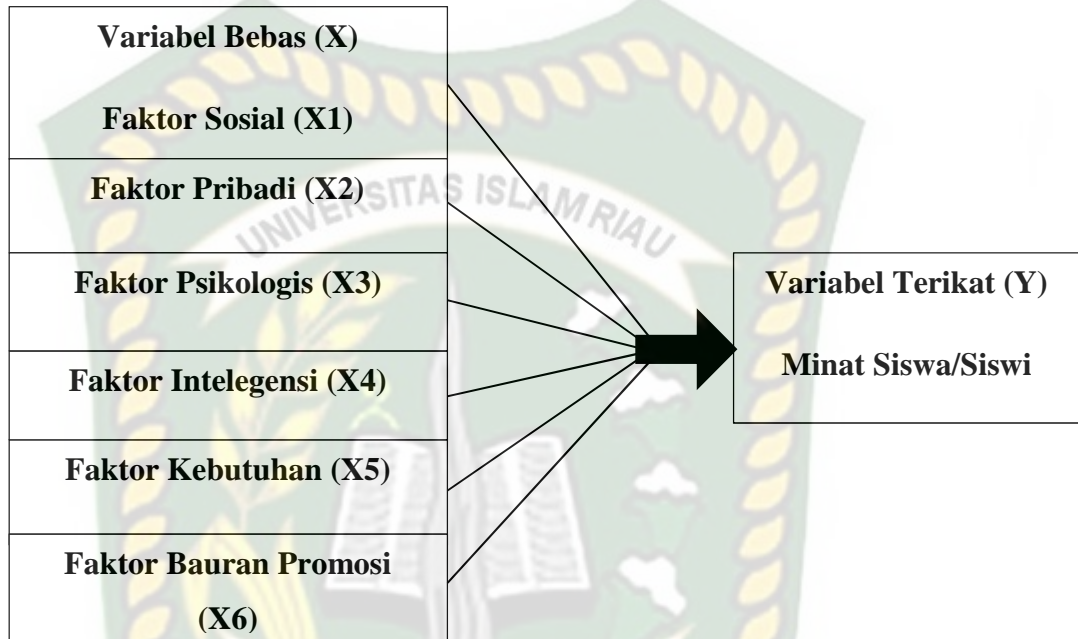
Sumber : Data Olahan 2018

F. Kerangka Konseptual

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang dalam mengambil sebuah pilihan atau dalam memutuskan sesuatu. Faktor tersebut bersumber baik dalam individu maupun dari luar dirinya. Salah satunya yakni dalam memilih jurusan di tingkat SMK, memilih jurusan dari berbagai alternatif jurusan yang ada, bukanlah hal yang mudah bagi siapapun yang ingin atau sedang menempuh pendidikan di sekolah menengah kejuruan. Hal ini karena belajar di SMK merupakan langkah awal seseorang untuk menuju pendidikan tinggi dalam merencanakan karier/cita-cita yang akan dicapainya atau menambah ilmu pengetahuan di masa depan.

Berdasarkan teori diatas maka dapat di gambarkan kerangka konseptual penelitian ini sebagai berikut :

Gambar 8 : Kerangka Konseptual



Sumber : Data olahan 2018

Gambar di atas menunjukkan bahwa faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, faktor intelegensi, faktor kebutuhan, dan faktor bauran promosi mempengaruhi minat siswa/siswi memilih Jurusan Perbankan Syariah di SMK Al-Izhar Pekanbaru.

G. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah serta penelitian kerangka teoritis yang disampaikan diatas maka penelitian ini penulis mengajukan hipotesis penelitian sebagai berikut :

- H1 : Terdapat pengaruh antara faktor Sosial terhadap minat siswa/siswi memilih Jurusan Perbankan Syariah di SMK IT Al-Izhar School Pekanbaru.
- H2 : Terdapat pengaruh antara faktor Pribadi terhadap minat siswa/siswi memilih Jurusan Perbankan Syariah di SMK IT Al-Izhar School Pekanbaru.
- H3 : Terdapat pengaruh antara faktor Psikologis terhadap minat siswa/siswi memilih Jurusan Perbankan Syariah di SMK IT Al-Izhar School Pekanbaru.
- H4 : Terdapat pengaruh antara faktor Intelegensi terhadap minat siswa/siswi memilih Jurusan Perbankan Syariah di SMK IT Al-Izhar School Pekanbaru.
- H5 : Terdapat pengaruh antara faktor Kebutuhan terhadap minat siswa/siswi memilih Jurusan Perbankan Syariah di SMK IT Al-Izhar School Pekanbaru.
- H6 : Terdapat pengaruh antara faktor Bauran Promosi terhadap minat siswa/siswi memilih Jurusan Perbankan Syariah di SMK IT Al-Izhar School Pekanbaru.
- H7 : terdapat pengaruh antara faktor Sosial, Pribadi, Psikologis, Intelegensi, Kebutuhan dan Bauran Promosi terhadap minat siswa/siswi memilih Jurusan Perbankan Syariah di SMK IT Al-Izhar School Pekanbaru.