ANALISIS PEMAHAMAN NASABAH DALAM MENINGKATKAN MINAT MENABUNG PADA TABUNGAN PENDIDIKAN ANAK (TADIKA)

(Studi Kasus : Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Syariah

Disusun Oleh:

Widya Fadila
Nim : 3322184

PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SJECH M. DJAMIL DJAMBEK

BUKITINGGI

T.A 2026

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Widya Fadila
Nim	: 3322184
Tempat/Tanggal Lahir	: Kampung Tanjung/06 Juli 2004
Program Studi	: Perbankan Syariah
Judul Skripsi	: Analisis Pemahaman Nasabah Dalam Meningkatkan Minat Menabung Pada Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) (Studi Kasus : Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo)

Menyatakan dengan ini, sesungguhnya bahwa karya ilmiah ini (Skripsi) dengan judul diatas adalah benar dan asli karya penulis, apabila kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya sendiri, maka penulis bersedia diproses sesuai dengan hukum yang berlaku dan gelar kesarjanaan penulis dicabut hingga batas waktu yang tidak ditentukan.

Dengan surat pernyataan ini penulis buat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukitinggi, 06 Juli 2026
Penulis

Widya Fadila
Nim.3322184

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Berdasarkan telaah dari Dosen Pembimbing Akademik dan Kaprodi Perbankan Syariah, maka skripsi ini berjudul **"Analisis Pemahaman Nasabah Dalam Meningkatkan Minat Menabung Pada Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) (Studi Kasus: Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo").** Menyatakan bahwa skripsi yang bersangkutan telah mmenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke siding *munaqasah*. Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Bukitinggi, 06 Juli 2026
Pembimbing

Septria Susanti, M.E.
NIP. 198909142020122011

KATA PENGANTAR

Segala puji dan rasa syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, serta petunjuk-Nya yang senantiasa menyertai setiap Langkah penlis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **Analisis Pemahaman Nasabah Dalam Meningkatkan Minat Menabung Pada Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) (Studi Kasus : Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo.** Karya ilmiah ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Penulis juga ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung. Untuk itu, izinkan penulis mengungkapkan apresiasi dan rasa terima kasih kepada:

1. **Kedua Orang Tua**, yang selalu mendukung dalam kegiatan apapun dan mendoakan yang terbaik untuk penulis
2. **Ibu Prof. Dr. Silfia Hanani, S.Ag., M.Si** selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi
3. **Bapak Dr. Afrinaldi, S. Sos, I., MA** selaku Wakil Rektor 1, **Bapak Dr. Iiz Izmuddin, MA** selaku Wakil Rektor II dan **Bapak Dr. H. Edi Rosman, S. Ag., M. Hum** selaku Wakil Rektor III di Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi
4. **Bapak Dr. Aidil Alfin ,. M.ag** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi
5. **Bapak Dr. M. Imamuddin, M. Pd., ME** selaku Wakil Dekan I, Bapak **Ali Rahman, SH., MH** selaku Wakil Dekan II, dan **Bapak Dr. Baginda Parsaulian, SE., ME** selaku Wakil Dekan III di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

6. **Ibu Septria Susanti, M.E** selaku Ketua Program Studi S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.
7. **Ibu Septria Susanti, M.E** selaku dosen pembimbing penulis yang sangat sabar dalam membimbing dan telah meluangkan waktu, tenaga serta pikiran sekaligus mengarahkan dan memotivasi dalam penulisan skripsi ini.
8. **Ibu Rahmi., MA** selaku Dosen Pembimbing Akademik
9. **Bapak dan Ibu Dosen** Universitas Sjech M. Djamil Djambek Bukitinggi yang telah membekali penulis dalam berbagai ilmu pengetahuan di perguruan tinggi.
10. **Pimpinan dan Karyawan/I** Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo yang telah memberikan dukungan, kerja sama, serta kesediaan dalam memberikan data dan informasi selama proses penelitian dan sangat berperan dalam kelancaran penyusunan karya ilmiah ini.
11. Kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan doa selama proses penyusunan Skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Semoga segala kebaikan yang diberikan mendapat balasan dari Allah SWT.

Akhir kata semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya.

Bukitinggi, 06 Juli 2026

Penulis

Widya Fadila

Nim.3322184

ABSTRAK

Skripsi dengan judul **"Analisis Pemahaman Nasabah Dalam Meningkatkan Minat Menabung Pada Tabungan Pendidikan Anak (Tadika) (Studi Kasus: Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo)"** ini ditulis oleh Widya Fadila Nim 3322184. Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitass Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya perencanaan dana pendidikan anak serta masih rendahnya pemahaman masyarakat terhadap produk keuangan syariah, khususnya Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA). Di Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo, jumlah nasabah TADIKA terus meningkat, namun total dana tabungan cenderung menurun. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan jumlah nasabah belum diikuti oleh konsistensi perilaku menabung, sehingga perlu dikaji peran pemahaman nasabah dalam meningkatkan minat menabung.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat pemahaman nasabah terhadap produk TADIKA serta peran pemahaman tersebut dalam meningkatkan minat menabung. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap nasabah serta pihak koperasi, kemudian dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman nasabah terhadap produk TADIKA masih belum optimal. Sebagian besar nasabah hanya memahami tujuan dasar tabungan pendidikan, tetapi belum memahami secara mendalam mekanisme, manfaat, prosedur, dan ketentuan produk. Pemahaman nasabah berperan penting dalam meningkatkan minat menabung, karena nasabah yang memiliki pemahaman yang baik cenderung memiliki kesadaran, ketertarikan, keinginan, dan tindakan untuk menabung secara rutin. Namun, minat menabung belum sepenuhnya konsisten karena dipengaruhi oleh kondisi ekonomi dan

kurangnya edukasi serta sosialisasi dari pihak koperasi. Oleh karena itu, peningkatan pemahaman nasabah melalui edukasi dan sosialisasi yang efektif menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat dan perilaku menabung pada produk TADIKA.

Kata kunci: Pemahaman nasabah, minat menabung, tabungan pendidikan anak, koperasi syariah.

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS ..... **i**
PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**
KATA PENGANTAR ..... **iii**
ABSTRAK ..... **v**
DAFTAR ISI ..... **vii**
BAB 1 PENDAHULUAN **1**
- **A. Latar Belakang** **1**
- **B. Identifikasi masalah** **7**
- **C. Batasan Masalah** **8**
- **D. Rumusan Masalah** **8**
- **E. Tujuan Penelitian** **9**
- **F. Manfaat Penelitian** **9**
- **G. Penjelasan Judul** **12**

BAB II LANDASAN TEORI **14**
- **A. Koperasi Syariah** **14**
- **B. Jenis-jenis Tabungan** **15**
- **C. Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA)** **18**
- **D. Perilaku Konsumen** **20**
- **E. Minat Menabung** **21**
- **F. Pemahaman Nasabah** **25**
- **G. Kajian Terdahulu** **28**

BAB III METODE PENELITIAN **35**
- **A. Jenis Penelitian** **35**
- **B. Lokasi dan Waktu Penelitian** **37**
- **C. Jenis dan Sumber Data** **37**
- **D. Informan Penelitian** **38**
- **E. Teknik Pengumpulan Data** **39**
- **F. Metode Analisis Data** **41**

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....44
A. Sejarah Singkat Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo.....44
1. Visi dan Misi Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo.....45
2. Tujuan, Sifat, Fungsi dan Prinsip Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo.....45
3. Produk Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo.....47
4. Pembagian Keuntungan Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo.....51
5. Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang..52
Mudiak Lamo.....52
B. Hasil Penelitian.....53
1. Tingkat pemahaman nasabah terhadap produk Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) di Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo.....53
2. Pemahaman nasabah dapat berperan dalam meningkatkan minat menabung pada Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) di Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Kamang Mudiak Lamo.....60
C. Pembahasan.....68
1. Tingkat pemahaman nasabah terhadap produk Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) di Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo.....68
2. Pemahaman nasabah dapat berperan dalam meningkatkan minat menabung pada Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) di Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Kamang Mudiak Lamo.....73
BAB V PENUTUP.....79
A. Kesimpulan.....79

B. Saran.....80
DAFTAR PUSTAKA.....83

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pendidikan merupakan investasi jangka panjang yang memainkan peran penting dalam pembangunan sumber daya manusia dan kesejahteraan keluarga. Keluarga yang memiliki perencanaan pendidikan yang baik umumnya mempersiapkan dana pendidikan anak melalui berbagai instrumen tabungan atau simpanan berjangka. Hal ini dapat menghindari tekanan biaya pendidikan yang semakin meningkat dari tahun ke tahun. Produk tabungan pendidikan seperti Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) yang ditawarkan lembaga keuangan mikro syariah menjadi salah satu solusi yang memungkinkan masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah untuk mempersiapkan masa depan pendidikan anak-anaknya secara bertahap dan sesuai prinsip syariah.[1]

Dalam Al-Qur'an Allah SWT secara jelas memerintahkan umat-Nya untuk mengelola harta dengan bijak dan mengalokasikannya ke arah yang baik dan bermanfaat. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surah QS. Al- Baqarah ayat 267

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّآ اَخْرَجْنَا لَكُمْ مِّنَ الْاَرْضِۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ وَلَسْتُمْ بِاٰخِذِيْهِ اِلَّآ اَنْ تُغْمِضُوْا فِيْهِۗ وَاعْلَمُوْٓا اَنَّ اللّٰهَ غَنِيٌّ حَمِيْدٌ

[1] Ila Rizqina, Abdul Aziz Wahab, and Nuntufa Nuntufa, 'Analisis Eksploratif Produk Tabungan Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Menabung Pada BMT Maslahah Besuk Agung', *Jurnal Kewarganegaraan*, 6.2 (2022), 4538–41.

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Ketahuilah bahwa Allah Mahakaya lagi Maha Terpuji.

Makna surah *Al-Baqarah* ayat 267 di atas adalah bahwa setiap muslim wajib menggunakan rezekinya secara bijak, halal, dan bermanfaat bagi diri sendiri, keluarga, serta masyarakat. Harta tidak boleh dihamburkan atau disimpan tanpa tujuan, tetapi harus diarahkan untuk kemaslahatan, seperti membantu sesama, berinvestasi dalam pendidikan, dan memenuhi kebutuhan hidup yang diridhai Allah.[2]

Dalam lembaga keuangan mikro syariah seperti koperasi, pemahaman nasabah terhadap produk tabungan menjadi faktor penting dalam menentukan keputusan untuk menggunakan produk tersebut. Pemahaman tersebut meliputi pengetahuan mengenai tujuan tabungan, manfaat yang diperoleh, prosedur pembukaan rekening, mekanisme penyetoran, serta ketentuan yang berlaku pada produk yang ditawarkan. Kurangnya pemahaman terhadap berbagai aspek tersebut dapat menyebabkan rendahnya partisipasi masyarakat dalam memanfaatkan produk tabungan, termasuk Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA). Oleh

[2] 'Surat Al-Baqarah Ayat 267' <https://tafsirweb.com/1033-surat-al-baqarah-ayat-267.html>.

karena itu, peningkatan pemahaman nasabah mengenai produk TADIKA diperlukan agar masyarakat lebih menyadari pentingnya perencanaan dana pendidikan anak melalui kegiatan menabung secara teratur.[3]

Pada Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan pada bulan Oktober 2025, ditemukan bahwa sebagian nasabah belum memahami secara mendalam manfaat, tujuan, serta mekanisme produk TADIKA. Kondisi ini menyebabkan minat masyarakat untuk menggunakan produk tabungan pendidikan anak masih relatif rendah, karena mereka cenderung memilih produk tabungan yang dianggap lebih fleksibel atau lebih sesuai dengan kebutuhan jangka pendek. Selain itu, sebagian masyarakat masih beranggapan bahwa menabung untuk pendidikan anak belum menjadi prioritas utama akibat keterbatasan pendapatan dan kurangnya informasi mengenai pentingnya perencanaan keuangan pendidikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemahaman nasabah terhadap produk TADIKA merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi minat menabung. Apabila nasabah memiliki pemahaman yang baik mengenai manfaat dan mekanisme produk TADIKA, maka minat untuk menabung cenderung meningkat. Sebaliknya, rendahnya tingkat pemahaman dapat mengakibatkan masyarakat kurang tertarik memanfaatkan produk tabungan pendidikan anak, padahal produk

[3] Candra Tri Cahyono and Sri Laksmi Marimin, Agus Pardanawati, 'Analisis Pengaruh Pengetahuan , Budaya , Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di KSPPS BMT Muamalat Bekonang', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 11.No 02 (2025), hlm 20-28.

tersebut memiliki manfaat jangka panjang bagi keberlangsungan pendidikan anak.

Tabel 1.1

Data Jumlah nasabah Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) pada koperasi konsumen syariah BMT Agam Madani Kamang Mudiak Lamo Selama Periode 2020-2024

No	Tahun	Jumlah Nasabah	Total Dana Tabungan (Rp)
1	2020	229	Rp. 191.915.378,46
2	2021	246	Rp. 213.690.581,17
3	2022	255	Rp. 345.682.486,41
4	2023	257	Rp. 278.320.730,94
5	2024	267	Rp. 248.940.208,22

sumber: koperasi konsumen syariah BMT agam madani nagari kamang mudiak lamo

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa jumlah nasabah Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) pada Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Kondisi ini menunjukkan bahwa produk TADIKA telah dikenal oleh masyarakat dan terdapat ketertarikan untuk menjadi nasabah pada produk tersebut. Akan tetapi, peningkatan jumlah nasabah tersebut belum diikuti oleh peningkatan total dana tabungan yang konsisten. Hal ini terlihat dari total dana tabungan yang mengalami penurunan dalam beberapa tahun terakhir.

Fenomena tersebut mengindikasikan bahwa bertambahnya jumlah nasabah belum sepenuhnya mencerminkan meningkatnya aktivitas menabung pada produk TADIKA. Dengan kata lain, terdapat kemungkinan bahwa sebagian nasabah telah melakukan pembukaan rekening TADIKA, namun belum melakukan penyetoran tabungan secara rutin atau belum menjadikan tabungan pendidikan sebagai prioritas dalam pengelolaan keuangan keluarga. Kondisi ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti tingkat pemahaman nasabah mengenai tujuan dan manfaat TADIKA, kesadaran akan pentingnya perencanaan dana pendidikan anak, maupun kondisi ekonomi rumah tangga yang berbeda-beda. Jika nasabah memiliki pemahaman yang baik mengenai manfaat jangka panjang dari Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) tersebut, maka kecenderungan untuk menabung secara teratur juga dapat meningkat. Sebaliknya, jika Pemahaman nasabah terhadap produk masih terbatas, minat untuk melakukan penyetoran secara berkelanjutan dapat menjadi rendah. Oleh karena itu, perbedaan antara peningkatan jumlah nasabah dan penurunan total dana tabungan menjadi fenomena yang menarik untuk diteliti lebih lanjut, khususnya terkait dengan bagaimana pemahaman nasabah terhadap produk TADIKA dapat berperan dalam meningkatkan minat menabung. Dengan demikian, penelitian mengenai analisis pemahaman nasabah dalam meningkatkan minat menabung pada Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) di Koperasi Konsumen Syariah

BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo menjadi penting untuk dilakukan.

Beberapa penelitian terkini menunjukan pentingnya pemahaman nasabah dalam meningkatkan minat menabung pada tabungan pendidikan anak (TADIKA). Penelitian yang dilakukan oleh Resmita yang berjudul " Analisis Pemahaman Nasabah Terhadap Implementasi Akad Mudharabah Pada Produk Deposito (Studi Kasus BRI Syariah KCP Teluk Kuantan)" menemukan bahwa pemahaman nasabah BRI Syariah KCP Teluk Kuantan terhadap pelaksanaan akad Mudharabah pada produk Deposito Berjangka, yaitu nasabah hanya mengetahui tentang produk-produk yang ada di BRI Syariah namun kurang memahami tentang produk-produk yang ada di BRI Syariah khususnya produk Deposito secara detail.[4] Adapun penelitian oleh Herman Prayudi yang berjudul "Analisis Pemahaman Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iuqi Bogor Mengenai Produk Tabungan & Akad Bank Syariah Terhadap Minat Menabung" menemukan bahwa minimnya minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IUQI Bogor untuk menabung di bank syariah yang seharusnya lebih paham mengenai produk serta prinsip dan akad yang digunakan oleh perbankan syariah itu sendiri dan mengetahui bahwa riba dilarang di dalam Islam. Namun pada kenyataannya masih banyak sekali mahasiswa

[4] Resmita, 'Analisis Pemahaman Nasabah Terhadap Impementasi', *Juhan Perak*, Vol 2 (2021), 606.

perbankan syariah lebih memilih produk penghimpun dana bank konvensional dibandingkan produk penghimpun dana bank syariah.[5]

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini terletak pada fokusnya yang secara khusus meneliti tentang pemahaman nasabah terhadap produk Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) di Koperasi konsumen syariah BMT Agam Madani Kamang Mudiak Lamo, yang belum pernah dibahas dalam penelitian sebelumnya yang umumnya mengkaji tabungan syariah secara umum atau akad perbankan syariah. Penelitian ini juga menggunakan data perkembangan nasabah TADIKA periode 2020–2024 yang naik turun sebagai dasar analisis nyata, serta menambahkan aspek edukasi dan sosialisasi koperasi sebagai faktor yang memengaruhi minat menabung suatu variabel yang belum diteliti pada studi terdahulu.

Berdasarkan penejelasan di atas, maka penulis tertarik mengangkat dan meneliti lebih lanjut dengan judul ”**Analisis pemahaman nasabah dalam meningkatkan minat menabung pada tabungan pendidikan anak (Tadika)”**

B. Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat diidentifikasi masalah yang terkait dengan penelitian ini ialah:

[5] Herman Prayudi, ‘Analisis Pemahaman Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iuqi Bogor Mengenai Produk Tabungan & Akad Bank Syariah Terhadap Minat Menabung’, *Journal of Islamic Ekonomics An Nuqud*, Vol.1.No1 (2022), 5–9.

1. Tingkat pemahaman nasabah terhadap produk Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) di Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Kamang Mudiak Lamo
2. Pemahaman nasabah dapat berperan dalam meningkatkan minat menabung pada Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) di Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Kamang Mudiak Lamo

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian yang sudah dipaparkan pada latar belakang masalah dan identifikasi masalah,maka peneliti membatasi penelitian ini pada pemahaman nasabah pada tabungan pendidikan anak (TADIKA) dan penelitian ini tidak membahas produk koperasi yang lain sehingga hanya berfokus pada tabungan pendidikan anak (TADIKA) saja bukan tabungan yang lain.

D. Rumusan Masalah

Dari paparan dan penjelasan latar belakang diatas dapat dimunculkan sebuah rumusan masalah diantaranya:

1. Bagaimana tingkat pemahaman nasabah terhadap produk Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) di Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Kamang Mudiak Lamo?
2. Bagaimana pemahaman nasabah dapat berperan dalam meningkatkan minat menabung pada Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) di Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Kamang Mudiak Lamo?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis tingkat pemahaman nasabah terhadap produk Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) di Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani.
2. Untuk menganalisis bagaimana pemahaman nasabah dapat berperan dalam meningkatkan minat menabung pada produk Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) di Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani.

F. Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat penelitan yaitu:

1. Manfaat Akademis
   a) Bagi Peneliti
      1) Memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai tingkat pemahaman nasabah terhadap produk Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) serta kaitannya dengan minat menabung pada lembaga keuangan syariah.
      2) Menambah wawasan ilmiah peneliti dalam bidang ekonomi dan keuangan syariah, khususnya yang berkaitan dengan perilaku nasabah dan pengelolaan produk tabungan berbasis syariah.

3) Menjadi pengalaman empiris bagi peneliti dalam menerapkan teori-teori ekonomi Islam serta teori perilaku konsumen dalam konteks lembaga keuangan mikro syariah.
4) Memberikan dasar referensi bagi peneliti untuk melakukan pengembangan penelitian lanjutan yang berkaitan dengan literasi keuangan, pemahaman nasabah, dan minat menabung pada produk keuangan syariah.

b) Bagi Institusi Akademik

1) Menjadi sumber referensi tambahan dalam bidang ekonomi syariah, khususnya mengenai pemahaman nasabah dan minat menabung pada produk keuangan berbasis pendidikan.
2) Menjadi sumber referensi tambahan dalam bidang ekonomi syariah, khususnya mengenai pemahaman nasabah dan minat menabung pada produk tabungan pendidikan anak di lembaga keuangan syariah.
3) Memperkaya literatur penelitian di lingkungan perguruan tinggi serta dapat dijadikan acuan bagi mahasiswa lain dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan perilaku keuangan masyarakat.
4) Mendukung pengembangan kajian ilmiah di bidang ekonomi dan keuangan syariah yang relevan dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti Selanjutnya

1) Dapat menjadi bahan acuan dan perbandingan untuk penelitian selanjutnya yang mengkaji tema serupa dengan variabel atau metode yang berbeda.
2) Memberikan landasan empiris bagi pengembangan penelitian tentang pemahaman literasi keuangan, minat keuangan, dan strategi pengelolaan produk tabungan pendidikan di lembaga keuangan syariah.
3) Menjadi dasar bagi penelitian komparatif antar koperasi atau lembaga keuangan mikro syariah lainnya.

b) Bagi Koperasi konsumen syariah BMT agam madani kamang mudiak lamo

1) Memberikan masukan konkret bagi manajemen Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Kamang Mudiak Lamo dalam meningkatkan pemahaman nasabah terhadap produk Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA).
2) Menjadi dasar bagi Koperasi Konsumen Syariah BMT Agama Madani Kamang Mudiak Lamo untuk menyusun strategi sosialisasi dan edukasi produk yang lebih efektif agar nasabah memahami manfaat tabungan pendidikan syariah secara utuh.
3) Membantu Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Kamang Mudiak Lamo dalam merancang inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan memperkuat

kepercayaan terhadap lembaga keuangan syariah.

4) Meningkatkan minat serta partisipasi nasabah dalam menabung untuk tujuan pendidikan anak melalui pendekatan literasi keuangan yang lebih baik.

G. Penjelasan Judul

Analisis : Analisis dalam konteks penelitian ini merujuk pada proses sistematis untuk mengurai dan menginterpretasikan data deskriptif guna memahami hubungan antarvariabel,khususnya melalui pendekatan kualitatif yang menekakan makna kontekstual daripada angka semata. Hal ini memungkinkan eksplorasi fenomena seperti perilaku nasabah secara keseluruhan.[6]

Pemahaman Nasabah : Pemahaman nasabah adalah tingkat pengetahuan dan persepsi individu sebagai pelanggan bank syariah terhadap prinsip operasional, seperti akad mudharabah atau wadiah, yang memengaruhi kepercayaan dan keputusan finansial mereka. Ini menjadi dasar untuk mengukur literasi syariah dalam

[6] Layanan Digital M-Banking Terhadap Keputusan Menabung Gen Z. Studi Kasus Nasabah BSI Jabodetabek Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Inklusi Keuangan Syariah, 'Economic Reviews Journal', *Economic Reviews Journal*, Vol 3.No 3 (2024), 2159–71.

	konteks layanan perbankan.[7]
Minat Menabung	Minat menabung didefinisikan sebagai kecenderungan subjektif individu untuk menyimpan dana secara rutin, dipengaruhi oleh literasi keuangan yang mendorong kesadaran akan manfaat jangka panjang seperti stabilitas finansial. Dalam literasi keuangan, ini mencakup motivasi untuk menghindari konsumsi berlebih dan merencanakan masa depan.[8]
Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA)	Tabungan pendidikan anak adalah produk simpanan syariah yang dirancang khusus untuk orang tua guna mengumpulkan dana biaya sekolah atau kuliah anak, dengan akad seperti mudharabah yang menjanjikan bagi hasil halal serta proteksi asuransi, bebas riba, dan fokus pada tujuan jangka panjang.[9]

[7] Sahudiuinsa, 'Akad-Akad Transaksi Perbankan Syariah Dalam Tinjauab Studi Hadits', *Perbankan Syariah*, Vol. 8.No. 1 (2024), 84–152.

[8] Rosnida Siregar and Toharuddin Harahap, 'Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung', Vol. 4.No. 5 (2024), 2675–83.

[9] Rossa Amalia Lestari and others, 'Evolusi Dan Inovasi Produk Tabungan Syariah Di Indonesia : Analisis Kualitatif Berbasis Literatur Penelitian Ini Memiliki Kebaruan Dengan Menyajikan Sintesis Evolusi Dan Inovasi Terkini . Urgensi Penelitian Ini Terletak Pada Kebutuhan Untuk Memahami Pola', Vol. 3.No. 3 (2025), 193–202.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Koperasi Syariah

Menurut Dr.Abdullah Fathoni Koperasi Syariah adalah badan usaha yang didasarkan pada perpaduan prinsip syariah dan koperasi, serta berasaskan kekeluargaan. Seluruh koperasinya wajib berlandaskan prinsip syariah, prinsip koperasi, dan Etika Bisnis Syariah. Tujuan utamanya adalah memajukan kesejahteraan anggota dan masyarakat, sekaligus berkontribusi aktif dalam pembangunan perekonomian nasional. Eksistensi Koperasi Syariah dianggap penting sebagai tolak ukur keberhasilan pembangunan ekonomi nasional yang mengutamakan pemerataan hasil.[10] Koperasi Syariah berfokus pada penyediaan barang dan jasa konsumsi bagi anggotanya. Contohnya adalah koperasi yang mengelola minimarket syariah, toko serba ada berbasis syariah, atau unit konsumsi rumah tangga yang menyalurkan kebutuhan harian anggota dengan sistem margin keuntungan yang disepakati bersama.

Menurut Sukmayadi dalam bukunya *Koperasi Syariah: Dari Teori untuk Praktik*, koperasi syariah adalah jenis koperasi yang memberikan pelayanan kepada anggota dalam bentuk penyediaan kebutuhan konsumsi melalui sistem perdagangan syariah. Koperasi ini menjual barang kepada

[10] Abdullah Fathoni, *Etika Bisnis Syariah Bank, Koperasi Dan BMT* (Jakarta: Yayasan Pendidikan Nur Azza, 2018), p. 128.

anggotanya dengan akad murabahah (jual beli dengan margin), bukan dengan sistem bunga.[11]

Dari berbagai pandangan dan hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa Koperasi Syariah merupakan lembaga ekonomi berbasis komunitas yang menjalankan fungsi konsumsi dan sosial berdasarkan nilai-nilai Islam.Tujuannya bukan hanya menyediakan barang dan jasa konsumsi bagi anggota, tetapi juga mengedukasi masyarakat tentang ekonomi syariah, meningkatkan kesejahteraan melalui sistem bagi hasil, serta mendukung pembangunan ekonomi nasional berbasis keadilan dan pemerataan.

B. Jenis-jenis Tabungan

Secara umum jenis jenis Tabungan dibagi atas 3 yaitu sebagai berikut:

1. Simpanan Pokok dan Simpanan Wajib (Sebagai Modal Dasar Koperasi)

   Simpanan pokok dan simpanan wajib merupakan bentuk tabungan yang menjadi modal dasar koperasi. Simpanan pokok adalah setoran awal yang jumlahnya sama bagi setiap anggota dan tidak dapat diambil selama masih menjadi anggota, sedangkan simpanan wajib dibayarkan secara rutin setiap bulan untuk memperkuat modal koperasi. Kedua simpanan ini mencerminkan komitmen anggota terhadap keberlangsungan koperasi. Menurut Hendar dan Kusnadi

[11] Sukmayadi, *Koperasi Syariah Dari Teori Untuk Praktek* (Bandung: ALFABETA Bandung, 2020),pp. 59-61.

keduanya berperan penting dalam menjaga stabilitas keuangan koperasi, sebagaimana ditegaskan dalam UU No. 25 Tahun 1992 Pasal 41, bahwa simpanan anggota merupakan bagian dari modal sendiri koperasi.

2. Tabungan Sukarela dan Tabungan Berjangka (Sebagai Sarana Menabung Anggota)

   Tabungan Tabungan sukarela dan tabungan berjangka berfungsi sebagai sarana menabung anggota koperasi. Tabungan sukarela dapat disetor atau ditarik kapan saja sesuai ketentuan koperasi, membantu meningkatkan likuiditas sekaligus membiasakan anggota menabung. Dalam koperasi syariah, jenis ini biasanya menggunakan akad *wadi'ah yad dhamanah* atau *mudharabah mutlaqah*. Sementara tabungan berjangka memiliki jangka waktu tertentu dan hanya dapat diambil saat jatuh tempo, dengan imbalan bunga atau bagi hasil lebih tinggi. Menurut Ismail (2020), kedua tabungan ini tidak hanya memfasilitasi simpanan anggota, tetapi juga memperkuat modal kerja dan produktivitas koperasi.

3. Tabungan Khusus

   Tabungan khusus merupakan simpanan koperasi yang ditujukan untuk tujuan tertentu Bentuknya bisa beragam, seperti tabungan pendidikan, tabungan qurban, tabungan hari raya, atau tabungan sosial. Tujuannya adalah membantu anggota merencanakan kebutuhan masa depan dengan cara menabung secara teratur untuk

tujuan yang spesifik. Menurut Rivai (2017), tabungan ini tidak hanya berfungsi sebagai instrumen finansial, tetapi juga sebagai sarana edukasi keuangan yang meningkatkan kedisiplinan, kepercayaan, dan loyalitas anggota terhadap koperasi.

Terdapat beberapa jenis-jenis tabungan yang ada di koperasi yaitu sebagai berikut:

1. Tabungan Masyarakat Sejahtera (TAMARA)

   Tabungan ini ditujukan untuk membantu masyarakat mengelola keuangan secara aman dan produktif. Setoran awalnya ringan, dengan bunga atau bagi hasil kompetitif. Tujuannya menumbuhkan kebiasaan menabung bagi masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah agar memiliki dana cadangan untuk kebutuhan penting seperti pendidikan dan kesehatan.[12]

2. Tabungan Haji Terwujud (TAHAJUD)

   Tabungan ini diperuntukkan bagi anggota yang ingin menunaikan ibadah haji. Nasabah menabung rutin hingga mencapai jumlah minimal pendaftaran haji. Menggunakan akad wadi'ah (titipan) atau mudharabah (bagi hasil), produk ini memudahkan proses administrasi dan menjaga keamanan dana.[13]

[12] A Ismail, *Perbankan Syariah: Teori Dan Praktik Di Indonesia* (Yogyakarta: K-Media, 2020), p. 123.

[13] M S Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2021), p. 183.

3. Tabungan Idul Qurban (TAQURBA)

   Tabungan ini membantu anggota mempersiapkan dana untuk membeli hewan qurban menjelang Idul Adha. Setoran dilakukan secara rutin setiap bulan sehingga nasabah bisa berqurban tanpa terbebani biaya mendadak.[14]

4. Tabungan Berjangka

   Jenis tabungan dengan jangka waktu tertentu dan setoran tetap setiap bulan. Dana hanya bisa ditarik saat jatuh tempo. Keunggulannya adalah bunga atau bagi hasil lebih tinggi, serta melatih kedisiplinan menabung jangka menengah.[15]

5. Tabungan Idul Fitri (TADURI)

   Tabungan ini membantu anggota mempersiapkan dana menjelang Idul Fitri untuk kebutuhan konsumsi, zakat, atau mudik. Setoran dilakukan rutin dan dana dicairkan menjelang hari raya, mendorong kebiasaan menabung dengan nilai budaya dan keagamaan.

C. Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA)

Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) adalah konsep edukasi dan keuangan syariah yang diterapkan di lembaga prasekolah untuk menanamkan kebiasaan menabung dan literasi keuangan Islami sejak dini. Berdasarkan penelitian Reza Oktavianti dan Syahrul Amsari (2023),

---

[14] A A Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2020), p. 82.

[15] Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya (Edisi Revisi)* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2023).

TADIKA merupakan sarana edukasi keuangan berbasis syariah yang mengajarkan disiplin, tanggung jawab, dan pengelolaan dana yang halal melalui kegiatan menabung teratur. Program ini berfungsi ganda, tidak hanya sebagai penyimpanan dana pendidikan, tetapi juga sebagai media pembelajaran nilai-nilai keadilan, kejujuran, dan amanah, sehingga menjadi bentuk integrasi nyata antara pendidikan Islam dan ekonomi syariah.[16]

Menurut Siti Sa'baini dan Syahrul Amsari (2023), *Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA)* merupakan sistem simpanan anak yang terintegrasi dengan manajemen keuangan sekolah dan orang tua melalui sistem digital seperti *smap.my*, yang memastikan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana. Program ini berfungsi sebagai sarana pendidikan karakter yang menanamkan disiplin dan nilai-nilai keuangan Islami sejak dini.[17] Sementara itu, Syarifah Rahimah Tuan A. Rahman dan Aliza Alias (2020) menilai TADIKA sebagai investasi jangka panjang bernilai duniawi dan ukhrawi, karena tidak hanya menyiapkan dana pendidikan, tetapi juga membentuk moral, tanggung jawab, dan kesederhanaan anak melalui kolaborasi antara sekolah, keluarga, dan nilai- nilai keagamaan.

---

[16] Reza Oktavianti and Syahrul Amsari, 'Analisis Strategi Pengembangan Perbankan Syariah Di Tadika Bijak Lestari Al-Fikh Orchard Georgetown Penang', *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Keislaman*, 13.1 (2024), 30.

[17] Siti Sa'baini and Syahrul Amsari, 'Implementasi Sistem Pengelolaan Manajemen Keuangan Pada Tadika Tinta Khalifah Al Fikh Orchard Penang Malaysia', *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8.3 (2023), 204–14.

Sehingga dapat disimpulkan Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) adalah inovasi pendidikan Islam yang harmonis, menggabungkan aspek finansial dan spiritual. Program ini bertujuan menyiapkan dana pendidikan anak sekaligus menjadi media pembelajaran literasi keuangan syariah, kedisiplinan, dan tanggung jawab sosial. Dengan sistem yang transparan dan berbasis nilai-nilai Islam, TADIKA menciptakan sinergi antara pendidikan moral dan pengelolaan keuangan yang beretika, mewujudkan generasi berkarakter Islami dan mandiri secara finansial.

D. Perilaku Konsumen

Perilaku Konsumen adalah disiplin ilmu yang mempelajari serangkaian keputusan dan tindakan yang kompleks yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi dalam keseluruhan siklus interaksi mereka dengan produk atau layanan. Secara definitif, perilaku konsumen mencakup pemahaman tentang *apa, mengapa, kapan, bagaimana, di mana, berapa banyak, dan seberapa sering* seorang konsumen melakukan akuisisi (perolehan), konsumsi (penggunaan), dan disposisi (pembuangan) barang, jasa, atau kegiatan tertentu.[18] Sedangkan Menurut Soedijono Reksoprajitno perilaku konsumen yaitu suatu alat strategis Dimana memahami dan menganalisis secara rinci tindakan, motivasi, preferensi, dan keputusan. Pengetahuan ini sangat krusial karena memungkinkan perusahaan untuk merancang produk, harga, promosi, dan saluran

[18] Seta A. Wicaksana, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Dd publishing, 2022), p. 46.

distribusi yang paling efektif, yang pada akhirnya bertujuan untuk memenangkan persaingan bisnis dan mencapai tujuan organisasional.[19]

Adapun jenis-jenis prilaku konsumen dibagi 2 yaitu:[20]

1. Perilaku konsumen rasional adalah perilaku membeli yang didasarkan pada pertimbangan logis dan sesuai kebutuhan. Konsumen memilih produk karena bermanfaat, berkualitas baik, dan harganya sesuai dengan kemampuan mereka.
2. Perilaku konsumen irasional adalah perilaku membeli yang dipengaruhi oleh emosi atau keinginan sesaat. Konsumen mudah tergoda promosi atau membeli produk hanya karena merek dan popularitasnya, meskipun sebenarnya tidak dibutuhkan.

Sehingga dapat disimpulkan, perilaku konsumen yaitu serangkaian proses dan tindakan yang dilakukan individu atau kelompok dalam memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, yang dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal. mencakup aspek rasional dan emosional, di mana konsumen berusaha memaksimalkan kepuasan dari sumber daya yang terbatas.

E. Minat Menabung

Minat menabung secara umum adalah kecenderungan atau keinginan seseorang untuk menyisihkan sebagian penghasilannya dengan tujuan

[19] Soedijono Reksoprajitno, *Pengantar Ekonomi Mikro: Perilaku Harga Pasar Dan Konsumen* (Jakarta: Penerbit Gunadarma, 1993).

[20] Jefri Putri Nugraha and others, *Teori Perilaku Konsumen* (Jakarta: NEM, 2021), p. 11.

menyimpan uang secara rutin dan teratur. Minat ini mencerminkan sikap positif terhadap kebiasaan menabung sebagai cara untuk mencapai keamanan finansial, memenuhi kebutuhan di masa depan, atau mencapai tujuan tertentu seperti membeli barang, pendidikan, investasi, atau persiapan dana darurat. Menurut Kotler dan Armstrong, minat menabung merupakan kecenderungan atau kemauan seseorang untuk memutuskan apakah ia akan menggunakan atau tidak menggunakan suatu produk dari lembaga keuangan.

Berdasarkan berbagai hasil penelitian, minat menabung dipahami sebagai dorongan atau keinginan seseorang untuk menyisihkan sebagian pendapatannya dan menyimpannya pada lembaga keuangan. Menurut Penelitian Mogelea dkk. (2023) dalam Jurnal AKSARA menemukan bahwa minat menabung dapat ditumbuhkan melalui edukasi literasi finansial sejak dini, karena menabung bukan hanya kegiatan menyimpan uang, melainkan investasi awal yang melatih disiplin, tanggung jawab, dan kemampuan mengatur keuangan dalam jangka pendek maupun jangka panjang.[21]

Penelitian Ramadhan dkk. (2024) juga menunjukkan bahwa minat menabung meningkat apabila individu memahami manfaat menabung, mampu membedakan kebutuhan dan keinginan, serta memiliki motivasi

[21] Bertin Mogelea and others, 'AKSARA: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal 1029 Edukasi Menabung Dalam Meningkatkan Literasi Finansial Anak Usia Dini Di TK Tunas Muda IKKT Jati Makmur', *Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 09.2 (2023), 1029–38.

dan tujuan keuangan yang jelas.[22] Sementara itu, penelitian Andespa (2017) menjelaskan bahwa minat menabung nasabah dipengaruhi oleh faktor pribadi (motivasi, gaya hidup, kepribadian), faktor sosial (keluarga dan kelompok acuan), serta bauran pemasaran (produk, harga, promosi, dan lokasi).[23] Hasil penelitian tersebut menguatkan temuan Pertiwi dan Ritonga (2012), yang menyatakan faktor paling dominan menentukan keputusan seseorang menabung adalah kepercayaan terhadap lembaga keuangan tersebut, disertai dengan pelayanan dan lokasi yang mendukung.[24] Adapun indikator dalam minat menabung ini yaitu:[25]

1. Kesadaran (*Awareness*)

   Kesadaran menabung pada TADIKA muncul ketika nasabah mengetahui bahwa tabungan pendidikan anak merupakan langkah persiapan finansial yang penting. Dengan adanya TADIKA di koperasi, orang tua menyadari bahwa menabung dapat membantu meringankan biaya pendidikan di masa depan secara teratur dan aman.

2. Ketertarikan (*Interest*)

   Minat menabung meningkat ketika nasabah mulai merasa tertarik dengan fitur dan kemudahan yang ditawarkan TADIKA. Koperasi biasanya memberikan informasi mengenai keuntungan tabungan

---

[22] Mochamad Ramdan and others, 'Meningkatkan Minat Menabung Sejak Dini Kepada Siswa Desa Biru Kecamatan Majalaya', *Toewijding : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1.1 (2024), 8–13.

[23] Roni Andespa, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah', *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 2.1 (2017), 43–57.

[24] Ritonga Dita, 'Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Muamalat Di Kota Kisaran Dita Pertiwi Dan Haroni Doli H. Ritonga', *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 2.1 (2021), 61–69.

[25] Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis (Edisi 3)* (Jakarta: Erlangga, 2010), p. 199 .

pendidikan seperti biaya administrasi rendah, fasilitas pencatatan yang jelas, dan adanya kemudahan penyetoran. Ketertarikan ini muncul karena program TADIKA dianggap sesuai dengan kebutuhan nasabah.

3. Keinginan (*Desire*)

   Setelah merasa tertarik, keinginan menabung mulai terbentuk ketika nasabah memiliki tujuan yang ingin dicapai, yaitu menjamin biaya pendidikan anak. Keinginan ini ditunjukkan dari niat untuk membuka rekening TADIKA dan menyisihkan dana secara berkala.

4. Tindakan Menabung (*Action*)

   Tahap terakhir dari minat menabung adalah tindakan nyata, yaitu pembukaan tabungan TADIKA dan melakukan setoran secara rutin. Nasabah tidak hanya berniat, tetapi telah mengambil langkah konkret untuk menabung melalui TADIKA di koperasi. Konsistensi ini menunjukkan bahwa program TADIKA dapat mendorong perilaku menabung yang berkelanjutan dan disiplin.

Sehingga dapat disimpulkan Minat menabung sejak dini melalui Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) merupakan kegiatan positif yang tidak hanya mempersiapkan dana pendidikan anak, tetapi juga melatih anak untuk disiplin, bertanggung jawab, dan mampu mengelola uang. Melalui kebiasaan menabung, anak belajar membedakan kebutuhan dan keinginan serta terbiasa merencanakan sesuatu secara terarah.

F. Pemahaman Nasabah

Pemahaman nasabah merupakan kemampuan seseorang dalam menerima, mengetahui, dan mengolah informasi terkait produk atau layanan yang ditawarkan lembaga keuangan, sehingga mampu membuat keputusan yang tepat dan sesuai dengan kebutuhannya. Pemahaman tidak hanya terkait mengetahui informasi, tetapi juga mencakup kemampuan menafsirkan manfaat, prosedur, risiko, dan ketentuan dari suatu produk tabungan.

Menurut Jefri Putri Nugraha dkk. dalam buku *Teori Perilaku Konsumen* (2021) Pemahaman yang baik akan membuat nasabah lebih percaya terhadap lembaga keuangan, karena mereka mengetahui tujuan, manfaat, dan keamanan produk yang dipilih. Sejalan dengan teori perilaku konsumen, pengetahuan yang dimiliki seseorang akan memengaruhi sikap dan minat dalam pengambilan Keputusan. Ketika nasabah memahami informasi dengan jelas, mereka dapat mengevaluasi kesesuaian produk terhadap kebutuhan, sehingga keputusan yang diambil menjadi lebih rasional dan terencana. Sebaliknya, kurangnya pemahaman dapat menimbulkan keraguan dan menurunkan minat dalam menggunakan produk tabungan.[26]

Sedangkan menurut Nur Hidayah dalam buku *Literasi Keuangan Syariah* (2023) Pemahaman nasabah merupakan kemampuan individu dalam mengendalikan, memahami, dan menginterpretasikan produk serta

[26] Jefri Putri Nugraha and others, *Teori Perilaku Konsumen* (Jakarta: NEM, 2021), p. 37.

layanan lembaga keuangan agar mampu mengambil keputusan keuangan yang tepat.[27] Dalam konteks tabungan pendidikan seperti TADIKA (Tabungan Pendidikan Anak), pemahaman nasabah sangat berperan dalam membentuk minat menabung. Nasabah perlu memahami tujuan TADIKA yaitu mempersiapkan dana pendidikan secara terencana, serta proses penyetoran, jangka waktu, dan manfaat yang akan diperoleh. Adapun indikator pemahaman nasabah ini yaitu:

1. Pemahaman terhadap Informasi Produk

   Pemahaman terhadap informasi produk merupakan kemampuan nasabah dalam mengetahui dan memahami berbagai informasi dasar mengenai suatu produk keuangan, seperti tujuan produk, manfaat, fitur, serta prinsip operasional yang digunakan. Dalam lembaga keuangan syariah, pemahaman ini juga mencakup pengetahuan mengenai akad yang digunakan dalam produk tersebut serta perbedaan antara produk keuangan syariah dan konvensional.

   Pemahaman terhadap informasi produk sangat penting karena dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan layanan keuangan. Nasabah yang memiliki pemahaman yang baik terhadap produk cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi serta lebih tertarik untuk menggunakan produk tersebut sebagai sarana pengelolaan keuangan.[28]

---

[27] Nur Hidayah, *Literasi Keuangan Syariah: Teori Dan Praktik Di Indonesia - Rajawali Pers* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2023).

[28] Pendapatan Religiusitas, 'Minat Menabung Di Bank Syariah Ditinjau Dari Literasi Keuangan Syariah ', 10.03 (2024), 2428–37.

2. Pemahaman terhadap Prosedur dan Mekanisme

Pemahaman terhadap prosedur dan mekanisme merupakan kemampuan nasabah dalam mengetahui tahapan atau proses yang harus dilakukan dalam menggunakan suatu produk keuangan, seperti prosedur pembukaan rekening, sistem penyetoran dana, mekanisme penarikan, serta tata cara pengelolaan tabungan. Nasabah yang memahami prosedur dan mekanisme layanan keuangan akan lebih mudah dalam menggunakan produk tersebut karena mereka mengetahui langkah-langkah yang harus dilakukan serta hak dan kewajiban yang dimiliki sebagai nasabah. Sebaliknya, kurangnya pemahaman terhadap prosedur dapat menyebabkan masyarakat ragu untuk menggunakan produk keuangan yang tersedia.[29]

3. Pemahaman terhadap Biaya dan Ketentuan

Pemahaman terhadap biaya dan ketentuan merupakan kemampuan nasabah dalam mengetahui berbagai aturan yang berlaku dalam suatu produk keuangan, termasuk biaya administrasi, ketentuan setoran minimum, sistem bagi hasil, serta syarat dan ketentuan lainnya yang terkait dengan penggunaan produk tersebut. Dalam lembaga keuangan syariah, transparansi mengenai biaya dan ketentuan sangat penting karena berkaitan dengan prinsip keadilan dan keterbukaan dalam transaksi keuangan. Nasabah yang memahami biaya dan

[29] Adeh Ratna and Mari Maryati, 'Optimizing Financial Literacy to Increase Interest in Saving at Bank Syariah Indonesia', Vol 14.June (2025), 215–27.

ketentuan produk akan lebih mampu mempertimbangkan manfaat dan risiko sebelum memutuskan untuk menggunakan produk tersebut.

4. Pemahaman terhadap Keamanan dan Kepercayaan

Pemahaman terhadap keamanan dan kepercayaan berkaitan dengan sejauh mana nasabah memahami tingkat keamanan suatu produk keuangan serta memiliki keyakinan bahwa lembaga keuangan tersebut dapat menjaga dana yang mereka simpan. Kepercayaan merupakan faktor penting dalam hubungan antara nasabah dan lembaga keuangan karena menyangkut keamanan dana serta kredibilitas lembaga. Nasabah yang memiliki pemahaman yang baik mengenai sistem keamanan dan pengelolaan dana dalam lembaga keuangan akan memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap lembaga tersebut. Kepercayaan ini dapat mendorong nasabah untuk menabung serta menggunakan produk keuangan secara berkelanjutan.[30]

G. Kajian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Iien Rohmatun Nisa (2021)	Analisis Tingkat Pemahaman Mahasiswa Akuntansi Terhadap Minat Menabung Dan	menunjukan bahwa pemahaman yang baik mengenai konsep perbankan syariah,

[30] Zahrotun Mustaidah and Mahmudatus Sadiyah, 'Pengaruh Halal Lifestyle , Literasi Keuangan Syariah Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank', 8 (2025).

		Produk Tabungan Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Semester 7 Universitas Bosowa)	termasuk prinsip akad, manfaat produk, dan mekanisme tabungan, memiliki peran penting dalam meningkatkan minat seseorang untuk menabung.[31]
2	Silva Dayanti Tasi n (2022)	Pengaruh Pemahaman Masyarakat Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah (Studi Kasus Masyarakat Kampung Kodo Kecamatan Wenang Kota Manado)	menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Temuan ini didukung oleh nilai t hitung sebesar 9.630 yang lebih besar daripada t tabel 1.986 serta nilai

[31] Iien Rohmatun Nisa, 'Analisis Tingkat Pemahaman Mahasiswa Akuntasi Terhadap Minat Menabung Dan Produk Tabungan Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Semester 7', 2021.

			signifikansi 0.000 < 0.05.[32]
3	Triani Kusuma Ind rawati (2024)	Pemahaman Terhadap Produk Tabungan Perbankan Syariah Untuk Melihat Minat Menabung Komunitas Genbi IAIN Ponorogo	menunjukkan bahwa tingkat pemahaman komunitas GenBI IAIN Ponorogo terhadap produk tabungan perbankan syariah berada pada kategori menengah. Sebanyak 59% anggota memiliki pemahaman yang cukup baik, sedangkan 41% berada pada tingkat pemahaman rendah. Penelitian ini juga menemukan bahwa pemahaman dipengaruhi oleh lima faktor utama, yaitu

[32] Silva dayanti Tasin, 'Pengaruh Pemahaman Masyarakat Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah', 2022.

			pengetahuan, lingkungan sosial, pengalaman, kondisi ekonomi, serta akses informasi.[33]
4	Resmita (2020)	Analisis Pemahaman Nasabah Terhadap Implementasi Akad Mudharabah Pada Produk Deposito (Studi Kasus BRI Syariah KCP Teluk Kuantan)	Menunjukan bahwa pemahaman nasabah BRI Syariah KCP Teluk Kuantan terhadap produk deposito dengan akad mudharabah masih rendah. Meskipun sebagian besar nasabah mengetahui bahwa bank beroperasi dengan prinsip syariah, mereka tidak memahami detail produk deposito, seperti mekanisme

[33] Triani Kusuma Indrawati, 'Pemahaman Terhadap Produk Tabungan Perbankan Syariah Untuk Melihat Minat Menabung Komunitas Genbi Iain Ponorogo Skripsi', 2024.

			bagi hasil, peran bank dan nasabah dalam mudharabah, serta ketentuan pencairan dan akad tertulis.[34]
5	Darmawan dkk. (2019)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah	Lokasi tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap minat menabung, Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung, Pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung, Promosi tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung,

[34] Resmita, 'Analisis Pemahaman Nasabah Terhadap Impementasi Akad Mnudharabah Pada Produk Deposito (Studi Kasus BRI Syariah KCP Teluk Kuantan)', *Juhan Perak*, 2021, 606.

			Produk tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung, Harga tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung.[35]
6	Herman Prayudi (2022)	Analisis pemahaman mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IUQI Bogor Mengenai Produk Tabungan & Akad Bank Syariah Terhadap Minat Menabung	menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa terhadap produk tabungan syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, yang dibuktikan oleh nilai thitung sebesar 2,962 lebih besar daripada ttabel 2,036 dan nilai signifikansi 0,006 <

[35] Darmawan, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Jateng Syariah', Vol 18.No 01 (2019), 43–52.

			0,05. Selain itu, pemahaman mahasiswa mengenai akad bank syariah juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, dengan nilai thitung sebesar 2,636 dan signifikansi 0,013 < 0,05.[36]

[36] Prayudi.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memahami fenomena yang terjadi secara mendalam berdasarkan pengalaman dan pandangan informan. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada proses, makna, dan pemahaman nasabah terhadap produk Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) di Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Kamang Mudiak Lamo. Menurut Sugiyono, penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan pada kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti menjadi instrumen utama dan hasilnya lebih menekankan pada makna daripada generalisasi. Sejalan den gan itu, Menurut Creswell menjelaskan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami makna suatu fenomena sosial melalui pengumpulan data yang mendalam. Moleong juga menyatakan bahwa penelitian kualitatif digunakan untuk memahami fenomena seperti perilaku, persepsi, dan motivasi subjek melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata.[37] Berdasarkan pandangan para ahli tersebut, pendekatan kualitatif dianggap paling sesuai karena dapat menggambarkan secara menyeluruh bagaimana tingkat pemahaman nasabah, persepsi manfaat, dan faktor-faktor yang memengaruhi minat mereka dalam menabung pada produk TADIKA. Metode penelitian yang digunakan

[37] Dr. Mohamad Alfin Hilmi and Dr. Bambang Bagus H., *Metodologi Penelitian Sosial* (Smart Global Nusantara) <https://books.google.co.id/books?id=ltqOEQAAQBAJ>.

adalah metode deskriptif kualitatif, yaitu metode yang bertujuan menggambarkan kondisi atau fenomena secara rinci berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi.[38] Metode ini tidak bertujuan menguji hubungan sebab-akibat tetapi lebih berfokus pada penggambaran realitas sebagaimana adanya. Melalui metode kualitatif deskriptif, peneliti dapat memperoleh data yang lebih kaya dan mendalam mengenai bagaimana nasabah memahami mekanisme TADIKA, bagaimana pengalaman mereka selama menjadi nasabah, serta bagaimana pihak internal koperasi memandang perkembangan produk tersebut. Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin menyoroti aspek pemahaman, persepsi, serta pengalaman subjektif informan yang tidak dapat dijelaskan melalui pendekatan kuantitatif.

Tujuan dari penggunaan penelitian kualitatif dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan secara mendalam tingkat pemahaman nasabah terhadap mekanisme dan manfaat TADIKA, mengungkap persepsi dan pengalaman nasabah dalam menggunakan produk tersebut, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat menabung. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan memberikan gambaran faktual mengenai bagaimana informan internal seperti manajer dan bagian keuangan memandang efektivitas produk TADIKA dari sisi operasional dan sosialisasi. Melalui pendekatan ini, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata berupa rekomendasi bagi pihak koperasi

[38] M. Monalisa, *Metodologi Penelitian Kuantitatif :: Pengembangan Hipotesis Dan Pengujiannya* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2025) <https://books.google.co.id/books?id=qSBNEQAAQBAJ>.

untuk meningkatkan edukasi, promosi, serta strategi layanan sehingga minat nasabah terhadap produk TADIKA dapat meningkat.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi yang dilakukan pada penelitian ini bertempat di Jorong Pakan Sinayan Nagari Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Mudiak Magek Kabupaten Agam Yaitu di Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Kamang Mudiak Lamo. Alasan peneliti memilih koperasi konsumen syariah BMT agam Madani Kamang mudiak lamo sebagai objek penelitian karena lembaga keungan ini memeliki peran yang signifikan dalam meningkatkan ekonomi masyarakat lokal melalui sistem keuangan mikro berbasis syariah
2. Waktu Penelitian Merupakan Komponen utama dalam melakukan penelitian yang dilakukan untuk menggumpulkan informasi dan data yang terkait dengan penelitian. Oleh karena itu waktu penelitian dilakukan pada bulan Agustus 2025-maret 2026

C. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

   Data primer adalah data yang dia ambil dari sumber data yang pertama yaitu data yang diperoleh dari lapangan terkait dengan masalah yang akan diteliti.[39] Data primer ini diperoleh dengan melakukan wawancara secara langsung dengan nasabah yang

[39] S Diana and A E J Tampubolon, *Metodologi Penelitian Vokasi* (Deepublish, 2023) <https://books.google.co.id/books?id=ZsRDEQAAQBAJ>.

menabung pada tabungan pendidikan di koperasi konsumen syariah bmt agam madani kamang mudiak lamo.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang menerbitkan dan bersifat siap pakai. Pada data sekunder ini diperoleh informasi internet dan buku-buku.[40] Menurut sugiyono data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari,dan memahami melalui media lain seperti buku-buku, jurnal ilmiah serta refrensi skripsi yang memiliki relevansi dan keterkaitan erat dengan topik penulisan yang sedang dibahas.[41]

D. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian. Informan dapat sebagai pelau maupun orang lain yang memahami onjek penelitian. Bagi peneliti dalam penguasaan informasi tentang objek penelitian dapat dikelompok menjadi 2 kelompok, ada peneliti sebelumnya sudah memahami atau menguasai informasi awal tentang objek penelitian dan ada peneliti yang sama sekali belum paham atau mengetahui objek penelitian. Pada penelitian kualitatif prosedur ini merupakan strategi menentukan informan yang paling umum. Menentukan

---

[40] *Metode Penelitian Pendidikan: (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D)* (Alfabeta, 2008) <https://books.google.co.id/books?id=0xmCnQAACAAJ>.

[41] M Y Balaka, *Metodologi Penelitian Teori Dan Aplikasi* (Penerbit Widina) <https://books.google.co.id/books?id=KlFmEQAAQBAJ>.

kelompok peserta yang menjadi informan sesuai dengan kriteria yang terpilih yang relevan dengan masalah penelitian tertentu.[42]

Informan dalam penelitian ini terdiri dari 3 pihak Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo dan 5 orang nasabah yang menabung pada tabungan pendidikan anak (Tadika) akan dilibatkan untuk mendapatkan perspektif mereka mengenai produk tabungan pendidikan anak (Tadika). Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling, di mana peneliti memilih informan yang dianggap memilki pengetahuan dan pengalaman yang relavan dengan topik penelitian. Hal ini diharapkan dapat mengahasilkan informasi yang kaya dan bermanfaat untuk analisis.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang utama dan paling strategis dalam melakukan penelitian, karena tujuan utama dalam melakukan penelitian, ini adalah untuk mendapatkan data, tanpa mengetahui teknik dalam mengumpulkan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang telah ditetapkan.[43] Dalam penelitian ini, peneliti melakukan teknik pengumpulan data yaitu dengan :

1. Observasi

---

[42] Dr. Novita Rany SKM M.kes, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jawa Timur CV Global Aksara Pers, 2022, hal 22.

[43] M R Pahleviannur and others, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Pradina Pustaka, 2022) <https://books.google.co.id/books?id=thZkEAAAQBAJ>.

Menurut nawawi & martini observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam objek penelitian.[44] Observasi dapat dipahami sebagai sebuah proses yang melibatkan berbagai tahapan biologis dan pskilogis yang saling terkait. Di antara banyak aspek terlibat, dua proses yang paling penting adalah proses pengamatan secara langsung terhadap objek atau fenomena yang di amati, serta proses ingatan yang berperan dalam menyimpan dan mengingat kembali informasi yang telat diperoleh melalui pengematan tersebut.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan yang di arahkan pada suatu masalah tertentu, ini merupakan proses tanya jawab lisan, dimana orang atau lebih berhadap-hadapan secara fisik. Terdapat dua pihak dengan kedudukan yang berbeda dalam proses wawancara. Pihak pertama berfungsi sebagai penanya, disebut pula sebagai interviewer, sedangkan pihak kedua berfungsi sebagai pemberi informasi. Interviewer mengajukan pertanyaan-pertanyaan, meminta keterangan atau penjelasan. Di samping itu, dia juga menggali keterangan-keterangan lebih lanjut dan berusaha melakukan dorongan.[45]

Ada dua cara membedakan tipe wawancara yaitu wawancara

---

[44] M B Gainau, *Pengantar Metode Penelitian* (PT Kanisius) <https://books.google.co.id/books?id=L40pEAAAQBAJ>.

[45] S.P.M.P. Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik* (Bumi Aksara, 2022) <https://books.google.co.id/books?id=AqSAEAAAQBAJ>.

yang terstruktur dan tidak terstruktur. Wawancara terstruktur digunakan karena informasi yang akan diperlukan penelitian sudah pasti. Proses wawancara tersruktur dilakukan dengan menggunakan instrument pedoman wawancara tertulis yang berisi pertanyaan yang akan diajukan kepada informan.wawancara tidak terstruktur bersifat lebih bebas karena dalam melakukan wawancara lebih alamiah untuk menggali idea atau gagasan informan secara terbuka dan tidak menggunakan pedoman.[46]

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang. Dokumentasi yang dilakukan oleh penulis agar bisa memperoleh data dengan langsung berasal dari buku-buku yang relevan, brosur, butir-butir wawancara, foto-foto atau data yang relevan dengan penelitian dan sebagainya untuk mendukung informasi-informasi yang diperlukan oleh penulis.[47]

F. Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang di peroleh dari wawancara dan observasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori menjabarkan kedalam unit-unit, menyusun kedalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan

[46]W W AK and T ZA, *Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory* (FTK Ar-Raniry Press, 2015) <https://books.google.co.id/books?id=HNKREAAAQBAJ>.

[47] *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Mix Method - Rajawali Pers* (rajagrafindo persada 1, 2019) <https://books.google.co.id/books?id=enFzEQAAQBAJ>.

di pelajari dan membuat kesimpulan agar mudah di pahami oleh diri sendiri maupun orang lain.[48]

Analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah analisis dengan metode induktif yaitu pola pikir dengan mengambil kesimpulan dari data yang bersifat khusus kemudian mengumpulkannya dan menarik generalitas ke yang lebih umum. Tujuan penulis menggunakan metode ini adalah untuk menganalisis hasil obsevasi, wawancara dan hasil penelitian latinya. Penelitian ini menggunakan teknis analisis kualitatif yang terdiri dari:

1. Pengumpulan Data

   Pengumpulan data dilapangan berkaitan dengan teknik penggalian data, dan ia juga berkaitan dengan sumber dan jenis data, setidaknya sumber data dalam penelitian kualitatif berupa kata-kata tindakan, selebihkan adalah data tamabahan seperti dokumen atau sumber data tertulis, foto dan statistik. Kata-kata lain tindakan orang yang diamati atau di wawancarai merupakan sumber data utama. Sumber data utama di catat melalui catatan tertulis atau melalui perekaman vidio/audio tapes, pengambilan foto, atau film. Sedangkan sumber data tambahan yang berasal dari sumber tertulis dapat dibagi atas sumber buku dan majalah ilrniah, sumber dari arsip dan dokumentasi resmi.

2. Reduksi Data

[48] H Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan* (Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020) <https://books.google.co.id/books?id=GkP2DwAAQBAJ>.

Reduksi Data merupakan proses merangkum, memilih hal-hal pokok memfokuskan pada hal-hal yang penting di cari tema dan polanya. data yang telah di reduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan memperoleh peneliti untuk mengempulkan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

3. Penyajian Data

Penyajian data sebagai sekumpulan informasi tersusun, dan memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data digunakan untuk lebih meningkatkan pemahaman kasus dan sebagai acuan mengambil tindakan berdasarkan pemahaman dan analisis sajian data. Dengan tindakan berdasarkan pemahaman dan analisis sajian data. Dengan dengan cepat fakta yang terjadi di lokasi penelitian.

4. Penarikan Kesimpulan

Penarikan simpulan merupakan hasil demikian peneliti bisa lebih memahami penelitian yang menjawab fokus penelitian berdasarkan analisis data. Simpulan disajikan dalam bentuk deskriptif objek penelitian dengan berpedoman pada kajian penelitian.[49]

[49] Y E Rachmad and others, *Integrasi Metode Kuantitatif Dan Kualitatif: Panduan Praktis Penelitian Campuran* (PT. Green Pustaka Indonesia, 2024) <https://books.google.co.id/books?id=hu4CEQAAQBAJ>.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Singkat Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo

Melihat kebutuhan masyarakat pengusaha kecil menengah yang berada di kawasan Kabupaten Agam kesulitan untuk mendapatkan modal, maka pemerintah Kabupaten Agam berinisiasi untuk membentuk lembaga keuangan syariah yang dapat di jangkau dengan mudah. Hal ini diprakasai oleh bapak Aristo Munandar yang pada saat itu menjabat sebagai Bupati Agam. Pendiri BMT Agam Madani Kanagarian Kamang Mudiak merupakan bentuk wujud kepedulian pemerintah terhadap terwujudnya masyarakat yang madani, khususnya di bidang perekonomian terutama pada sektor perekonomian. Maka dari itu, BMT dibangun di seluruh Nagari yang terdapat diseluruh Kabupaten Agam.

BMT Agam Madani Kanagarian Kamang Mudiak berlokasi di Jorong Pakan Sinayan Kenagarian Kamang Mudiak Kecamatan Kamang Magek Kabupaten Agam. BMT merupakan sebuah KJKS yang didirikan dalam penanggulangan kemiskinan berbasis masjid oleh masyarakat kamang mudiak. BMT ini berdiri pada tanggal 20 juli 2008.

Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) BMT Agam Madani Kanagarian Kamang Mudiak yang merupakan lembaga keuangan syariah yang didirikan oleh pemerintah daerah yang pada awal pendiriannya, sebelum mendapatkan dana dari pemda Agam, BMT ini didirikan oleh 33

Orang Anggota dengan membuka rekening yang diperuntukkan untuk dana awal pendirian sebesar Rp. 20.000.000. Setelah dibukanya BMT oleh 33 Orang tersebut, maka diturunkanlah dan dari pemerintah daerah Kabupaten Agam sebesar Rp. 300.000.000, setelah turunnya dana tersebut dibentuklah LKW (Latihan Wajib Kelompok). LKW ini turun disetiap masjid-masjid yang berada di Nagari Kamang Mudiak yaitu 10 masjid untuk memperkenalkan keberadaan BMT. Kunjungan ini di hadiri oleh TKPK masing-masing masjid.

1. Visi dan Misi Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo

a. Visi

Visi BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak adalah untuk mewujudkan Masyarakat yang ekonomis, damai dan sejahtera

b. Misi

BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak memilik misi sebaga berikut:

1) Mengembangkan kelompok usaha bersama

2) Menjadikan BMT yang maju, berkembang, tercapainya, aman, nyaman, dan transparan

2. Tujuan, Sifat, Fungsi dan Prinsip Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo

BMT bertujuan meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota pada khususnya dan Masyarakat pada umumnya. BMT merupakan usaha bisnis yang bersifat mandiri, ditumbuh kembangkan dengan swadaya dan dikelola secara profesional, serta beriorientasi untuk kesejah teraan anggota dan Masyarakat.

Dalam rangka pencapaian tujuannya, BMT berfungsi:

a. Mengidentifikasi, memibilasi, mengorganisir, mendorong dan men gembangkan potesi serta kemampuan ekonomianggota, kelompok usaha anggota muamalat daerah kerjanya.
b. Mempertinggi kualitas SDM anggota dan fokus menjadi professional dan Islami sehingga masyarakat semakin utuh dan Tangguh dalam menghadapi tantangan global
c. Menggalang dan mengorganisir potensi Masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan anggota.

BMT melaksanakan kegiatan dan fungsinya berdasarkan prinsip utama sebagai berikut:

a. Keimanan dan ketakwaan pada Allah SWT dengan mengimplementasikan prinsip-prinsip syari'ah dan muamalah islam kedalam kehidupan nyata.
b. Keterpaduan dalam nilai-nilai spiritual berfungsi mengarahkan dan menggerakkan etika dan moral yang dinamis, progresif, adil dan berakhlak mulia.

c. Kekeluargaan/koperatif

d. Kebersamaan

e. Kemandirian

3. Produk Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo

a. Produk Pembiayaan

Pembiayaan adalah kegiatan pembiayaan dan penggadaian barang untuk penggadaan barang berdasarkan keputusan konsumen dengan pembayaran secara angsuran sesuai dengan prinsip syari'ah pembiayaan sesuai dengan Undang-undang No 10 tahun 1998 adalah penyediaan uang dan tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan kepada persetujuan dan kesepakatan pinjam meminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu ditambah sejumlah uang, imbalan dana bagi hasil.

Sedangkan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah berdasarkan ketentuan bank Indonesia pada pasal 1 Undang-undang No 10 Tahun 1998 adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan pada persetujuan atau kesepakatan antara pihak bank dan pihak lain yang mewajibkan pihak lain di biayai untuk mengembalikan dana yang telah di kumpulkan oleh bank islam dari masyarakat yang surplius dana, pembiayaan secara umum memiliki fungsi sebagai berikut:

1. Meningkatkan daya guna uang
2. Meningkatkan daya guna barang
3. Meningkatkan daya peredaran uang
4. Meningkatkan daya semangat berusaha
5. Stabilitas ekonomi
6. Sebagai jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional

Adapun produk-produk pembiayaan pada BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak adalah:

1) Pembiayaan total bagi hasil (mudharabah) adalah pembiayaan untuk kegiatan usaha produktif anggota yang keseluruhan modalnya di biayai oleh BMT, ditentukan bagi hasil sesuai kesepakatan.
2) Pembelian barang bayar jatuh tempo (mudharabah) adalah anggota perlu sarana usaha suatu barang, namun belum ada uang BMT membelikan dan menjualnya kepada anggota tersebut dengan harga yang telah disepakati.
3) Pembelian barang bayar angsuran (bai bitsaman aji) adalah pembiayaan bagi anggota yang membutuhkan sarana usaha suatu barang, BMT membelikan dan menjualnya kepada yang bersangkutan.

Jenis-jenis pembiayaan di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak adalah:

1. Pembiayaan murabahah (akad pembiayaan jual beli pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang di sepakati.
2. Pembiayaan mudarabah (akad kerja sama usaha antara dua pihak), adalah pihak pertama (shahibul maal) menyediakan modal, sedangkan pihak lain (mudharib) dan keuntungan dibagi sama besar.
3. Pembiayaan qard adalah pembiayaan yang diberikan kepada anggota yang tidak mampu atau dalam kesusahan untuk membiayai usahanya yang dimulai produktif dimana anggota tidak dituntut atas bagi hasil maupun margin keuntungan.

b. Produk simpanan

1) Simpanan Pokok

Simpanan pokok ini di sektorkan diawal masuk menjadi anggota BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak sebesar Rp 200.000 dan hanya bisa di tarik kembali apabila anggota telah keluar dari keanggotaan BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak.

i. Simpanan Wajib

Simpanan wajib ini wajib di bayar setiap bulanya selama aktif menjadi anggota jumlahnya disepakati bersama Rp 50.000 perbulan dan hanya bisa di tarik kembali apabila anggota telah keluar dari keanggotaan BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak.

ii. Simpanan Sukarela

Simpanan suka rela adalah simpanan yang di setorkan oleh anggota yang dapat di ambil kapunpun setiap jam kerja, dan jumlahnya pun tidak di atur dalam AD/ART KJKS-BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak. Agar keanggotaan di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak menjadi penuh dan utuh, maka calon anggota BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak harus melunasi seluruh simpanan pokok dan simpanan wajib dengan jumlah yang telah disepakati. Apabila dua bentuk simpanan tersebut tidak dipenuhi, maka calon anggota tersebut belum sepenuhnya di akui sebagai anggota BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak dan hanya di anggap dan dikategorikan sebagai anggota luar biasa dan tidak mendapatkan hak sepenuhnya sebagai anggota sebagaimana di atur dalam AD/ART KJKS Agam Madani Nagari Kamang Mu diak.

iii. Simpanan Mudharabah Umum

Simpanan mudharabah umum yang di khususkan untuk masyarakat umum yang ingin menjadi anggota dan penyimpan an dana yang dapat ditarik kapanpun dalam dunia kerja

iv. Tabungan Kurban

Tabungan kurban dan di khususkan masyarakat umum yang punya keinginan menjadi peserta qurban dapat

menitipkan dananya di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak dan dapat ditarik menjelang pelaksanaan qurban.

v. Tabungan Pendidikan

Tabungan pendidikan yang di khususkan untuk para pelaj ar mulai dari tingkat TK SLTA yang dapat di Tarik selama jam kerja.

Jenis simpanan di BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak yaitu:

1) Tabungan Masyarakat Sejahtera (TAMARA)
2) Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA)
3) Tabungan Haji Terwujud (TAHAJUD)
4) Tabungan Idul Qurban (TAQURBA)
5) Tabungan Berjangka (TAJAKA)
6) Tabungan Idul Fitri (Taduri)

4. Pembagian Keuntungan Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo

a. Setiap keuntungan yang diperoleh BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak di laporkan dan dimasukkan sisa hasil usaha (SHO).

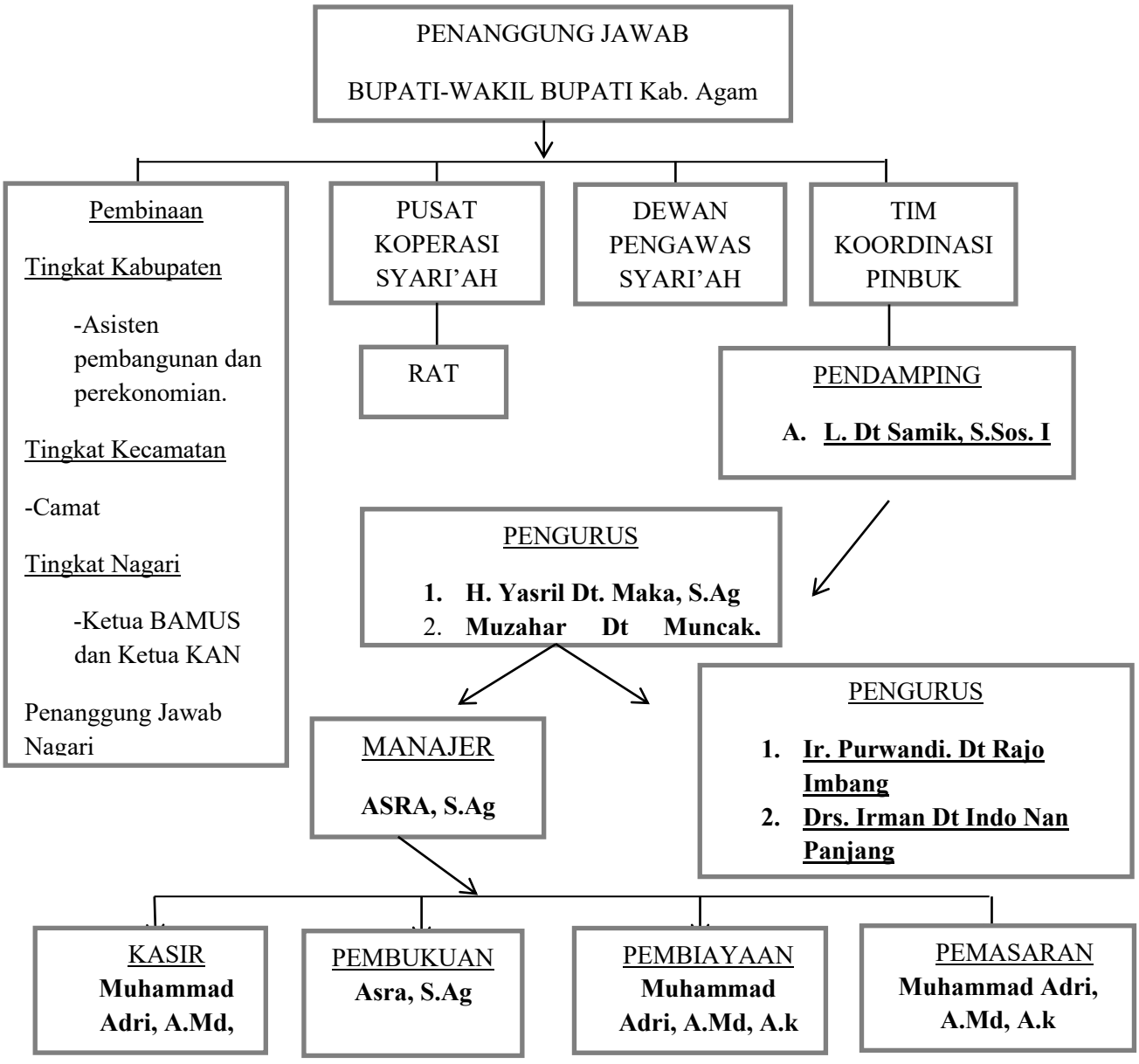
b. Setiap simpanan yang berasal dari anggota (simpanan pokok dan simpanan wajib) yang di kelola oleh BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak dibidang usaha perdagangan,

pendustrian dan pembiayaan yang halal dan pembagian hasil simpanan anggota ditetapkan ART (Anggaran rumah tangga)

5. Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo



Sumber : Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo

B. Hasil Penelitian

1. Tingkat pemahaman nasabah terhadap produk Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) di Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo

Analisis tingkat pemahaman nasabah terhadap produk tabungan pendidikan anak (TADIKA) di koperasi konsumen syariah BMT agam madani nagari kamang mudiak lamo dilakukan menggunakan

a. Pemahaman terhadap Informasi Produk

Pemahaman terhadap informasi produk merupakan kemampuan nasabah dalam mengetahui dan memahami berbagai informasi dasar mengenai suatu produk keuangan, seperti tujuan produk, manfaat, fitur, serta prinsip operasional yang digunakan. Dalam lembaga keuangan syariah, pemahaman ini juga mencakup pengetahuan mengenai akad yang digunakan dalam produk tersebut serta perbedaan antara produk keuangan syariah dan konvensional. Pemahaman terhadap informasi produk sangat penting karena dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan layanan keuangan. Nasabah yang memiliki pemahaman yang baik terhadap produk cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi serta lebih tertarik untuk menggunakan produk tersebut sebagai sarana pengelolaan keuangan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak koperasi pada tanggal 13 februari 2026, diketahui bahwa informasi mengenai produk Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) disampaikan kepada masyarakat melalui beberapa cara. Menurut penjelasan Ibu Asra selaku Manajer Keuangan, pihak koperasi biasanya memberikan penjelasan secara langsung kepada calon nasabah yang datang ke kantor. Selain itu, petugas juga melakukan pendekatan kepada masyarakat ketika melakukan kegiatan pelayanan di lingkungan masyarakat. Dalam proses penyampaian informasi tersebut, petugas koperasi menjelaskan berbagai hal yang berkaitan dengan produk TADIKA, seperti tujuan tabungan, manfaat yang diperoleh nasabah, serta keunggulan produk dibandingkan dengan tabungan biasa. Tujuan utama dari tabungan ini adalah membantu orang tua mempersiapkan dana pendidikan anak secara bertahap sehingga beban biaya pendidikan di masa depan dapat lebih ringan.

Namun demikian, menurut pengamatan pihak koperasi, tingkat pemahaman nasabah terhadap informasi tersebut masih beragam. Sebagian nasabah telah memahami dengan baik manfaat dari tabungan pendidikan anak, tetapi terdapat pula nasabah yang hanya memahami secara umum tanpa mengetahui secara mendalam mengenai tujuan dan mekanisme produk tersebut.

Hal ini juga diperkuat oleh hasil wawancara dengan informan eksternal. Ahmad Jafran menyatakan bahwa ia mengetahui produk TADIKA dari penjelasan petugas koperasi ketika datang ke kantor. Menurutnya, produk tersebut bertujuan untuk membantu orang tua menabung demi kebutuhan pendidikan anak di masa depan. Sementara itu, Nazifa menjelaskan bahwa ia mengetahui produk tersebut melalui informasi dari petugas koperasi yang menjelaskan manfaat tabungan pendidikan anak. Ia memahami bahwa tabungan tersebut dapat membantu orang tua menyiapkan biaya sekolah anak secara bertahap.

Meskipun demikian, beberapa nasabah mengaku bahwa mereka belum sepenuhnya memahami secara rinci mengenai seluruh ketentuan produk tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat terhadap produk tabungan pendidikan anak masih perlu ditingkatkan melalui sosialisasi yang lebih intensif

b. Pemahaman terhadap Prosedur dan Mekanisme

Pemahaman terhadap prosedur dan mekanisme merupakan kemampuan nasabah dalam mengetahui tahapan atau proses yang harus dilakukan dalam menggunakan suatu produk keuangan, seperti prosedur pembukaan rekening, sistem penyetoran dana, mekanisme penarikan, serta tata cara pengelolaan tabungan. Nasabah yang memahami prosedur dan mekanisme layanan

keuangan akan lebih mudah dalam menggunakan produk tersebut karena mereka mengetahui langkah-langkah yang harus dilakukan serta hak dan kewajiban yang dimiliki sebagai nasabah. Sebaliknya, kurangnya pemahaman terhadap prosedur dapat menyebabkan masyarakat ragu untuk menggunakan produk keuangan yang tersedia.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak koperasi pada tanggal 13 februari 2026, prosedur pembukaan tabungan TADIKA tergolong cukup sederhana. Menurut Bapak Adri selaku Staf Keuangan, calon nasabah yang ingin membuka tabungan pendidikan anak dapat langsung datang ke kantor koperasi dan mengisi formulir pembukaan rekening tabungan. Setelah itu, nasabah diminta melengkapi persyaratan administrasi serta melakukan setoran awal sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Selain prosedur pembukaan tabungan, pihak koperasi juga menjelaskan mekanisme penyetoran dana kepada nasabah. Penyetoran tabungan dapat dilakukan secara langsung ke kantor koperasi atau melalui petugas yang melakukan penagihan di lapangan. Sistem ini bertujuan untuk memudahkan nasabah dalam melakukan setoran tabungan secara rutin.

Dari sisi pemahaman nasabah, sebagian besar informan eksternal menyatakan bahwa prosedur pembukaan tabungan cukup mudah dipahami. Refidayanti menyatakan bahwa proses

pembukaan tabungan tidak terlalu rumit karena petugas koperasi memberikan penjelasan yang cukup jelas mengenai langkah-langkah yang harus dilakukan. Namun demikian, beberapa nasabah mengaku masih mengalami kesulitan dalam memahami mekanisme penyetoran yang harus dilakukan secara rutin. Zandiya menjelaskan bahwa terkadang ia tidak dapat melakukan setoran secara teratur karena kondisi ekonomi keluarga yang tidak selalu stabil.

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun prosedur tabungan relatif sederhana, kondisi ekonomi nasabah juga mempengaruhi kemampuan mereka dalam mengikuti mekanisme tabungan yang telah ditetapkan.

c. Pemahaman terhadap Biaya dan Ketentuan

Pemahaman terhadap biaya dan ketentuan merupakan kemampuan nasabah dalam mengetahui berbagai aturan yang berlaku dalam suatu produk keuangan, termasuk biaya administrasi, ketentuan setoran minimum, sistem bagi hasil, serta syarat dan ketentuan lainnya yang terkait dengan penggunaan produk tersebut. Dalam lembaga keuangan syariah, transparansi mengenai biaya dan ketentuan sangat penting karena berkaitan dengan prinsip keadilan dan keterbukaan dalam transaksi keuangan. Nasabah yang memahami biaya dan ketentuan produk

akan lebih mampu mempertimbangkan manfaat dan risiko sebelum memutuskan untuk menggunakan produk tersebut.

Dalam menjelaskan biaya dan ketentuan yang berlaku pada produk TADIKA, pihak koperasi biasanya memberikan penjelasan mengenai setoran awal serta setoran rutin yang harus dilakukan oleh nasabah. Menurut Ibu Asra, petugas koperasi berusaha menjelaskan ketentuan tersebut secara jelas agar tidak terjadi kesalahpahaman antara pihak koperasi dan nasabah.Sebagian besar nasabah menyatakan bahwa mereka memahami adanya kewajiban untuk melakukan setoran awal dan setoran rutin dalam tabungan pendidikan anak. Arini menjelaskan bahwa ia mengetahui ketentuan tersebut sejak awal karena telah dijelaskan oleh petugas koperasi ketika membuka tabungan.

Namun demikian, terdapat beberapa ketentuan yang terkadang kurang dipahami oleh nasabah, terutama yang berkaitan dengan keteraturan dalam melakukan setoran tabungan. Beberapa nasabah mengaku bahwa mereka belum sepenuhnya memahami konsekuensi apabila tidak melakukan setoran secara rutin. Untuk mengatasi hal tersebut, pihak koperasi biasanya memberikan penjelasan kembali kepada nasabah serta mengingatkan mereka mengenai kewajiban setoran tabungan.

d. Pemahaman terhadap Keamanan dan Kepercayaan

Pemahaman terhadap keamanan dan kepercayaan berkaitan dengan sejauh mana nasabah memahami tingkat keamanan suatu produk keuangan serta memiliki keyakinan bahwa lembaga keuangan tersebut dapat menjaga dana yang mereka simpan. Kepercayaan merupakan faktor penting dalam hubungan antara nasabah dan lembaga keuangan karena menyangkut keamanan dana serta kredibilitas lembaga. Nasabah yang memiliki pemahaman yang baik mengenai sistem keamanan dan pengelolaan dana dalam lembaga keuangan akan memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap lembaga tersebut. Kepercayaan ini dapat mendorong nasabah untuk menabung serta menggunakan produk keuangan secara berkelanjutan.

Kepercayaan nasabah merupakan salah satu faktor penting dalam keberlangsungan produk tabungan pendidikan anak. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak koperasi pada tanggal 13 februari 2026, keamanan dana nasabah dijaga melalui sistem pengelolaan keuangan yang dilakukan secara transparan dan sesuai dengan prinsip syariah. Menurut Ibu Asra, koperasi selalu berupaya menjaga kepercayaan nasabah dengan memberikan pelayanan yang baik serta memastikan bahwa dana yang disimpan oleh nasabah dikelola dengan aman.

Hasil wawancara dengan informan eksternal juga menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan nasabah terhadap koperasi cukup baik. Ahmad Jafran menyatakan bahwa ia merasa aman menyimpan dana di koperasi karena telah mengenal pengelola koperasi serta melihat bahwa lembaga tersebut telah lama beroperasi di masyarakat. Selain itu, Nazifa juga menyatakan bahwa rasa percaya terhadap koperasi menjadi salah satu alasan utama ia memilih menabung pada produk TADIKA. Menurutnya, kepercayaan terhadap lembaga keuangan sangat penting karena berkaitan dengan keamanan dana yang disimpan

2. Pemahaman nasabah dapat berperan dalam meningkatkan minat menabung pada Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) di Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Kamang Mudiak Lamo

Analisis tingkat pemahaman nasabah terhadap produk tabungan pendidikan anak (TADIKA) di koperasi konsumen syariah BMT agam madani nagari kamang mudiak lamo dilakukan menggunakan

a. Aspek kesadaran

Aspek kesadaran merupakan tingkat pengetahuan dan pemahaman individu terhadap pentingnya aktivitas menabung sebagai bagian dari pengelolaan keuangan. Kesadaran ini muncul ketika seseorang memahami manfaat menabung untuk memenuhi kebutuhan masa depan, mengantisipasi risiko ekonomi, serta

menjaga stabilitas keuangan pribadi. Semakin tinggi kesadaran seseorang terhadap pentingnya menabung, maka semakin besar pula kemungkinan individu tersebut memiliki minat untuk menabung di lembaga keuangan seperti bank.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak koperasi secara aktif melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya menabung untuk pendidikan anak. Upaya tersebut dilakukan melalui kegiatan sosialisasi produk, pemberian penjelasan secara langsung kepada calon nasabah, serta penyampaian informasi ketika masyarakat datang ke kantor koperasi untuk melakukan berbagai keperluan administrasi. Menurut penjelasan Ibu Asra selaku Manajer Keuangan, pihak koperasi berusaha memberikan pemahaman kepada masyarakat bahwa biaya pendidikan anak di masa depan cenderung terus meningkat. Oleh karena itu, masyarakat dianjurkan untuk mulai memper siapkan dana pendidikan sejak dini melalui tabungan yang dirancang khusus untuk tujuan tersebut. Penjelasan ini diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran masyarakat bahwa menabung bukan hanya sekadar menyimpan uang, tetapi juga merupakan bentuk perencanaan keuangan untuk masa depan keluarga. Selain itu, Bapak Adri selaku Staf Keuangan juga menjelaskan bahwa petugas koperasi sering memberikan contoh kepada masyarakat mengenai manfaat menabung secara bertahap. Dengan menabung

secara rutin meskipun dalam jumlah yang kecil, masyarakat dapat mengumpulkan dana yang cukup besar dalam jangka waktu tertentu. Penjelasan tersebut bertujuan untuk memberikan pemahaman bahwa menabung merupakan kebiasaan yang dapat dilakukan oleh siapa saja, tanpa harus menunggu memiliki pendapatan yang besar.

Hasil wawancara dengan nasabah juga menunjukkan bahwa kesadaran untuk menabung sebagian besar muncul setelah nasabah memperoleh informasi mengenai produk tabungan pendidikan anak dari pihak koperasi. Refidayanti menyatakan bahwa sebelum mengetahui produk tersebut, ia belum terlalu memikirkan secara khusus mengenai persiapan dana pendidikan anak. Namun setelah mendapatkan penjelasan dari petugas koperasi mengenai manfaat tabungan pendidikan anak, ia mulai menyadari pentingnya menyisihkan sebagian pendapatan untuk kebutuhan pendidikan di masa depan. Hal yang serupa juga disampaikan oleh Nazifa, yang menjelaskan bahwa keberadaan produk tabungan pendidikan anak memberikan pemahaman baru bagi dirinya mengenai pentingnya perencanaan keuangan keluarga. Ia menyadari bahwa biaya pendidikan anak memerlukan persiapan yang matang, sehingga menabung sejak dini merupakan langkah yang tepat untuk mengantisipasi kebutuhan tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa pemahaman yang diberikan oleh pihak koperasi memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menabung. Semakin baik pemahaman yang dimiliki masyarakat mengenai tujuan dan manfaat tabungan pendidikan anak, maka semakin tinggi pula tingkat kesadaran mereka untuk mulai menabung

b. Apek Keterkaitan

Aspek keterkaitan adalah hubungan antara kebutuhan individu dengan keputusan untuk menabung. Dalam konteks ini, seseorang akan mempertimbangkan berbagai faktor seperti kebutuhan masa depan, keamanan finansial, serta manfaat yang diperoleh dari produk tabungan sebelum memutuskan untuk menabung. Keterkaitan ini menggambarkan bagaimana individu menghubungkan informasi dan pengalaman yang dimiliki dengan perilaku ekonomi yang dilakukan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak koperasi, terdapat beberapa faktor yang dapat menumbuhkan ketertarikan masyarakat terhadap produk Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA). Salah satu faktor utama adalah tujuan dari produk tersebut yang secara khusus dirancang untuk membantu masyarakat mempersiapkan biaya pendidikan anak. Menurut Bapak Adri, banyak masyarakat yang merasa tertarik terhadap

produk ini karena memiliki tujuan yang jelas dan bermanfaat bagi masa depan anak. Produk tabungan pendidikan anak dianggap sebagai solusi yang dapat membantu orang tua mengelola keuangan secara lebih terencana. Dengan adanya tujuan yang jelas tersebut, masyarakat menjadi lebih mudah memahami manfaat dari tabungan yang mereka lakukan. Selain itu, kemudahan dalam proses menabung juga menjadi salah satu faktor yang meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap produk tersebut. Nasabah tidak diwajibkan menabung dalam jumlah yang besar, sehingga mereka dapat menyesuaikan jumlah setoran dengan kemampuan ekonomi masing-masing.

Hasil wawancara dengan nasabah juga menunjukkan bahwa penjelasan dari petugas koperasi memiliki peran penting dalam menumbuhkan ketertarikan masyarakat terhadap produk tabungan pendidikan anak. Ahmad Jafran menyatakan bahwa ia tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai produk tersebut setelah mendapatkan penjelasan dari petugas koperasi mengenai manfaat dan tujuan tabungan pendidikan anak. Sementara itu, Arini menjelaskan bahwa ketertarikannya terhadap produk TADIKA muncul karena produk tersebut dianggap sesuai dengan kebutuhan keluarganya. Ia menilai bahwa menabung untuk pendidikan anak merupakan langkah yang penting untuk memastikan masa depan pendidikan anak dapat terpenuhi dengan baik.

Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa pemahaman yang baik mengenai manfaat dan tujuan produk tabungan pendidikan anak dapat meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk menggunakan produk tersebut.

c. Aspek Keinginan

Aspek keinginan merupakan dorongan internal yang muncul dari individu untuk melakukan aktivitas menabung. Keinginan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti motivasi, kebutuhan ekonomi, serta persepsi individu terhadap manfaat menabung. Semakin tinggi motivasi seseorang dalam mengelola keuangan, maka semakin besar keinginannya untuk menyimpan sebagian pendapatannya dalam bentuk tabungan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak koperasi, sebagian besar nasabah menyatakan bahwa mereka memiliki keinginan untuk menabung karena ingin mempersiapkan masa depan pendidikan anak. Pemahaman mengenai pentingnya pendidikan serta tingginya biaya pendidikan menjadi salah satu faktor yang mendorong munculnya keinginan tersebut. Zandiya menyatakan bahwa ia memutuskan untuk membuka tabungan TADIKA karena ingin memiliki dana cadangan yang dapat digunakan ketika anaknya memasuki jenjang pendidikan yang lebih tinggi. Menurutnya, menabung sejak dini merupakan cara yang efektif untuk mengurangi beban biaya pendidikan di masa

depan. Hal yang serupa juga disampaikan oleh Nazifa, yang menjelaskan bahwa keinginannya untuk menabung muncul setelah mengetahui bahwa tabungan pendidikan anak dapat membantu orang tua mengelola keuangan secara lebih terencana. Ia merasa bahwa dengan memiliki tabungan khusus untuk pendidikan anak, maka kebutuhan pendidikan anak dapat dipersiapkan dengan lebih baik.

Namun demikian, terdapat beberapa faktor yang dapat menghambat keinginan masyarakat untuk menabung. Salah satu faktor tersebut adalah kondisi ekonomi keluarga yang tidak selalu stabil. Beberapa nasabah mengaku bahwa meskipun mereka memiliki keinginan untuk menabung secara rutin, terkadang kondisi ekonomi membuat mereka harus menunda setoran tabungan. Meskipun demikian, sebagian besar nasabah tetap berusaha mempertahankan tabungan mereka karena memahami bahwa tabungan tersebut memiliki manfaat yang besar bagi masa depan pendidikan anak.

d. Aspek Menabung

Aspek menabung merupakan perilaku nyata dari individu dalam menyisihkan sebagian pendapatan untuk disimpan di lembaga keuangan. Menabung tidak hanya berfungsi sebagai alat penyimpanan dana, tetapi juga sebagai sarana pengelolaan keuangan yang bertujuan untuk mencapai stabilitas ekonomi di

masa depan. Kebiasaan menabung juga merupakan salah satu bentuk perilaku keuangan yang positif karena dapat membantu individu mengontrol pengeluaran serta mempersiapkan kebutuhan jangka panjang. Oleh karena itu, budaya menabung perlu ditanamkan sejak dini agar masyarakat memiliki kemampuan dalam mengelola keuangan secara bijak

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak koperasi, sebagian besar nasabah yang membuka tabungan pendidikan anak melakukannya setelah memperoleh penjelasan mengenai manfaat produk tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman yang baik terhadap produk tabungan dapat mendorong masyarakat untuk mengambil keputusan menabung. Namun demikian, dalam praktiknya terdapat perbedaan pola menabung di antara nasabah. Sebagian nasabah mampu melakukan setoran tabungan secara rutin setiap bulan, sedangkan sebagian lainnya melakukan setoran secara tidak teratur. Hal ini umumnya disebabkan oleh kondisi ekonomi keluarga yang berbeda-beda. Ahmad Jafran menjelaskan bahwa ia berusaha melakukan setoran tabungan secara rutin setiap bulan karena menyadari bahwa tabungan tersebut sangat penting bagi masa depan pendidikan anaknya. Sementara itu, Refidayanti menyatakan bahwa ia menabung sesuai dengan kondisi keuangan keluarga, sehingga terkadang jumlah setoran yang dilakukan dapat berbeda setiap bulannya. Meskipun terdapat variasi dalam pola

menabung, sebagian besar nasabah tetap berusaha mempertahankan tabungan mereka dalam jangka panjang. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman mengenai manfaat tabungan pendidikan anak dapat memberikan motivasi bagi nasabah untuk terus menabung.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa pemahaman nasabah memiliki peran yang cukup besar dalam meningkatkan minat menabung. Pemahaman yang baik dapat menumbuhkan kesadaran, ketertarikan, dan keinginan untuk menabung, yang pada akhirnya mendorong nasabah untuk melakukan tindakan menabung secara nyata

C. Pembahasan

1. Tingkat pemahaman nasabah terhadap produk Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) di Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo

Berdasarkan hasil penelitian di Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani, tingkat pemahaman nasabah terhadap produk Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) dapat dilihat dari beberapa aspek berikut:

a. Pemahaman terhadap informasi produk

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa sebagian besar nasabah telah memahami tujuan utama produk Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA), yaitu sebagai sarana untuk

mempersiapkan dana pendidikan anak di masa depan. Namun demikian, pemahaman tersebut masih bersifat umum dan belum sepenuhnya mencakup aspek yang lebih rinci seperti mekanisme produk dan prinsip syariah yang digunakan.

Temuan ini dapat dianalisis menggunakan teori literasi keuangan yang dikemukakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), yang menyatakan bahwa literasi keuangan mencakup pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap serta perilaku individu dalam mengambil keputusan keuangan.[50] Dalam konteks ini, pemahaman nasabah terhadap informasi produk merupakan bagian dari dimensi pengetahuan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan nasabah berada pada tingkat cukup, karena nasabah telah memahami fungsi dasar produk, namun belum memahami secara komprehensif seluruh aspek produk. Kondisi ini mencerminkan bahwa teori literasi keuangan relevan dengan temuan penelitian, dimana tingkat pemahaman yang belum optimal dapat mempengaruhi kualitas pengambilan keputusan keuangan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Asmaniah dan Julianti yang menyatakan bahwa rendahnya pemahaman terhadap produk keuangan menjadi salah satu penyebab masyarakat kurang optimal dalam memanfaatkan

[50] H Ismanto and others, *Perbankan Dan Literasi Keuangan* (Deepublish, 2020) <https://books.google.co.id/books?id=R5RYEQAAQBAJ>.

layanan keuangan.[51] Penelitian tersebut menegaskan bahwa peningkatan edukasi keuangan sangat diperlukan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap produk keuangan.

b. Pemahaman terhadap prosedur dan mekanisme

Hasil penelitian menunjukkan bahwa prosedur pembukaan tabungan TADIKA tergolong sederhana dan mudah dipahami oleh nasabah. Hal ini terlihat dari kemampuan nasabah dalam mengikuti tahapan pembukaan rekening dan melakukan setoran awal. Namun demikian, dalam praktiknya masih terdapat kendala pada pemahaman mekanisme setoran rutin, terutama yang dipengaruhi oleh kondisi ekonomi nasabah.

Dalam perspektif teori perilaku konsumen, kemudahan prosedur merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan penggunaan suatu produk. Astuti menjelaskan bahwa kemudahan akses dan penggunaan produk dapat meningkatkan minat konsumen karena mengurangi hambatan dalam proses pengambilan keputusan.[52]

Temuan penelitian ini mendukung teori tersebut, dimana kemudahan prosedur menjadi faktor yang mendorong nasabah untuk menggunakan produk TADIKA. Namun, temuan juga menunjukkan adanya faktor eksternal, yaitu kondisi ekonomi, yang

[51] Ari Kartini, Zainah Asmaniah, and Eva Julianti, 'Pendidikan Literasi Finansial : Dampak Dan Manfaat (Sebuah Kajian Literatur Review)', 11 (2022).

[52] A. I. Astuti, A. P., Hafid, Abd., & Fahrika, 'Pengaruh Kemudahan Produk Pegadaian Syariah Terhadap Minat Nasabah Di Watampone.', *Aruh Kemudahan Produk Pegadaian Syariah Terhadap Minat Nasabah Di Watampone.*, Vol 5.No 12 (2024), 674–82.

mempengaruhi keberlanjutan penggunaan produk. Hal ini menunjukkan bahwa teori perilaku konsumen tidak berdiri sendiri, melainkan dipengaruhi oleh faktor sosial dan ekonomi.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian a poncowati dan sutarni yang menyatakan bahwa kemudahan prosedur layanan keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan produk keuangan, namun keberlanjutan penggunaan tetap dipengaruhi oleh kemampuan ekonomi individu.[53]

c. Pemahaman terhadap biaya dan ketentuan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah telah memahami ketentuan dasar produk, seperti setoran awal dan setoran rutin. Namun, masih terdapat keterbatasan pemahaman terkait konsekuensi apabila tidak memenuhi kewajiban tersebut. Dalam teori keuangan syariah, transparansi (transparency) merupakan prinsip utama yang harus diterapkan dalam setiap transaksi. Menurut H Firmansyah, transparansi dalam lembaga keuangan syariah bertujuan untuk menghindari ketidakjelasan (gharar) serta menciptakan keadilan antara pihak lembaga dan nasabah.[54] Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa koperasi

[53] S. Poncowati, N. R., & Sutarni, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Literasi Keuangan, Efektivitas, Dan Kemampuan Finansial Terhadap Minat Penggunaan Qris Dalam Transaksi Pembayaran (Studi Kasus Mahasiswa S1 Universitas Amikom Yogyakarta).', *AL-MIKRAJ: Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, Vol 5.No 01 (2024), 209–228.

[54] H Firmansyah and others, *Teori Dan Praktik Manajemen Bank Syariah Indonesia* (Penerbit Insania, 2021) <https://books.google.co.id/books?id=C4ZZEAAAQBAJ>.

telah berupaya menerapkan prinsip transparansi melalui penjelasan kepada nasabah. Namun, belum optimalnya pemahaman nasabah menunjukkan bahwa proses komunikasi informasi masih perlu ditingkatkan. Dengan demikian, temuan ini sebagian mendukung teori, namun juga menunjukkan adanya kesenjangan antara penyampaian informasi dan pemahaman yang diterima oleh nasabah.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian Devri Azuwan yang menyatakan bahwa transparansi informasi dalam produk keuangan syariah berpengaruh terhadap tingkat pemahaman dan kepercayaan nasabah.[55]

d. Pemahaman terhadap keamanan dan kepercayaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan nasabah terhadap koperasi cukup tinggi. Hal ini dipengaruhi oleh faktor kedekatan sosial, pengalaman, serta reputasi koperasi di lingkungan masyarakat. Dalam teori kepercayaan, Mayer et al. menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan keyakinan individu terhadap integritas, kemampuan, dan konsistensi suatu lembaga. Kepercayaan menjadi faktor penting dalam menentukan keputusan seseorang untuk menggunakan layanan keuangan.[56]

---

[55] Devri Azuwan and Nurul Inayah, 'Pengaruh Transparansi Dan Promosi Terhadap Minat Pelaku UMKM Menggunakan Produk Pembiayaan Perbankan Syariah Di Kota Medan Abstrak Pendahuluan', 8.4 (2025), 1014–25 <https://doi.org/10.57178/paradoks.v8i4.1958>.

[56] Pemimpin Dan and Keadilan Organisasi, 'Jurnal Administrasi Pendidikan', 26.2 (2019), 185–94.

Temuan penelitian ini mendukung teori tersebut, dimana kepercayaan nasabah terbentuk melalui pengalaman langsung dan interaksi sosial dengan pihak koperasi. Hal ini menunjukkan bahwa faktor sosial memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan dalam konteks lembaga keuangan berbasis komunitas. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Putri yang menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menabung nasabah di lembaga keuangan syariah.[57]

2. Pemahaman nasabah dapat berperan dalam meningkatkan minat menabung pada Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) di Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Kamang Mudiak Lamo

Berdasarkan hasil penelitian di Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani, tingkat pemahaman nasabah terhadap produk Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) dapat dilihat dari beberapa aspek berikut:

a. Aspek Kesadaran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman nasabah terhadap produk TADIKA mampu meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya menabung, khususnya untuk kebutuhan pendidikan anak di masa depan. Kesadaran ini terbentuk

[57] Warta Ekonomi, 'Pengaruh Transparansi , Literasi Keuangan Syariah Dan Religiusitas Gen Z Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang) Galang Ramadhan Novayansyah , M . Cholid Mawardi , Siti Aminah Anwar Fakultas E', 7.2 (2024), 589–96.

melalui proses sosialisasi dan edukasi yang dilakukan oleh pihak koperasi, baik melalui penjelasan langsung kepada calon nasabah maupun melalui pelayanan kepada masyarakat.

Melalui proses tersebut, masyarakat mulai memahami bahwa biaya pendidikan anak cenderung mengalami peningkatan dari waktu ke waktu, sehingga diperlukan perencanaan keuangan yang matang sejak dini. Pemahaman ini mendorong perubahan pola pikir masyarakat dari yang sebelumnya belum memprioritaskan tabungan pendidikan menjadi lebih sadar akan pentingnya menyisihkan sebagian pendapatan untuk masa depan anak.

Dalam perspektif teori, temuan ini sejalan dengan Theory of Planned Behavior yang dikemukakan oleh Mugi Harsono yang menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh sikap yang terbentuk dari pengetahuan dan pemahaman.[58] Dalam konteks penelitian ini, pemahaman terhadap manfaat produk TADIKA membentuk sikap positif terhadap kegiatan menabung, yang kemudian mendorong munculnya kesadaran sebagai tahap awal sebelum terbentuknya niat dan perilaku. Dengan demikian, temuan penelitian ini mendukung teori tersebut, dimana peningkatan literasi keuangan melalui edukasi terbukti mampu meningkatkan kesadaran masyarakat dalam mengelola keuangan. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian Reni Nurlaela yang menyatakan bahwa

[58] Mugi Harsono and others, 'Perluasan Theory of Planned Behavior Dalam Penelitian Perilaku Hijau Expansion of Theory of Planned Behavior in Green Behavior Research', 8.1 (2023), 10–26.

literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap kesadaran menabung masyarakat.[59]

b. Aspek Keterkaitan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketertarikan nasabah terhadap produk TADIKA muncul karena adanya kesesuaian antara kebutuhan masyarakat dengan manfaat yang ditawarkan oleh produk tersebut. Produk TADIKA dirancang khusus untuk membantu orang tua dalam mempersiapkan dana pendidikan anak, sehingga masyarakat merasa bahwa produk ini relevan dengan kebutuhan mereka.

Kesesuaian antara kebutuhan dan manfaat produk menjadi faktor penting dalam menumbuhkan ketertarikan nasabah. Selain itu, kemudahan dalam proses menabung serta fleksibilitas setoran juga menjadi faktor pendukung yang membuat produk ini semakin menarik bagi masyarakat. Secara teoritis, hal ini sesuai dengan teori hierarki kebutuhan Maslow, khususnya pada tingkat kebutuhan akan rasa aman (safety needs), yang mencakup keamanan finansial di masa depan. Menabung untuk pendidikan anak merupakan salah satu bentuk upaya dalam memenuhi kebutuhan tersebut.[60]

---

[59] Dandi Bhatiar reni nurlaela, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Perencanaan Keuangan Terhadap Perilaku Menabung (Studi Pada UMKM Di Desa Sukamanah, Kec. Cugenang, Kab. Cianjur)', *The Journal Of Business and Management*, Vol 5.No 3, 594–611.

[60] Azmia Aulia Rahmi, Rina Hizriyani, and Cucu Sopiah, 'Aulad : Journal on Early Childhood Analisis Teori Hierarki of Needs Abraham Maslow Terhadap Perkembangan Sosial Emosional Anak Usia Dini', Vol 5.No 3 (2022).

Temuan ini menunjukkan bahwa produk TADIKA mampu memberikan solusi atas kebutuhan masyarakat, sehingga mendorong munculnya ketertarikan untuk menggunakan produk tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian Al Aswad & Patimbangi yang menyatakan bahwa kesesuaian antara produk dan kebutuhan konsumen berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan produk keuangan.[61]

c. Aspek Keinginan

Keinginan menabung merupakan tahap lanjutan setelah terbentuknya kesadaran dan ketertarikan terhadap suatu produk keuangan. Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar nasabah memiliki keinginan untuk menabung karena terdorong oleh kebutuhan untuk mempersiapkan masa depan pendidikan anak. Pemahaman mengenai pentingnya pendidikan serta tingginya biaya pendidikan menjadi faktor utama yang memunculkan motivasi dalam diri nasabah. Menabung dipandang sebagai langkah strategis untuk mengurangi beban ekonomi di masa depan serta sebagai bentuk perencanaan keuangan yang lebih baik.

Dalam teori motivasi, Hamzah B. Uno menjelaskan bahwa motivasi merupakan dorongan internal yang mengarahkan seseorang untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini, tujuan tersebut adalah kesiapan dana pendidikan anak, sehingga

[61] Pengaruh Pengetahuan, Produk D A N Promosi, and D I Bank Syariah, 'Pengaruh Pengetahuan, Produk Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah', 1–11.

mendorong munculnya keinginan untuk menabung.[62] Namun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa keinginan tersebut tidak selalu diikuti oleh kemampuan untuk menabung secara konsisten. Faktor kondisi ekonomi keluarga menjadi kendala yang mempengaruhi realisasi keinginan tersebut. Ketika pendapatan tidak stabil, nasabah cenderung menunda atau mengurangi jumlah setoran tabungan. Temuan ini didukung oleh penelitian Rensi Suryanti yang menyatakan bahwa motivasi menabung dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, termasuk kondisi ekonomi.[63] Dengan demikian, keinginan menabung tidak hanya dipengaruhi oleh pemahaman, tetapi juga oleh kemampuan ekonomi individu.

d. Aspek Menabung

Tindakan menabung merupakan tahap akhir dari proses terbentuknya minat menabung, yaitu ketika nasabah telah mengambil keputusan untuk membuka tabungan dan melakukan setoran secara berkala. Berdasarkan hasil penelitian, sebagian nasabah telah melakukan tindakan menabung secara rutin, sementara sebagian lainnya menabung secara tidak teratur sesuai dengan kondisi keuangan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman terhadap manfaat produk TADIKA mampu

[62] M P Dr. Hamzah B. Uno, *Teori Motivasi Dan Pengukurannya: Analisis Di Bidang Pendidikan* (Bumi Aksara, 2023) <https://books.google.co.id/books?id=lOqoEAAAQBAJ>.

[63] Rensi Suryanti dkk, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Saving Behavior Generasi Millenial', *Jurnal Akuntasi Bisnis Pelita Bangsa*-, 1, 2021, 47–58.

mendorong nasabah untuk melakukan tindakan nyata dalam bentuk menabung. Nasabah yang memiliki pemahaman yang baik cenderung lebih konsisten dalam menabung karena menyadari manfaat jangka panjang dari tabungan tersebut.

Dalam teori perilaku konsumen, Schiffman dan Kanuk (2010) menyatakan bahwa minat merupakan kecenderungan seseorang untuk bertindak yang pada akhirnya akan diwujudkan dalam perilaku nyata. Temuan penelitian ini mendukung teori tersebut, dimana proses yang terjadi adalah pemahaman,kesadaran, ketertarikan,keinginan,tindakan menabung. Namun demikian, pene litian ini juga menunjukkan bahwa faktor ekonomi menjadi variabel yang mempengaruhi konsistensi perilaku menabung. Meskipun demikian, sebagian besar nasabah tetap berusaha mempertahankan tabungan mereka, yang menunjukkan bahwa pemahaman memiliki peran penting dalam membentuk perilaku keuangan jangka panjang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis pemahaman nasabah dalam meningkatkan minat menabung pada Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) di Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut.

1. Tingkat pemahaman nasabah terhadap produk Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) masih tergolong belum optimal dan cenderung bersifat parsial. Sebagian besar nasabah hanya memahami TADIKA sebagai tabungan untuk kebutuhan pendidikan anak secara umum, namun belum memahami secara mendalam terkait mekanisme produk, akad yang digunakan, sistem setoran, manfaat jangka panjang, serta ketentuan-ketentuan yang berlaku dalam produk tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa pemahaman nasabah terhadap produk keuangan syariah masih terbatas pada aspek dasar dan belum menyentuh pemahaman secara menyeluruh. Temuan ini sejalan dengan teori pemahaman nasabah yang menyatakan bahwa pengetahuan terhadap informasi produk, prosedur, biaya, dan keamanan menjadi faktor penting dalam membentuk kepercayaan dan keputusan keuangan seseorang.

2. Pemahaman nasabah terbukti memiliki peran penting dalam meningkatkan minat menabung pada produk TADIKA. Nasabah yang memiliki pemahaman lebih baik mengenai tujuan, manfaat, dan mekanisme TADIKA cenderung menunjukkan minat menabung yang lebih tinggi dibandingkan nasabah yang pemahamannya rendah. Pemahaman tersebut mampu menumbuhkan kesadaran akan pentingnya perencanaan pendidikan anak, meningkatkan ketertarikan terhadap produk, membentuk keinginan untuk menabung, hingga mendorong tindakan nyata berupa pembukaan rekening dan penyetoran dana secara rutin. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman tidak hanya memengaruhi aspek pengetahuan, tetapi juga memengaruhi perilaku finansial nasabah dalam mengambil keputusan menabung.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis pemahaman nasabah dalam meningkatkan minat menabung pada Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) di Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut.

1. **Bagi pihak Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani**, diharapkan dapat meningkatkan kegiatan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat terkait produk TADIKA secara lebih intensif dan berkelanjutan. Edukasi tersebut tidak hanya berfokus pada pengenalan

produk, tetapi juga menjelaskan manfaat, mekanisme, akad syariah, serta pentingnya perencanaan pendidikan anak sejak dini. Upaya ini dapat dilakukan melalui penyuluhan langsung, media sosial, brosur, maupun pendekatan personal kepada masyarakat agar pemahaman nasabah terhadap produk semakin meningkat. Pihak koperasi juga disarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan informasi kepada nasabah. Penyampaian informasi yang jelas, transparan, dan mudah dipahami akan membantu membangun kepercayaan nasabah terhadap produk tabungan syariah. Selain itu, koperasi perlu melakukan pendampingan kepada nasabah agar mereka tidak hanya memiliki minat menabung, tetapi juga mampu mempertahankan kebiasaan menabung secara rutin dan berkelanjutan.

2. **Bagi masyarakat**, khususnya para orang tua, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya perencanaan dana pendidikan anak sejak dini. Pendidikan merupakan kebutuhan jangka panjang yang memerlukan persiapan finansial yang baik. Oleh karena itu, masyarakat perlu lebih aktif mencari informasi dan memahami produk-produk keuangan syariah yang dapat membantu memenuhi kebutuhan pendidikan anak di masa mendatang.
3. **Bagi akademisi dan peneliti selanjutnya**, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan kajian mengenai literasi keuangan syariah, perilaku menabung, dan pemahaman nasabah terhadap produk lembaga keuangan syariah. Penelitian selanjutnya

disarankan untuk memperluas objek penelitian pada lembaga keuangan syariah lainnya agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif dan dapat dibandingkan antar lembaga. Penelitian selanjutnya juga disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran (mixed methods) untuk mengukur secara lebih mendalam pengaruh pemahaman nasabah terhadap minat dan perilaku menabung. Selain itu, peneliti berikutnya dapat menambahkan variabel lain, seperti tingkat pendapatan, kualitas pelayanan, promosi, literasi keuangan syariah, dan faktor sosial ekonomi yang kemungkinan turut memengaruhi minat menabung masyarakat. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkup penelitian yang hanya dilakukan pada satu lembaga koperasi syariah dengan jumlah informan yang terbatas, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan secara luas. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lanjutan dengan cakupan wilayah, jumlah responden, dan variasi objek penelitian yang lebih luas agar diperoleh hasil penelitian yang lebih mendalam dan representatif.

DAFTAR PUSTAKA

AK, W W, and T ZA, *Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory* (FTK ArRaniry Press, 2015) <https://books.google.co.id/books?id=HNKREAAAQBAJ>

Andespa, Roni, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah', *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 2.1 (2017), 43–57

Antonio, M S, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2021)

Astuti, A. P., Hafid, Abd., & Fahrika, A. I., 'Pengaruh Kemudahan Produk Pegadaian Syariah Terhadap Minat Nasabah Di Watampone.', *Aruh Kemudahan Produk Pegadaian Syariah Terhadap Minat Nasabah Di Watampone.*, Vol 5.No 12 (2024), 674–82

Azuwan, Devri, and Nurul Inayah, 'Pengaruh Transparansi Dan Promosi Terhadap Minat Pelaku UMKM Menggunakan Produk Pembiayaan Perbankan Syariah Di Kota Medan Abstrak Pendahuluan', 8.4 (2025), 1014–25 <https://doi.org/10.57178/paradoks.v8i4.1958>

Balaka, M Y, *Metodologi Penelitian Teori Dan Aplikasi* (Penerbit Widina) <https://books.google.co.id/books?id=KlFmEQAAQBAJ>

Cahyono, Candra Tri, and Sri Laksmi Marimin, Agus Pardanawati, 'Analisis Pengaruh Pengetahuan , Budaya , Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di KSPPS BMT Muamalat Bekonang', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 11.No 02 (2025), hlm 20-28

Dan, Pemimpin, and Keadilan Organisasi, 'Jurnal Administrasi Pendidikan', 26.2

(2019), 185–94

Darmawan, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Jateng Syariah', Vol 18.No 01 (2019), 43–52

Diana, S, and A E J Tampubolon, *Metodologi Penelitian Vokasi* (Deepublish, 2023) <https://books.google.co.id/books?id=ZsRDEQAAQBAJ>

Dita, Ritonga, 'Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Muamalat Di Kota Kisaran Dita Pertiwi Dan Haroni Doli H. Ritonga', *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 2.1 (2021), 61–69

Dr. Hamzah B. Uno, M P, *Teori Motivasi Dan Pengukurannya: Analisis Di Bidang Pendidikan* (Bumi Aksara, 2023) <https://books.google.co.id/books?id=lOqoEAAAQBAJ>

Dr. Novita Rany SKM M.kes, 'Metodologi Penelitian Kualitatif', in *Jawa Timur CV Global Aksara Pers*, 2022, p. hal 22

Ekonomi, Warta, 'Pengaruh Transparansi , Literasi Keuangan Syariah Dan Religiusitas Gen Z Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang) Galang Ramadhan Novayansyah , M . Cholid Mawardi , Siti Aminah Anwar Fakultas E', 7.2 (2024), 589–96

Fathoni, Abdullah, *Etika Bisnis Syariah Bank, Koperasi Dan BMT* (Jakarta: Yayasan Pendidikan Nur Azza, 2018)

Firmansyah, H, R A Zamora, S HS, D A Mardani, W T Fariati, T Sukarnoto, and others, *Teori Dan Praktik Manajemen Bank Syariah Indonesia* (Penerbit Insania, 2021) <https://books.google.co.id/books?id=C4ZZEAAAQBAJ>

Gainau, M B, *Pengantar Metode Penelitian* (PT Kanisius) <https://books.google.co.id/books?id=L40pEAAAQBAJ>

Harsono, Mugi, Universitas Dharma, Aub Surakarta, and Universitas Sebelas Maret, 'Perluasan Theory of Planned Behavior Dalam Penelitian Perilaku Hijau Expansion of Theory of Planned Behavior in Green Behavior Research', 8.1 (2023), 10–26

Hidayah, Nur, *Literasi Keuangan Syariah: Teori Dan Praktik Di Indonesia - Rajawali Pers* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2023)

Hilmi, Dr. Mohamad Alfin, and Dr. Bambang Bagus H., *Metodologi Penelitian Sosial* (Smart Global Nusantara) <https://books.google.co.id/books?id=ltqOEQAAQBAJ>

Imam Gunawan, S.P.M.P., *Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik* (Bumi Aksara, 2022) <https://books.google.co.id/books?id=AqSAEAAAQBAJ>

Indrawati, Triani Kusuma, 'Pemahaman Terhadap Produk Tabungan Perbankan Syariah Untuk Melihat Minat Menabung Komunitas Genbi Iain Ponorogo Skripsi', 2024

Ismail, A, *Perbankan Syariah: Teori Dan Praktik Di Indonesia* (Yogyakarta: K-Media, 2020)

Ismanto, H, A Widiastuti, H Muharam, I R D Pangestuti, and F Rofiq, *Perbankan Dan Literasi Keuangan* (Deepublish, 2020) <https://books.google.co.id/books?id=R5RYEQAAQBAJ>

Karim, A A, *Bank Islam: Analisis Fiqih Dan Keuangan* (Jakarta: Rajawali Pers,

2020)

Kartini, Ari, Zainah Asmaniah, and Eva Julianti, 'Pendidikan Literasi Finansial : Dampak Dan Manfaat (Sebuah Kajian Literatur Review)', 11 (2022)

Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya (Edisi Revisi)* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2023)

Lestari, Rossa Amalia, Raihan Afif Kamal, Andi Amri, Program Studi, Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam, and others, 'Evolusi Dan Inovasi Produk Tabungan Syariah Di Indonesia : Analisis Kualitatif Berbasis Literatur Penelitian Ini Memiliki Kebaruan Dengan Menyajikan Sintesis Evolusi Dan Inovasi Terkini . Urgensi Penelitian Ini Terletak Pada Kebutuhan Untuk Memahami Pola', Vol. 3.No. 3 (2025), 193–202

Metode Penelitian Pendidikan: (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D) (Alfabeta, 2008) <https://books.google.co.id/books?id=0xmCnQAACAAJ>

Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Mix Method - Rajawali Pers (rajagrafindo persada 1, 2019) <https://books.google.co.id/books?id=enFzEQAAQBAJ>

Mogelea, Bertin, Diana Setyaningsih, Maulina Sucihati, Poppy Radiah Wakulu, and Erna Budiarti, 'AKSARA: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal 1029 Edukasi Menabung Dalam Meningkatkan Literasi Finansial Anak Usia Dini Di TK Tunas Muda IKKT Jati Makmur', *Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 09.2 (2023), 1029–38

Monalisa, M., *Metodologi Penelitian Kuantitatif :: Pengembangan Hipotesis Dan Pengujiannya* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2025)

<https://books.google.co.id/books?id=qSBNEQAAQBAJ>

Mustaidah, Zahrotun, and Mahmudatus Sadiyah, 'Pengaruh Halal Lifestyle , Literasi Keuangan Syariah Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank', 8 (2025)

Nisa, Iien Rohmatun, 'Analisis Tingkat Pemahaman Mahasiswa Akuntasi Terhadap Minat Menabung Dan Produk Tabungan Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Semester 7', 2021

Nugraha, Jefri Putri, Dian Alfiah, Gairah Sinulingga, Umi Rojiati, Gazi Saloom, Rosmawati, and others, *Teori Perilaku Konsumen* (Jakarta: NEM, 2021)

Oktavianti, Reza, and Syahrul Amsari, 'Analisis Strategi Pengembangan Perbankan Syariah Di Tadika Bijak Lestari Al-Fikh Orchard Georgetown Penang', *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Keislaman*, 13.1 (2024), 30

Pahleviannur, M R, A De Grave, D N Saputra, D Mardianto, L Hafrida, V O Bano, and others, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Pradina Pustaka, 2022) <https://books.google.co.id/books?id=thZkEAAAQBAJ>

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Inklusi Keuangan Syariah, Layanan Digital M-Banking Terhadap Keputusan Menabung Gen Z. Studi Kasus Nasabah BSI Jabodetabek, 'Economic Reviews Journal', *Economic Reviews Journal*, Vol 3.No 3 (2024), 2159–71

Pengetahuan, Pengaruh, Produk D A N Promosi, and D I Bank Syariah, 'Pengaruh Pengetahuan, Produk Dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah', 1–11

Poncowati, N. R., & Sutarni, S., 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan,

Literasi Keuangan, Efektivitas, Dan Kemampuan Finansial Terhadap Minat Penggunaan Qris Dalam Transaksi Pembayaran (Studi Kasus Mahasiswa S1 Universitas Amikom Yogyakarta).', *AL-MIKRAJ: Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, Vol 5.No 01 (2024), 209–228.

Prayudi, Herman, 'Analisis Pemahaman Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iuqi Bogor Mengenai Produk Tabungan & Akad Bank Syariah Terhadap Minat Menabung', *Journal of Islamic Ekonomics An Nuqud*, Vol.1.No1 (2022), 5–9

Purwanto, Djoko, *Komunikasi Bisnis (Edisi 3)* (Jakarta: Erlangga, 2010)

Rachmad, Y E, A Rahman, L Judijanto, E S Pudjiarti, C H Runtunuwu, N E Lestari, and others, *Integrasi Metode Kuantitatif Dan Kualitatif: Panduan Praktis Penelitian Campuran* (PT. Green Pustaka Indonesia, 2024) <https://books.google.co.id/books?id=hu4CEQAAQBAJ>

Rahmi, Azmia Aulia, Rina Hizriyani, and Cucu Sopiah, 'Aulad : Journal on Early Childhood Analisis Teori Hierarki of Needs Abraham Maslow Terhadap Perkembangan Sosial Emosional Anak Usia Dini', Vol 5.No 3 (2022)

Ramdan, Mochamad, Shevia Agustina Putri, Arti Fitriani, and Yashinta Shalsabilla, 'Meningkatkan Minat Menabung Sejak Dini Kepada Siswa Desa Biru Kecamatan Majalaya', *Toewijding : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1.1 (2024), 8–13

Ratna, Adeh, and Mari Maryati, 'Optimizing Financial Literacy to Increase Interest in Saving at Bank Syariah Indonesia', Vol 14.June (2025), 215–27

Reksoprajitno, Soedijono, *Pengantar Ekonomi Mikro: Perilaku Harga Pasar Dan*

Konsumen (Jakarta: Penerbit Gunadarma, 1993)

Religiusitas, Pendapatan, 'Minat Menabung Di Bank Syariah Ditinjau Dari Literasi Keuangan Syariah ', 10.03 (2024), 2428–37

reni nurlaela, Dandi Bhatiar, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Perencanaan Keuangan Terhadap Perilaku Menabung (Studi Pada UMKM Di Desa Sukamanah, Kec. Cugenang, Kab. Cianjur)', *The Journal Of Business and Management*, Vol 5.No 3, 594–611

Rensi Suryanti dkk, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Saving Behavior Generasi Millenial', *Jurnal Akuntasi Bisnis Pelita Bangsa-*, 1, 2021, 47–58

Resmita, 'Analisis Pemahaman Nasabah Terhadap Impementasi', *Juhan Perak*, Vol 2 (2021), 606

———, 'Analisis Pemahaman Nasabah Terhadap Impementasi Akad Mnudharabah Pada Produk Deposito (Studi Kasus BRI Syariah KCP Teluk Kuantan)', *Juhan Perak*, 2021, 606

Rizqina, Ila, Abdul Aziz Wahab, and Nuntufa Nuntufa, 'Analisis Eksploratif Produk Tabungan Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Menabung Pada BMT Maslahah Besuk Agung', *Jurnal Kewarganegaraan*, 6.2 (2022), 4538–41

Sa'baini, Siti, and Syahrul Amsari, 'Implementasi Sistem Pengelolaan Manajemen Keuangan Pada Tadika Tinta Khalifah Al Fikh Orchard Penang Malaysia', *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8.3 (2023), 204–14

Sahudiuinsa, 'Akad-Akad Transaksi Perbankan Syariah Dalam Tinjauab Studi Hadits', *Perbankan Syariah*, Vol. 8.No. 1 (2024), 84–152

Siregar, Rosnida, and Toharuddin Harahap, 'Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung', Vol. 4.No. 5 (2024), 2675–83

Sukmayadi, *Koperasi Syariah Dari Teori Untuk Praktek* (Bandung: ALFABETA Bandung, 2020)

'Surat Al-Baqarah Ayat 267' <https://tafsirweb.com/1033-surat-al-baqarah-ayat-267.html>

Tasin, Silva dayanti, 'Pengaruh Pemahaman Masyarakat Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah', 2022

Wicaksana, Seta A., *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Dd publishing, 2022)

Wijaya, H, *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan* (Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020) <https://books.google.co.id/books?id=GkP2DwAAQBAJ>

Lampiran 7 Dokumentasi

Wawancara dengan Ibu Asra S.Ag selaku Manager Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo



Wawancara dengan Bapak Muhammad Adri A,Md, A.k selaku Staf bagian keuangan Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo



Wawancara dengan kolektor Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo

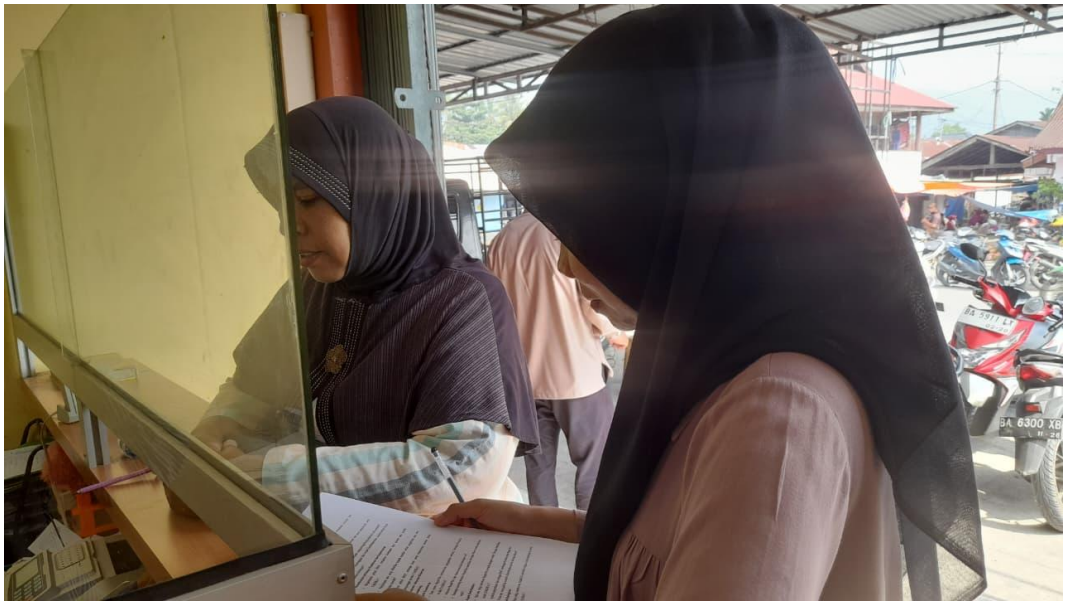


Wawancara dengan Nasabah Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Nagari Kamang Mudiak Lamo











Lampiran 8 Pedoman Wawancara

Identititas Penulis:

Nama : Widya Fadila

Nim : 3322184

Prodi : Perbankan Syariah

Judul Penelitian

Analisis Pemahaman Nasabah dalam Meningkatkan Minat Menabung pada Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) di Koperasi Konsumen Syariah BMT Agam Madani Kamang Mudiak Lamo

A. Pedoman Wawancara Informan Internal (Manajer Keuangan, Staf Keuangan, dan Kolektor)

1. Pemahaman Nasabah terhadap Produk TADIKA (Berdasarkan Pengamatan Pihak BMT)

a. Pemahaman terhadap Informasi Produk

- Bagaimana pihak koperasi menyampaikan informasi mengenai produk Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) kepada calon nasabah?
- Informasi apa saja yang biasanya dijelaskan kepada nasabah mengenai tujuan, manfaat, dan keunggulan produk TADIKA?

- Menurut pengamatan pihak koperasi, sejauh mana nasabah memahami informasi yang diberikan mengenai produk tersebut?
- Kendala apa saja yang dihadapi nasabah dalam memahami informasi tentang produk TADIKA?

b. Pemahaman terhadap Prosedur dan Mekanisme

- Bagaimana prosedur pembukaan tabungan TADIKA di koperasi ini?
- Bagaimana mekanisme penyetoran dan pengelolaan tabungan pada produk TADIKA?
- Apakah nasabah umumnya memahami prosedur dan mekanisme tersebut dengan baik?
- Kendala apa yang sering dialami nasabah dalam memahami prosedur tabungan TADIKA?

c. Pemahaman terhadap Biaya dan Ketentuan

- Bagaimana pihak koperasi menjelaskan biaya dan ketentuan yang berlaku dalam tabungan TADIKA?
- Apakah nasabah memahami ketentuan mengenai setoran awal dan setoran rutin?
- Ketentuan apa yang paling sering kurang dipahami oleh nasabah?
- Bagaimana cara pihak koperasi mengatasi kesalahpahaman nasabah terkait biaya dan ketentuan produk?

d. Pemahaman terhadap Keamanan dan Kepercayaan

- Bagaimana pihak koperasi menjelaskan keamanan dana kepada nasabah pada produk TADIKA?
- Upaya apa yang dilakukan koperasi untuk menjaga kepercayaan nasabah terhadap pengelolaan dana?
- Menurut pengamatan pihak koperasi, bagaimana tingkat kepercayaan nasabah terhadap produk TADIKA?
- Seberapa besar pengaruh kepercayaan nasabah terhadap keberlangsungan produk TADIKA?

2. Peran Pemahaman Nasabah dalam Meningkatkan Minat Menabung

a. Aspek Kesadaran

- Bagaimana upaya koperasi dalam memperkenalkan produk Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA) kepada masyarakat?
- Menurut pengamatan pihak koperasi, sejauh mana tingkat kesadaran masyarakat terhadap produk TADIKA?
- Apakah pemahaman masyarakat terhadap produk tersebut mempengaruhi kesadaran mereka untuk menabung?
- Kendala apa yang menyebabkan masyarakat kurang memiliki kesadaran untuk menabung pada produk ini?

b. Aspek Ketertarikan

- Faktor apa saja yang membuat masyarakat tertarik terhadap produk TADIKA menurut pihak koperasi?
- Bagaimana peran petugas koperasi dalam menjelaskan produk sehingga dapat menarik minat masyarakat?

- Apakah pemahaman yang baik terhadap produk dapat meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk menabung?
- Faktor apa yang menyebabkan sebagian masyarakat kurang tertarik menabung pada produk tersebut?

c. Aspek Keinginan

- Bagaimana pihak koperasi menilai keinginan masyarakat untuk menabung pada produk TADIKA?
- Apakah pemahaman terhadap manfaat produk mempengaruhi keinginan masyarakat untuk menabung?
- Faktor apa saja yang menghambat keinginan masyarakat untuk membuka tabungan TADIKA?
- Upaya apa yang dilakukan koperasi untuk meningkatkan keinginan masyarakat menabung untuk pendidikan anak?

d. Aspek Tindakan Menabung

- Bagaimana proses nasabah mengambil keputusan untuk membuka tabungan TADIKA?
- Apakah nasabah cenderung menabung secara rutin atau tidak konsisten?
- Faktor apa saja yang menyebabkan nasabah tidak rutin menabung?
- Strategi apa yang dilakukan koperasi untuk mempertahankan nasabah agar tetap menabung dalam jangka panjang?

B. Pedoman Wawancara Informan Eksternal *(Nasabah Tabungan Pendidikan Anak / Masyarakat)*

1. Minat Menabung

a. Aspek Kesadaran

- Dari mana Bapak/Ibu pertama kali mengetahui tentang Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA)?
- Apakah sebelumnya Bapak/Ibu pernah mendapatkan informasi atau sosialisasi mengenai produk ini dari pihak koperasi?
- Menurut Bapak/Ibu, seberapa penting memiliki tabungan khusus untuk pendidikan anak?

b. Aspek Ketertarikan

- Apa yang membuat Bapak/Ibu tertarik terhadap produk Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA)?
- Apakah penjelasan dari petugas koperasi mempengaruhi ketertarikan Bapak/Ibu terhadap produk ini?
- Apakah produk ini sesuai dengan kebutuhan Bapak/Ibu dalam mempersiapkan biaya pendidikan anak?

c. Aspek Keinginan

- Apa yang mendorong Bapak/Ibu memiliki keinginan untuk menabung pada produk TADIKA?
- Apakah pernah muncul keraguan atau keinginan untuk menunda menabung? Jika iya, apa penyebabnya?

- Bagaimana harapan Bapak/Ibu terhadap manfaat tabungan ini di masa depan?

d. Aspek Tindakan Menabung

- Sejak kapan Bapak/Ibu mulai menabung pada produk TADIKA?
- Bagaimana pola menabung yang dilakukan, apakah rutin atau menyesuaikan kondisi ekonomi?
- Faktor apa yang mempengaruhi Bapak/Ibu tetap menabung atau terkadang menunda menabung?

2. Pemahaman Nasabah terhadap Produk TADIKA

a. Pemahaman terhadap Informasi Produk

- Dari mana Bapak/Ibu memperoleh informasi mengenai Tabungan Pendidikan Anak (TADIKA)?
- Menurut pemahaman Bapak/Ibu, apa tujuan utama dari produk tersebut?
- Apakah informasi yang diberikan oleh pihak koperasi sudah jelas dan mudah dipahami?

b. Pemahaman terhadap Prosedur dan Mekanisme

- Apakah Bapak/Ibu memahami prosedur pembukaan tabungan TADIKA?
- Apakah Bapak/Ibu memahami mekanisme penyetoran dan pengelolaan tabungan tersebut?
- Apakah pernah mengalami kesulitan dalam mengikuti prosedur yang berlaku?

c. Pemahaman terhadap Biaya dan Ketentuan

- Apakah Bapak/Ibu memahami biaya dan ketentuan yang berlaku dalam tabungan TADIKA?

- Bagaimana pemahaman Bapak/Ibu terkait setoran awal dan setoran rutin?
- Apakah terdapat ketentuan yang menurut Bapak/Ibu masih kurang jelas?

d. Pemahaman terhadap Keamanan dan Kepercayaan

- Sejauh mana Bapak/Ibu merasa aman menyimpan dana pada tabungan TADIKA di koperasi?
- Faktor apa yang membuat Bapak/Ibu percaya terhadap pengelolaan dana di koperasi?
- Apakah rasa aman dan kepercayaan tersebut mempengaruhi keputusan Bapak/Ibu untuk terus menabung?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS



Biodata Penulis

Nama : Widya Fadila

Tempat/Tanggal Lahir : Kampung Dalam/ 06 Juli 2004

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat: Kampung Tanjung,Campago,kecamatan V koto Kampung Dalam, Kabupaten Padang Pariaman, Provinsi Sumatera Barat

Agama : Islam

No. Hp : -

Email : widyafadila03@gmail.com

Riwayat Pendidikan

Sekolah Dasar (SD) : SDN 01 V Koto Kampung Dalam

Sekolah Menegah Pertama (SMP) : SMPN 1 V Koto Kampung Dalam

Sekolah Menegah Atas (SMA) : SMAN 1 V Koto Kampung Dalam

Orang Tua

Ayah : Nasril

Ibu : Erna Endrita