

PENGARUH PENGETAHUAN TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT PESANTREN DI BANK SYARIAH

Nurbaiti, Supaino, Diena Fadhilah

Politeknik Negeri Medan, Medan, Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui “pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah (studi kasus masyarakat pondok pesantren Ar-Raudhatul Hasanah)”. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat menabung sedangkan variabel independen terdiri dari pengetahuan, Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 77 orang. Penelitian ini menggunakan kuisioner sebagai data primer kemudian hasil datanya dianalisis menggunakan regresi berganda dengan melakukan uji simultan (F), uji determinasi, dan uji parsial (t) dengan tingkat signifikan sebesar 5 persen ($\alpha=0,05$) yang diolah dengan bantuan alat SPSS 23. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan secara simultan Pengetahuan terhadap minat menabung masyarakat di bank syariah yang dilihat melalui uji statistik F dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil uji statistik t menunjukkan bahwa Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000.

Kata Kunci: Pengetahuan, dan Minat Menabung

PENDAHULUAN

Dalam memenuhi kebutuhan konsumen pengetahuan merupakan hal yang penting menjadi keputusan masyarakat untuk memilih suatu model jasa tertentu. Terdapat kemungkinan beberapa masyarakat mengetahui kekurangan dan kelebihan dari model jasa yang tersedia, dan tidak menutup kemungkinan ada pula sebagian masyarakat belum mengetahui model jasa yang dikeluarkan oleh pihak perusahaan (Gampu, dkk 2015:1331).

Pengetahuan adalah sebagian dari kebenaran yang diyakini orang dengan menggunakan antara keyakinan dan kebenaran dalam pemrosesan informasi seseorang, sehingga dapat mengiringinya untuk melakukan suatu tindakan yang dapat membuat orang atau lembaga melakukan tindakan yang berbeda dengan lebih efektif (Andadari, dkk 2019:73)

Penting masyarakat pesantren memahami mengenai pengaruh pengetahuan terhadap minat menabung di bank syariah dan memiliki peluang yang besar untuk membangkitkan ekonomi islam, serta mengembangkan produk-produk bank syariah. Untuk hal ini Pesantren sudah memperlakukan kepada seluruh pengajar untuk menabung di bank syariah dan beberapa sebagian guru memiliki dua tabungan yaitu, syariah dan konvensional sehingga sebagian individu dari pengajar masih bertransaksi di bank konvensional.

Pondok Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah termasuk pesantren terbesar di Medan Sumatera Utara, berdiri pada tanggal 18 Oktober 1982 berkembang hingga sampai saat ini, didalam pesantren tersebut terdapat ilmu-ilmu Hukum islam, Fiqh, dan bagaimana bermuamalah sesuai syariat islam kepada guru yaitu ustadz dan ustadzah, Murid yaitu santri dan santri wati, berikut jumlah Guru dan murid pondok pesantren Ar-Raudhatul Hasanah:

Tabel 1 Jumlah Data masyarakat Pondok Pesantren Ar Raudhatul Hasanah
Tahun Akademik 2020/2021

NO	NAMA	Jumlah
1.	Ustadz	120
2.	Ustdzah	123
3	Santri Kelas 3 SMA	191
4.	Santri Wati Kelas 3 SMA	263

Sumber: Dari Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah diolah oleh peneliti

nurbaitinurbaiti@students.polmed.ac.id^a, supaino0662@gmail.com^b, Diena Fadhilah17@gmail.com^c

Guru dan Murid Pondok pesantren Ar-Raudhatul Hasanah merupakan masyarakat yang aktif dalam lembaga pendidikan islam, jika melihat status tentunya sudah paham dengan prinsip-prinsip hukum islam dalam proses belajar dan mengajar, hal ini dari data diatas dengan total 697 Masyarakat, dengan memungkinkan dapat mendorong perkembangan bank syariah. Sebagian individu mewakili dari pengajar masih bertransaksi dengan bank konvensional, dikarenakan memiliki kepentingan yang lain seperti yang berinisial “DIS”, telah lama menjadi nasabah bank konvensional memiliki tabungan yang cukup besar, sehingga tidak memungkinkan untuk memblokir tabungan, maka dari itu masih berinteraksi dengan bank konvensional.

Kemudian berinisial “FAI” masih berinteraksi dengan bank konvensional untuk keperluan *Online shop*, dikarenakan lokasi bank syariah yang belum dapat memuaskan seperti jaringan anjungan tunai mandiri (ATM) masih terbatas dan proses transaksi yang lama, Maka memungkinkan hal ini dapat memperlambat proses kepada pelayanan online shopnya.

Kesimpulan yang dapat ditarik adalah lembaga pendidikan pesantren layak untuk dijadikan tempat penerapan bahkan pengkajian mengenai perbankan syariah, Paling tidak secara bertahap masyarakat pesantren dapat mengaplikasikan secara kaffah, maka demikian Memperhatikan fenomena tersebut praktik ekonomi berbasis syariah belum secara maksimal diaplikasikan oleh lembaga pendidikan pesantren, dengan mengingat bahwa masih terdapat berbagai keterbatasan yang masih dimiliki termasuk SDM dan materi baik Bank Syariah Maupun Lembaga Pendidikan pesantren.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Bank Syariah

Menurut Kasmir (2019:12) Bank umum merupakan suatu lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana kemasyarakat serta memberikan jasa bank lainnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perbankan meliputi tiga kegiatan utama, yaitu:

- 1) Menghimpun dana
- 2) Menyalurkan dana, dan
- 3) Memberikan jasa bank lainnya.

Pengertian syariah secara etimologis berarti sumber air yang mengalir yang dimaksud dalam hal ini yaitu hukum-hukum Allah SWT, melalui Rasul-Nya berupa Al-Qur'an maupun Sunnah nabi yang diturunkan kepada umat manusia untuk menjalani hukum yang ditetapkanNya, agar keluar dari kegelapan menuju terang benderang dan mendapatkan petunjuk kearah yang lurus (Mardani, 2014: 2).

Sesuai dengan firman Allah mengenai bank syariah menjalankan fungsinya. Hal ini disebutkan dalam Al-Quran Surat Al-Imran ayat 130:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.” (Al-Qur'an Dan Terjemahan. 2010. Jakarta: Departemen Agama RI).

2. Pengetahuan

Menurut Engel, Black and Miniard dalam Firmansyah (2019:64) Pengetahuan konsumen (*Customer Knowledge*) adalah sejumlah informasi dan pengalaman seseorang tentang produk dan jasa tertentu yang dimiliki oleh seseorang maka semakin meningkat pengetahuan konsumen baik individual, memungkinkan bagi konsumen dapat berfikir tentang sejumlah produk yang akan diminati.

Menurut Muliono (2019:56) bahwa Pengetahuan merupakan bagian dari jawaban atas berbagai pertanyaan yang muncul dalam kehidupan masyarakat, yang meliputi keseluruhan pemikiran, ide, gagasan, konsep dan pemahaman mengenai objek dan fenomena yang harus jawab dan diselesaikan.

Faktor-faktor pengetahuan

Menurut Notoatmodjo dalam Rahma bella (2019: 22) faktor-faktor pengetahuan sebagai berikut:

- a. Pendidikan

Pendidikan merupakan proses kemampuan dan pola pikir seseorang mulai berkembang dengan

wawasan yang luas melalui pengetahuan, sehingga perlu pertimbangan baik dengan umur maupun dalam proses belajar.

- b. Media massa
Melalui media massa cetak maupun elektronik dapat memperoleh informasi yang luas sehingga mempengaruhi pengetahuan sebagian seseorang yang dapat menerima dengan pengetahuan yang dimiliki.
- c. Pendapatan
Status ekonomi yang baik akan lebih mudah tercukupi dibanding orang yang berstatus ekonomi rendah dalam memenuhi kebutuhan primer maupun sekunder, sehingga semakin tinggi pendapatan seseorang maka semakin mudah mendapatkan pengetahuan
- d. Hubungan sosial
Apabila hubungan sosial seseorang baik, maka pengetahuan yang didapat akan bertambah sehingga faktor hubungan sosial mempengaruhi kemampuan seseorang dalam berkomunikasi.
- e. Pengalaman
Pengalaman merupakan kegiatan yang dilakukan berulang-ulang untuk memperoleh dalam memecahkan masalah yang sedang dihadapi maka menjadi sumber pengetahuan untuk memperoleh kebenaran pengetahuan.

3. Minat

Menurut Sardiman dalam Mulyana (2013:318) minat merupakan kecenderungan jiwa seseorang kepada seseorang (biasanya disertai perasaan senang), karena ada kepentingan dengan sesuatu tersebut. Oleh karena itu, apa yang dilihat seseorang sudah tentu akan membangkitkan minatnya sejauh apa yang dilihat itu mempunyai hubungan dengan kepentingan dan kebutuhannya sendiri.

Faktor-faktor Minat

Menurut Crow and Crow (Rouf, 2011:31) berpendapat ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu:

- a. Dorongan dari dalam individu, misal dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja dalam mencapai sesuatu yang diinginkan atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan memenuhi kebutuhan dan lain-lain.
- b. Motif sosial, tindakan ekonomi menjadi faktor untuk membangkitkan minat dalam melakukan suatu aktivitas tertentu.
- c. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini adalah di Pondok Pesantren Ar-raudhatul Hasanah Jl Paya Bundung Medan Sumatera Utara. Populasi adalah seluruh Masyarakat Pondok Pesantren Ar-raudhatul Hasanah yaitu guru dan murid kelas 3 SMA berjumlah 697 orang, yang diperoleh dari Jumlah Data masyarakat Pondok Pesantren Ar-Raudhatul Hasanah Tahun Akademik 2020/2021. Sumber data penelitian ini adalah data Primer dengan jenis data Kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik dokumentasi. Teknik pengolahan data dilakukan dengan uji analisis statistik deksriptif, asumsi klasik yaitu uji normalitas, multikolinieritas, autokorelasi dan uji heteroskedastisitas, dan pengujian hipotesis.

Analisis regresi linier berganda, digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Dengan menggunakan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

atau

$$\text{Minat Menabung (MM)} = a + b_1P + b_2L + e$$

Y	: Minat Menabung	a	: Konstanta
X ₁ (P)	: Pengetahuan	X ₂ (L)	: Lokasi
b ₁ ,b ₂ ,b ₃ ,b ₄	: Koefisien regresi	e	: Variabel pengganggu

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengolahan data melalui SPSS Versi 23 didapatkan hasil uji sebagai berikut:

1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	,959	,550
	PENGETAHUAN	,615	,127
	LOKASI	,166	,090

a. Dependent Variable: MINAT_MENABUNG

Sumber: data diolah dengan SPSS 23

Berdasarkan Tabel 2, Minat Menabung = 0,959 + 0,615 Pengetahuan + 0,166 Lokasi. Dari rumus regresi tersebut dapat dinyatakan nilai koefisien regresinya sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 0,959 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai Pengetahuan dan Lokasi maka besarnya Minat Menabung sebesar 0,959.
2. Nilai 0,615 merupakan koefisien regresi untuk pengetahuan mempunyai arah berpengaruh positif pada minat menabung masyarakat di bank syariah artinya apabila pengetahuan meningkat maka minat menabung mengalami peningkatan.
3. Nilai 0,166 merupakan koefisien regresi untuk Lokasi berpengaruh positif artinya apabila pengetahuan meningkat maka minat menabung mengalami peningkatan.
4. Jika nilai pengetahuan 10 dan nilai lokasi 10 maka besarnya minat menabung adalah $0,959 + 0,615(10) + 0,166(10) = 8,769$ maka nilai minat menabung sebesar 8,769.

2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 3
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,567 ^a	,322	,303	,40028	1,641

a. Predictors: (Constant), LOKASI, PENGETAHUAN

b. Dependent Variable: MINAT_MENABUNG

Sumber: data diolah dengan SPSS 23

Berdasarkan hasil pengolahan data yang terdapat pada Tabel 3 maka diperoleh hasil sebagai berikut: Koefisien korelasi (R) sebesar 0,576 menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara variabel independen dengan variabel dependen karena mendekati angka 1. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,322 menunjukkan bahwa proporsi variabel independen menjelaskan atau mempengaruhi variabel dependen sebesar 32,2%, sedangkan sisanya sebesar 67,8% ($100\% - 32,2\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam model penelitian ini. Maka banyak variabel-variabel yang dapat mempengaruhi terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah pada studi kasus pondok pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.

3. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui signifikansi hubungan antara variabel pengetahuan secara simultan terhadap maka minat menabung. Untuk pengujian dengan Uji F ini dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini berarti ada pengaruh pengetahuan secara

simultan terhadap maka minat menabung.

2. Atau jika Sig. < 0,05 maka H_a diterima, artinya hubungan yang linier antara pengetahuan secara simultan terhadap maka minat menabung. Hal ini berarti koefisien regresi adalah signifikan.

Hasil dari uji F dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5,623	2	2,811	17,546	,000 ^b
	Residual	11,857	74	,160		
	Total	17,479	76			

a. Dependent Variable: MINAT_MENABUNG

b. Predictors: (Constant), LOKASI, PENGETAHUAN

Sumber: data diolah dengan SPSS 23

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan pada Tabel 4. diperoleh F hitung sebesar 17,546. Tabel distribusi F dicari pada tingkat kepercayaan $\alpha = 5\%$, df1 (k-1) atau (3-1) = 2 dan df2 (n-k) atau 77-3 = 74 maka diperoleh nilai F tabel sebesar 3,12 F hitung > F tabel yaitu 17,546 > 3,12. maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Pengetahuan dan Lokasi berpengaruh positif terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah pada studi kasus pondok pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.

Jika dilihat dari nilai probabilitas (Sig) diketahui bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha (α) yaitu 0,000 < 0,05 maka H_{01} ditolak yang artinya variabel Pengetahuan dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah pada studi kasus pondok pesantren Ar-Raudhatul Hasanah, maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan dan variabel lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah pada studi kasus pondok pesantren Ar-Raudhatul Hasanah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu dari Rahma Bellani (2017) yang menyatakan bahwa secara simultan variabel Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan dan Lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan yang mengacu pada masalah dan tujuan penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel pengetahuan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank syariah studi kasus masyarakat pondok pesantren Ar-Raudhatul Hasanah dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05.
2. Variabel Pengetahuan dan Variabel Lokasi secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank syariah studi kasus masyarakat pondok pesantren Ar-Raudhatul Hasanah dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dikemukakan, maka untuk meningkatkan minat menabung masyarakat di bank syariah, penulis memberikan beberapa saran yang mungkin bermanfaat, yaitu:

1. Bagi Instansi dan Perbankan Syariah
Bagi Pondok Pesantren Raudlatul Hasanah Medan Sumatera utara dan Perbankan diharapkan dapat memberikan pengetahuan lebih kepada guru dan santri dengan mensosialisasikan terkait bank syariah dalam belajar dan mengajar.

2. Bagi peneliti selanjutnya
Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti objek sejenis, disarankan agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel, atau meneliti variabel-variabel lainnya yang berhubungan dengan minat menabung masyarakat di bank syariah.

RUJUKAN

- Al-Qur'an Dan Terjemahan. 2010. Jakarta:Departemen Agama RI.
- Abdallah, Muhammad Dan Irsyad Lubis. (2015). *Analisis Minat Menabung Pada Bank Syariah Di Kalangan Siswa Sma Di Kota Medan(Studi Kasus: Siswa Madrasah Aliyah Negeri)*. Jurnal Ekonomi Dan Keuangan. Vol 3. No. 6. Diakses tanggal 3 mei 2020 Pukul 20.45 WIB.
- Abdul, Rouf. (2011). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Membayar Zakat Di Rumah Zakat Cabang Semarang*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Walisongo. Semarang. Diakses tanggal 26 mei 2020 Pukul 21.00 WIB.
- Aminudin, Muhammad. (2016). *Pengaruh Pengetahuan Santri, Lokasi Dan Fasilitas Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Al Huda Doglo Cepogo Kabupaten Boyolali)*. Skripsi. IAIN Salatiga. Salatiga. Diakses tanggal 3 mei 2020 Pukul 22.30 WIB.
- Andadari, dkk. (2019). *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Antonio, M. Syafi'i. (2017). *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*. Jakarta: Gema
- Azam Al Hadi, Abu. (2017). *Fikih Muamalah Kontemporer*. Depok: Pt Bisnis.Jakarta: Rajawali Pers.Insani.
- Casvi, Fifin Zuriatul. (2019). *Pengaruh Pengetahuan, Lingkungan Sosial, DanLokasi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Santri Di Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Raudlatul Qur'an Mangkang Kulon, Tugu, Semarang)*. Skripsi. UIN Walisongo. Semarang. Diakses tanggal 25 mei 2020 Pukul 21.37 WIB.
- Diana, Susanti Mei. (2017). *Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Anggota Menabung Di Bmt Bina Umat Sejahtera Kalijambe*. Skripsi. IAIN Surakarta.
- Gampu. (2015). *Analisis Motivasi Prepsi Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pt. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado*.Jurnal Emba Vol. 3 No. 3.1330-1340.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasmir. (2016). *Manajemen Perbankan*. Depok: Pt Rajagrafindo persada.
- Kasmir. (2019). *Manajemen Perbankan*. Depok: Pt Rajagrafindo persada
- Kompri. (2019). *Manajemen dan Kepemimpinan Pondok Pesantren*.E-book. Diakses tanggal 27 Mei 2020. Pukul 23.12 WIB.
- Mardani. (2015). *Aspek hukum lembaga keuangan syariah di Indonesia*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Nurngaeni. (2018). *Pengaruh Pengetahuan Dan Persepsi Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Purwokerto)*. Skripsi. IAIN Purwokerto. Banyumas.
- Rahma, Erika Adhey. (2018). *Analisis Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung Di Bprs Bangun Drajat Warga Yogyakarta*. Skripsi. Sunan Kalijaga. Yogyakarta. Diakses tanggal 5 mei 2020 Pukul 13.30 WIB.
- Riskyono, Nur Ismail. (2017). *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Iklan, Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Siswa Santri Pondok Pesantren Al Muayyad Surakarta)*. Skripsi. Uin Sunan Kalijaga. Yogyakarta. Diakses tanggal 3 mei 2020 Pukul 21.20 WIB.

- Sayyidatul, Maghfiroh. (2018). *Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat*. Jurnal. Universitas Negeri Yogyakarta. Diakses tanggal 7 mei 2020 Pukul 23.00 WIB.
- Shomad, Abd.(2017). *Hukum Perbankan*. Bandung: Prenada Media Group.
- Sumarwan. 2011. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.
- Tri Basuki, Agus Dan Prawoto, Nano. (2017). *Analisis Regresi Dalam Ekonomi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Umam, Khotibul dan utomo. (2017). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wahjono. (2013). *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Yogya karta: Andi.
- Zain, Abdurrahman. (2017). *Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami)*. Jurnal. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta. Diakses tanggal 3 Pukul 22.15 WIB.
- Zuhirsyan, Muhammad. (2018). *Membidik Potensi Ekonomi Syariah di Lembaga Pendidikan Pondok Pesantren*. Journal. Politeknik Negeri Medan. Diakses tanggal 7 Pukul 22.15 WIB.