



Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Untuk Memilih Produk Bank Syariah

(Studi Penelitian bank bjb Syariah KCP Pabuaran)

Sumarno^{1✉}, Rusto Nawawi², Iwan Darmawan³, Jeki Saeki⁴

IAI Bunga Bangsa Cirebon

Email : sumarno@bungabangsacirebon.ac.id¹

Received: 2021-07-11; Accepted: 2020-08-26; Published: 2021-08-31

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengetahuan masyarakat untuk mengetahui lokasi, pengetahuan produk-produk perbankan syariah serta minat untuk menabung di bank bjb syariah KCP Pabuaran. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional/asosiatif. Metode pengumpulan data menggunakan kuisioner dan dokumentasi. Penelitian dilakukan kepada 50 responden. Uji prasyarat analisis yang digunakan yaitu meliputi uji normalitas, multikolinieritas dan heterokedastisitas. Pengolahan ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji hipotesis yaitu uji T dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan lokasi berpengaruh terhadap minat menabung di bank bjb syariah KCP Pabuaran dengan t hitung $3,268 > t$ tabel $2,011$. Sama dengan Pengetahuan Produk berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank bjb syariah KCP Pabuaran dengan koefisien sebesar $0,576$ dan koefisien determinasi R^2 sebesar $0,451$ dan t hitung $3,268$ lebih besar dari t tabel $2,011$. Begitu pula secara simultan variabel Independent berpengaruh terhadap variabel dependent dengan nilai F hitung sebesar $11,659 > F$ tabel $3,19$. Nilai koefisien determinasi R^2 sebesar $0,332$ berarti $33,2\%$. Dapat disimpulkan bahwa Pengetahuan Lokasi dan Pengetahuan Produk-Produk Perbankan syariah terhadap minat menabung di bjb syariah KCP Pabuaran berarti $33,2\%$ perubahan minat menabung di bank syariah KCP Pabuaran sedangkan $66,8\%$ sisanya di jelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

Kata Kunci: *Pengetahuan Lokasi, Pengetahuan Produk, Minat Menabung*

Abstract

This study aims to determine public knowledge to determine the location, knowledge of Islamic banking products and interest in saving at bank bjb sharia KCP Pabuaran. This study uses quantitative methods with correlational/associative research types. Methods of data collection using questionnaires and documentation. The study was conducted on 50 respondents. The analysis prerequisite test used includes normality, multicollinearity and heteroscedasticity tests. This processing uses multiple linear regression analysis with hypothesis testing, namely the T test and F test. The results showed that the location knowledge variable had an effect on interest in saving at the bjb sharia bank KCP Pabuaran with t count $3,268 > t$ table $2,011$. Same with product knowledge has a significant effect on interest in saving at bank bjb sharia KCP Pabuaran with a coefficient of 0.576 and a coefficient of determination R^2 of 0.451 and t arithmetic 3.268 greater than t table 2.011 . Likewise, the independent variable simultaneously affects the dependent variable with a calculated F value of $11.659 > F$ table 3.19 . The value of the coefficient of determination R^2 is 0.332 which means 33.2% . It can be concluded that Knowledge of Location and Knowledge of Islamic Banking Products on interest in saving at bjb syariah KCP Pabuaran means 33.2% change in interest in saving at KCP Pabuaran Islamic bank while the remaining 66.8% is explained by other variables not included in the study.

Keywords : *Location Knowledge, Product Knowledge, Saving Interes*

PENDAHULUAN

Bank syariah yang pertama kali berdiri di Indonesia adalah PT Bank Muamalat Indonesia (BMI), kemudian baru menyusul bank-bank lainnya yang membuka jendela syariah (*Islamic windows*) dalam menjalankan kegiatan usahanya. Melalui *Islamic windows* ini bank-bank konvensional dapat memberikan jasa pembiayaan syariah kepada para nasabahnya kepada para nasabahnya melalui produk-produk yang bebas dari unsur *riba* (*unsury*), *gharar* (*uncertainty*), dan *maysir* (*speculative*) dengan terlebih dahulu membentuk Unit Usaha Syariah (UUS). UUS adalah unit kerja kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang syariah dan unit usaha syariah (Dr.Neneng Nurhasanah, M.Hum, Panji Adam, S.Sy., 2017a, p. 12). Sementara di Indonesia, pada awal tahun 1990-an bank syariah berdiri yang dikenal dengan nama Bank Muamalat Indonesia. Dalam praktiknya bank syariah mampu dalam memenuhi kebutuhan di masyarakat Indonesia dengan pelayanan jasa perbankan sesuai dengan prinsip syariah agama Islam, hal-hal yang berkaitan dengan pelarangan terhadap riba, ketidakjelasan, penyaluran dalam pembiayaan/investasi pada kegiatan usaha yang etis halal secara syariah, pelanggaran prinsip keadilan dalam bertransaksi serta kegiatan yang bersifat spekulatif yang non-produktif (perjudian).

Perkembangan bank syariah secara pesat semenjak era reformasi pada akhir tahun 1990-an, setelah pemerintah dan Bank Indonesia memberikan kebijakan dalam mengembangkan bank syariah, dengan dikeluarkannya undang-undang perbankan dengan UU No. 10 tahun 1998 yang mana kebijakan tersebut tidak hanya tentang perluasan operasi bank-bank syariah dan jumlah kantor untuk meningkatkan sisi penawaran, tetapi juga menyangkut pengembangan pemahaman dan kesadaran masyarakat untuk meningkatkan sisi permintaan (Suhendro, 2018, p. 217).

Perbankan Syariah didirikan didasarkan pada alasan filosofis maupun praktik, secara filosofis, karena dilarangnya pengambilan riba dalam transaksi keuangan maupun non keuangan. Operasional perbankan syariah di Indonesia didasarkan pada Undang-Undang No.7 Tahun 1992 tentang Perbankan Syariah kemudian diperbaharui dengan Undang-Undang No.10 Tahun 1998 dan diperbaharui lagi pada tahun 2008 dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah

Untuk itu masih banyak anggapan miring tentang bank syariah di lingkungan masyarakat Indonesia karena produk bank itu sendiri belum secara familiar ke dalam tingkatan pemahaman masyarakat umum, untuk itu pada penelitian ini dengan adanya permasalahan mengenai pengetahuan dalam rangka mengajak masyarakat dalam memilih produk bank syariah. Peneliti membahas mengenai pengaruh pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah terhadap minat untuk memilih produk bank syariah

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu dan kegunaan tertentu (Prof.Dr.Sugiyono, 2016, p. 2)

Hakikat metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data/informasi sebagaimana adanya dan bukan seharusnya, dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Hardani, S.Pd., M.Si, 2020, p. 242)

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan empirik dengan metode penelitian kuantitatif metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positif, digunakan untuk meneliti

pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Pada metode penelitian ini membuat lokasi penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengaruh Pengetahuan Lokasi terhadap minat menabung

Uji t yang dilakukan menunjukkan bahwa t hitung sebesar 3,268 dengan signifikansi 0,002 dan nilai tabel 2,011 maka t hitung > t tabel atau $3,268 > 2,011$ artinya terdapat pengaruh signifikan terhadap minat menabung dapat disimpulkan bahwa pengetahuan lokasi berpengaruh terhadap minat menabung di bank bjb syariah KCP Pabuaran.

B. Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap minat menabung

Hasil analisis dengan bantuan program spss 23 for windows menunjukkan bahwa koefisien korelasi sebesar 0,576 dan koefisien determinasi 0,332 hasil output menjelaskan nilai R Square sebesar 0,332 sama dengan 33,2%. Angka tersebut mengandung arti bahwa Lokasi Bank dan Pengetahuan Produk berpengaruh terhadap minat menabung sebesar 33,2% sedangkan sisanya ($100\% - 33,2\% = 66,8\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi ini.

Kurnia (2013:60) Minat menabung merupakan keputusan nasabah untuk membeli suatu produk setelah sebelumnya memikirkan tentang layak tidaknya membeli produk itu dengan mempertimbangkan informasi– informasi yang ia ketahui dengan realitas tentang produk itu setelah ia menyaksikannya

Penelitian ini telah dilakukan dan diusahakan sesuai dengan prosedur ilmiah akan tetapi dalam hal ini masih banyak keterbatasan yaitu diantaranya :

1. Variabel bebas dalam penelitian ini bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat sebesar 33,2 % itu artinya masih ada 66,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari regresi tersebut.
2. Penggunaan dan kuesioner sebagai suatu pengumpulan data walaupun dianggap responden dapat memberikan jawaban yang sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya, namun kenyataan tersebut berbeda dengan yang ada pada kondisi saat ini.

KESIMPULAN

Dari pembahasan di yang telah peneliti uraikan diatas serta berdasarkan data penulis yang diperoleh dari lapangan maka sebagaimana yang telah dibahas dalam skripsi ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan terhadap pengetahuan lokasi terhadap minat menabung di bank bjb syariah KCP Pabuaran dengan t hitung 3,268 lebih besar dari t tabel 2,011.
2. Terdapat pengaruh terhadap pengetahuan produk terhadap minat menabung di bank bjb syariah KCP Pabuaran dengan koefisien sebesar 0,576 dan koefisien determinasi R² sebesar 0,332 dan t hitung 3,268 lebih besar dari t tabel 2,011
3. Terdapat pengaruh pengetahuan lokasi dan pengetahuan produk terhadap minat menabung di bank bjb syariah KCP Pabuaran dengan koefisien korelasi 0,576 dan koefisien determinasi R² sebesar 0,451 dan nilai F sebesar dari F tabel 3,19

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N. S. N. (2020). *Pengaruh pendapatan mahasiswa dan pengetahuan tentang bank syariah terhadap minat menabung di bank syariah*.
- Arikunto, P. D. S. (2013). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. PT. Rineka Cipta.
- Demartha Hayu Waseso, I. D. (2013). Perilaku Konsumen Untuk Mengakses Suaramerdeka.Com. *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 10(2), 121–131. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v10i2.5909>
- Dewi, L. N. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pengguna Produk Advan Di Kota Semarang. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1–17. <http://eprints.dinus.ac.id/17594/>
- Dr.Muhammad Syafii Antonio, M. E. (2001). *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. gema insani.
- Dr.Neneng Nurhasanah, M.Hum, Panji Adam, S.Sy., M. H. (2017a). *Hukum Perbankan Syariah Konsep dan Regulasi*. Sinar Grafika.
- Dr.Neneng Nurhasanah, M.Hum, Panji Adam, S.Sy., M. H. (2017b). *Hukum Perbankan Syariah Konsep dan Regulasi* (D. M. Listianingsih (ed.)). Sinar Grafika.
- Drs. Ismail, MBA., A. (2011). *Perbankan Syariah (Pertama)*. Kencana.
- Hardani, S.Pd., M.Si, D. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (A. Husnu Abadi, A.Md. (ed.)). CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Hendri, & Setiawan, R. (2017). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Di Pt. Samudra Bahari Utama. *Agora*, 5(1), 3. <https://media.neliti.com/media/publications/135259-ID-pengaruh-motivasi-kerja-dan-kompensasi-t.pdf>
- Hidayati, F. (2018). Keefektifan Metode Reciprocal Learning terhadap Kemampuan Mengapresiasi Cerita Pendek Ditinjau dari Minat Membaca Karya Sastra. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 3(9), 10-20.
- Lestari, J. S., Farida, U., & Chamidah, S. (2020). Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, Dan Lingkungan Kerjaterhadap Prestasi Kerja Guru. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 38–55. <https://doi.org/10.24269/asset.v2i2.2388>
- Muhammad, K. A. (2014). *Pengaruh Pengetahuan Warga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Muamalat (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darunnajah)*.
- Mustofa, A., & Roniwijaya, P. (2013). The Effect of Industrial Work Performance Practice and Performance Automotive Electrical Prakti entrepreneurial n Against Interests Automotive Mechanics Class XII Smk Diponegoro Depok Sleman. *Taman Vokasi*, 1(2). <https://doi.org/10.30738/jtvok.v1i2.98>
- Nawawi, R., Darmawan, I., Pratama, G., & Robawi, J. (2021). Analisis Administrasi Pembukaan Rekening Baru pada Tabungan Wadiah BNI IB Hasanah di BNI Syariah KCP Plered. *Ecobankers: Journal of Economy and Banking*, 2(1), 43-48.
- Pratama, G. (2020). Upaya Modernisasi dan Inovasi Pengelolaan Sampah Berbasis Masyarakat di Desa Leuwimunding Majalengka. *Etos: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 37-49.
- Pratama, G. (2020). Analisis Transaksi Jual Beli online Melalui Website Marketplace Shopee Menurut Konsep Bisnis di Masa Pandemic Covid 19. *Ecopreneur: Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah*, 1(2), 21-34.

- Pratama, G. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Barang Dan Jasa Secara Online Sebagai Alternatif Membeli Dikalangan Mahasiswa. *Ecopreneur: Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah*, 1(1), 46-54.
- Pratama, G., Amin, N. M. F., & Fitriyah, Y. (2021). Pengaruh Program Aplikasi Sistem Informasi Direktorat Jendral Pajak (SIDJP) Terhadap Kinerja Pegawai Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Ecopreneur: Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah*, 2(1), 52-61.
- Pratama, A. (2017). Model Simulasi Antrian dengan Metode Kolmogorov-Smirnov Normal pada Unit Pelayanan. *Jurnal Edik Informatika*, 7(1), 27–37.
- Prof.Dr.Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif (R&D)*. Alfabeta.
- Prof.Dr.Sugiyono. (2016). *METODE Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Prof.Mudrajat Kuncoro, P. . (2011a). *Manajemen Bank Syari'ah* (kedua). UPP STIM YKPN.
- Prof.Mudrajat Kuncoro, P. D. (2011b). *Manajemen Bank Syari'ah* (Muhamad (ed.); Kedua). UPP STIM YKPN.
- Putro, R. Y. A., & Kamal, M. (2013). Analisis Pengaruh Brand Reputation, Brand Competence, dan Brand Liking Terhadap Trust In Brand Pada Konsumen Windows Phone Nokia di Surabaya. *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 10(2), 178–185. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v10i2.5916>
- Saidiah, M. R. H., & Sekolah. (n.d.). *Kata kunci*: 40.
- Suhendro, D. (2018). Pertumbuhan Dan Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Human Falah*, 5(2), 211–227.
- Sumarno, A. K. H. (2020). *Jurnal Perbankan Syariah Jurnal Ecobankers Minat Nasabah Terhadap Asuransi Jiwa Berbasis Syari ' Ah Di PT . Asuransi Jiwa Generali Indonesia Cabang Cirebon (Studi Kasus PT . Asuransi Jiwa Generali Indonesia Cabang Cirebon)*. 1, 53–61.
- Sunardi, & Aniarsih, F. (2012). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Masyarakat Muslim Menabung di Bank Syariah. *Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 54–77.
- Tanujaya, C. (2017). Perancangan Standart Operational Procedure Produksi Pada Perusahaan Coffeein. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 90–95.
- Yuliawan, E. (2011). *Jurnal 3 (Eko Yuliawan*. 1(April), 21.