

**Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank
Syariah
(Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar)**

¹**Irnawati Indi**

²Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar
Email: irnawatiindi@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah kecamatan Rappocini. Variabel dalam penelitian ini adalah pengetahuan (X1), pelayanan (X2), lokasi (X3) dan minat menabung (Y) yang diukur dengan Skala Likert. Populasi penelitian ini yaitu seluruh masyarakat yang ada di kecamatan Rappocini. Sampel dalam penelitian ini yaitu masyarakat kecamatan Rappocini yang berjumlah 100 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif data, analisis keabsahan data, dan uji hipotesis dengan bantuan program SPSS 23.0 for windows.

Hasil penelitian menunjukkan uji t diperoleh t hitung untuk pengetahuan sebesar 3.280, untuk pelayanan sebesar 0.777 dan untuk lokasi sebesar 1.721 > t tabel sebesar 1.664 dengan nilai signifikan untuk variabel pengetahuan sebesar 0,001, pelayanan sebesar 0,009 dan lokasi sebesar 0,028 < taraf signifikan 0,1, berarti variabel pengetahuan, variabel pelayanan dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung

Kata kunci: Pengetahuan, Pelayanan, Lokasi, Minat Menabung

¹ Penulis

² Fakultas dan universitas penulis

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan industri perbankan syariah di dunia diawali dari aspirasi masyarakat di negara-negara mayoritas muslim untuk memiliki sebuah alternatif sistem perbankan yang islami. Selain itu, masyarakat meyakini bahwa sistem perbankan syariah yang menerapkan bagi hasil sangat menguntungkan, baik untuk nasabah maupun untuk pihak bank syariah.

Menabung dalam ilmu ekonomi adalah salah satu tindakan yang mempersiapkan tentang perencanaan-perencanaan masa yang akan datang serta sekaligus sebagai persiapan diri untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan dikemudian hari. Menurut Kamus Besar Bahasa

Indonesia (2005), menabung merupakan sebuah kata kerja yang memiliki arti yaitu menyimpan uang (di celengan, pos, bank, dan sebagainya). Secara luas menabung dapat diartikan sebagai suatu kegiatan menyisihkan sebagian pendapatannya untuk dikumpulkan sebagai cadangan pada masa yang akan datang.

Menabung, itu berarti kita sudah memiliki persiapan untuk masa depan kita, menabung juga membantu kita untuk memiliki modal (*capital*) ketika kita ingin melakukan suatu usaha sehingga kegiatan ekonomi kita berlangsung dengan produktif, dan tabungan yang kita miliki tentunya kita bisa gunakan untuk perputaran modal demi kesejahteraan kita dan keluarga. Terkait dengan anjuran untuk menabung, maka diperlukan suatu

lembaga keuangan yang tidak hanya tempat menyimpan uang masyarakat tetapi juga sebagai tempat yang berfungsi untuk mencegah masyarakat khususnya masyarakat muslim agar tidak terjebak dengan kegiatan ekonomi yang bertentangan dengan syariat islam. Oleh karena itu salah satu solusi yang ditawarkan sebagai tempat menabung yang sesuai dengan syariat islam adalah menabung di bank syariah.

Menurut Taswan (2010:7) Bank adalah sebuah lembaga atau perusahaan yang aktifitasnya menghimpun dana berupa giro, deposito, tabungan dan simpanan yang lain dari pihak yang kelebihan dana (*surplus spending unit*) kemudian menempatkannya kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dana (*deficit spending unit*) melalui

sebagai penjualan jasa keuangan yang pada gilirannya dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat banyak.

Menurut undang-undang Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah menyatakan bahwa: Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari bank umum syariah, unit usaha syariah dan bank pembiayaan syariah.

Kesimpulan dari definisi di atas, bank syariah merupakan suatu lembaga keuangan perbankan yang tidak hanya menjelaskan fungsinya sebagaimana fungsi bank secara umum tetapi juga harus menjalankan nilai-nilai ataupun prinsip-prinsip syariat Islam dalam aspek ataupun kegiatan

operasionalnya tanpa terkecuali. Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan sistem alternatif yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi dan beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulasi dalam bertransaksi keuangan. Nilai-nilai keadilan tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan (*margin*) keuntungan yang disepakati bersama antara pihak bank syariah dan nasabah. Sedangkan kebersamaan dan persaudaraan tercermin dari penetapan nasabah sebagai mitra usaha yang berbagi keuntungan dan resiko secara berimbang. Secara hukum peraturan

nampak bahwa pemerintah telah cukup memberikan ruang untuk berkembangnya bank syariah di Indonesia. undang-undang perbankan Nomor 9 Tahun 1998 dan undang-undang No. 21 Tahun 2008 merupakan undang-undang yang berisi segala aturan tentang masalah perbankan syariah sebagai suatu payung hukum yang menaungi kepentingan masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan syariah. (Misbach 2013:2)

Bahkan para ulama-ulama di negeri ini pun sebagian besar masih menyimpan uang di bank konvensional. Hal tersebut terjadi karena kurangnya pemahaman mengenai sistem operasional perbankan syariah dan sistem dalam bank syariah dianggap sama dengan sistem operasional yang ada dalam bank konvensional. Artinya dalam

kesadaran masyarakat untuk bertransaksi dengan menggunakan jasa perbankan syariah masih kurang.

Sesuai pemaparan dari OJK bahwa pada tahun 2017 jumlah nasabah di bank syariah sekitar 15 juta sedangkan bank konvensional sekitar 80 juta atau baru sekitar 18,75% jumlah nasabah bank syariah dari total nasabah bank secara maksimal. Selain itu *market share* bank syariah kembali turun dari 4,8% dari tahun 2016 menjadi 4,6% pada tahun 2017. Data tersebut menunjukkan bahwa minat masyarakat masih kurang untuk bertransaksi di bank syariah sehingga nasabah bank syariah masih rendah dan jauh tertinggal jika dibandingkan dengan bank konvensional. Salah satu penyebab rendahnya *market share* bank syariah ini adalah masih kurangnya sosialisasi mengenai

perbankan syariah yang menyebabkan masyarakat kurang memahami tentang perbankan syariah sehingga masyarakat lebih mengenal bank konvensional daripada bank syariah. Selain itu, Kepala Departemen Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Ahmad Buchori mengungkapkan, rendahnya nasabah bank syariah terjadi karena banyak masyarakat yang beranggapan bahwa bank syariah belum selengkap, semodern, dan sebagus bank konvensional. Baik itu dalam layanan maupun produknya.

Menurut Abdul Rasyid salah seorang DPS di bank syariah yang ada di Kecamatan Rappocini. Beliau mengatakan bahwa minat masyarakat menabung di bank syariah masih kurang. Baik secara nasional, maupun di Makassar terkhusus di kecamatan

Rappocini yang masyarakatnya masih kurang berminat menabung di bank syariah hal ini disebabkan oleh beberapa hal yakni :

Pertama, masalah dana *Qard* (*outstanding*) yang masih lemah di bank syariah sehingga masyarakat belum merasa dananya aman di bank syariah.

Kedua, menurut beliau hal yang paling tidak kalah pentingnya yang menjadikan masyarakat kurang berminat menabung di bank syariah khususnya di Kecamatan Rappocini adalah masalah pengetahuan masyarakat yang kurang tentang perbankan syariah, menurut beliau masyarakat kurang berminat menabung di bank syariah karena masyarakat tidak tahu tentang bank syariah sehingga mereka masih

memilih menabung di bank konvensional.

Ketiga, mengenai lokasi dan jaringan kantor bank syariah yang sangat kurang terkhusus di tingkat kecamatan, hal ini berbeda dengan bank konvensional seperti BRI yang jaringan kantornya ada disetiap kecamatan. Kurangnya jaringan kantor bank syariah serta lokasi bank syariah yang jauh dari pemukiman masyarakat, menjadikan lebih memilih bank konvensional karena lebih dekat dan mudah diakses.

Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat menabung di bank syariah masih kurang. Oleh karena itu, upaya-upaya sosialisasi mekanisme dan syariah dirasa perlu agar masyarakat mengetahui dan memahami tentang perbankan syariah, sehingga masyarakat tidak lagi

terjebak dalam transaksi-transaksi yang tidak islami dan masyarakat kembali menaruh kepercayaan terhadap transaksi syariah.

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian adalah :

1) Bagaimana pengaruh pengetahuan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah? 2) Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah ? 3) Bagaimana pengaruh lokasi terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah ?

Adapun tujuan penelitian adalah : 1) Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah. 2) Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kurangnya minat

masyarakat menabung di bank syariah.

3) Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah.

A. Tinjauan Pustaka

a. Pengertian Bank Syariah

Menurut Sudarsono (2008:27) “Bank Syariah adalah lembaga keuangan negara yang memberikan kredit dan jasa-jasa lainnya di dalam lalu lintas pembayaran dan juga peredaran uang yang beroperasi dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah atau islam. Menurut undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah mengemukakan bahwa: Perbankan Syariah yaitu segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, mencakup kegiatan usaha, serta tata cara dan proses di

dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

b. Sejarah terbentuknya bank syariah di Indonesia

Berkembangnya bank-bank islam di negara-negara Islam berpengaruh ke Indonesia. Pada awal tahun 1980-an, diskusi mengenai bank syariah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan. Parah tokoh terlibat dalam kajian tersebut adalah Karnen A. Perwataatmaja, M Dawan Raharjo, A.M Syaefuddin, M Amien Azis, dan lain-lain. Majelis ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 18-20 Agustus tahun 1990 menyelenggarakan menyelenggarakan lokarya bunga bank dan perbankan di Jawa Barat. Hasil lokarya tersebut dibahas pada Musyawarah Nasional, berdasarkan amanah mumas tersebut dibentuk

kelompok kerja untuk mendirikan bank Islam di Indonesia.

Bank syariah di Indonesia lahir sejak 1992. Bank syariah pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia. Pada tahun 1992 hingga 1999, perkembangan bank Muamalat Indonesia, masih tergolong stagnan. Namun sejak adanya krisis moneter yang melanda Indonesia pada 1997 dan 1998, maka para bankir melihat bahwa Bank Muamalat Indonesia (BMI) tidak terlalu terkena dampak krisis moneter. Para bankir berfikir bahwa BMI, satu-satunya bank syariah di Indonesia tahan terhadap krisis moneter. Pada tahun 1999, berdirilah bank syariah mandiri yang merupakan konversi dari Bank Susila Bakti. Bank Susila Bakti merupakan bank konvensional yang dibeli oleh Bank Dagang Negara, kemudian dikonversi

menjadi Bank Syariah Mandiri, bank syariah kedua di Indonesia.

1. Faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat menabung

Menurut Tjiptono (2010: 41-43), pengetahuan, pelayanan dan lokasi merupakan faktor yang penting dalam usaha menarik minat konsumen atau pelanggan

Faktor-faktor yang memengaruhi kurangnya minat masyarakat menabung yaitu:

a. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung

Notoadmodjo (2003) dalam Wawan dan Dewi (2010 : 30-40) menyatakan bahwa : Pengetahuan merupakan hasil dari tahu dan ini terjadi setelah orang melakukan pengindraan terhadap suatu objek tertentu. Pengindraan terjadi melalui

pancaindra manusia, yakni indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa, dan raba dengan sendiri. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga.

b. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Menabung

Istilah layanan dapat dipresepsikan berbeda-beda dalam konteks yang berlainan. Setidaknya konsep jasa mengacu pada beberapa lingkup definisi utama: industry, output atau penawaran, proses dan sistem kendati keanekaragaman perspektif ini bisa menimbulkan kerancuan, implikasi strategi adalah bahwa komponen jasa atau pelayanan memainkan peran strategi dalam setiap bisnis. Menurut Kotler (2002:83) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh

suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi.

Penilaian nasabah terhadap jasa perbankan berkaitan dengan tingkat subjektivitas, aspirasi, emosi kepuasan, keengganan dan suasana hati. Setidaknya ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan oleh bank yang mampu mengarahkan operasional bank pada kualitas pelayanan jasa yang baik. Diantaranya yang paling penting adalah akses. Akses ini perhubungan dengan letak bank yang

strategis, pasar, sasaran, serta kemampuan yang mampu memberikan pelayanan yang cepat. (Hasan 2010 : 32).

c. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Menabung

Lokasi adalah letak atau toko pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba (Basu Swasta dan Irawan dalam Rusdiana, 2014:248). Menurut Kasmir (2013:11) yaitu tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajang barang-barang dagangannya. Pertimbangan dalam memilih letak lokasi yaitu berdasarkan jenis usaha yang akan dilakukan, keterdekatan dengan pasar / konsumen, kemudahan sarana dan prasarana, kemudahan untuk melakukan ekspansi, dekat

dengan pusat pemerintahan, dan tersedianya sumber daya yang lain

Kesimpulan bahwa lokasi adalah tempat menjalankan aktivitas yang melayani konsumen, aktivitas produksi, aktivitas penyimpanan, ataupun untuk mengendalikan kegiatan perusahaan secara keseluruhan dalam memaksimalkan laba. Menentukan lokasi merupakan keputusan penting dalam bisnis yang bertujuan untuk mewujudkan pelanggan agar datang ke tempat tersebut dengan dalam pemenuhan kebutuhannya. Lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi yang tepat dalam mendirikan suatu usaha adalah salah satu hal yang sangat menentukan keuntungan bagi perusahaan, pengusaha akan selalu mencari lokasi yang strategis, yang

mudah dilihat dan dijangkau oleh konsumen. Lokasi yang tepat adalah di tempat dengan potensi pasar yang besar.

III. Variabel dan Desain Penelitian

1. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:38) “Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”.

2. Desain Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:08) “Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan

tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Populasi dan sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2015:297) bahwa: Populasi adalah sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Rappocini kota Makassar sebanyak 164.563 jiwa

2. Sampel

Menurut Ridwan dan Akdon (2009:253) “Berkaitan dengan penentuan sampel sekedar acuan maka apabila subyek kurang dari 100, maka lebih baik diambil semua, sehingga penelitiannya merupakan penelitian

populasi. Selanjutnya jika subyeknya besar, dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih”. Jumlah populasi lebih dari 100 orang, maka penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan *quota sampling*. Sedangkan menurut Akdon (2009:253) teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Dimana:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

d^2 = Presisi (ditetapkan 100% dengan tingkat kepercayaan 95%)

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1} \quad n = \frac{164563}{(164563) \cdot 0,1^2 + 1}$$

$$n = \frac{164563}{1646,63} \quad n = 99,93 \quad n = 100$$

IV. Hasil Penelitian

2. Teknik Analisis Statistik Data

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian memiliki distribusi normal atau tidak.

2) Uji Multikolinearitas

hasil perhitungan nilai *tolerance* variabel pengetahuan 0,812 > 0,10 variabel pelayanan 0,975 > 0,10 dan lokasi 0,795 > 0,10 menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,10. Sedangkan hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan hal yang sama yaitu tidak ada variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Nilai VIF pengetahuan 1,232 < 10 variabel pelayanan 1,025 < 10 dan lokasi 1,258 < 10. Jadi dapat

disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar

3) Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel pengganggu dari suatu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Cara yang dilakukan untuk mendeteksi ada atau tidaknya Heteroskedastisitas digunakan dasar pengambilan keputusan yakni jika nilai sig > 0,1, maka tidak ada gejala heteroskedastisitas.

nilai variabel pengetahuan yaitu 0,254 > 0,1, variabel pelayanan yaitu 0,927 > 0,1 dan nilai variabel lokasi yaitu 0,170 > 0,1. Keseluruhan variabel bebas (independen) lebih besar dari 0,1, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

b. Uji Hipotesis

1) Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan dengan program *Statistic Package For Social Science* (SPSS) versi 23 Persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. $a = 4.408$ menyatakan bahwa, apabila variabel pengetahuan, pelayanan dan lokasi maka besarannya keputusan masyarakat menabung di bank syariah sebesar 4.408
2. $X_1 = 0,282$ menyatakan bahwa, jika pengetahuan meningkat sebesar satu satuan, maka keputusan masyarakat menabung di bank syariah akan mengalami

peningkatan sebesar 0,282 atau meningkat sebesar 28,2%.

3. $X_2 = 0.048$ menyatakan bahwa jika pelayanan meningkatnya sebesar satu satuan, maka keputusan masyarakat menabung di bank syariah akan mengalami peningkatan sebesar 0,048 atau sebesar 4,8 %.
4. $X_2 = 0.146$ menyatakan bahwa jika pelayanan meningkatnya sebesar satu satuan, maka keputusan masyarakat menabung di bank syariah akan mengalami peningkatan sebesar 0,146 atau sebesar 14.6 %.

2) Uji Parsial (uji t)

Variabel pelayanan nilai signifikan yang diperoleh t_{hitung} sebesar 0,777 sedangkan t_{tabel} pada taraf signifikansi $\alpha=0,1$ atau 10% dengan derajat kesalahan $dk=3$ ($n-k = 100-3-$

1=96) diperoleh 1,664. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu 0,777 lebih kecil dari 1,664 dengan taraf signifikansi 0,009 lebih kecil dari $\alpha=0,1$. Hal ini berarti hipotesis dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa pelayanan secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat menabung di bank syariah. Berdasarkan hasil analisis diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

Sedangkan untuk variabel lokasi nilai signifikan yang diperoleh t_{hitung} sebesar 1,721 sedangkan t_{tabel} pada taraf signifikansi $\alpha=0,1$ atau 10% dengan derajat kesalahan $dk=3$ ($n-k = 100-3-1=96$) diperoleh 1,664. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 1,721 lebih besar dari 1,664 dengan

taraf signifikansi 0,028 lebih kecil dari $\alpha=0,1$. Hal ini berarti hipotesis dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat menabung di bank syariah. Berdasarkan hasil analisis diatas, maka dapat disimpulkan bahwa lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

3) Uji Simultan (uji f)

Dari tabel 4.28 dapat dilihat hasil yang diperoleh yaitu F_{hitung} sebesar 7,657 pada taraf signifikansi $\alpha=0,1$ atau 10% sedangkan F_{tabel} dengan $df_1 = (4-1=3)$, $df_2 = (100-3=97)$ diperoleh angka 3,94. Hal ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu 7,657 lebih besar dari 3,96. Kemudian berdasarkan nilai signifikan

yang diperoleh yaitu sebesar 0,000 dan taraf signifikan yang digunakan adalah $10\% = 0,1$, artinya nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari $\alpha=0,001$. Hal ini berarti hipotesis dalam penelitian ini yang menyatakan diduga bahwa pengetahuan, pelayanan, lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *R square*. Untuk lebih jelasnya di lihat pada tabel berikut.

Besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *R Square* yaitu sebesar 0,193, hal ini

berarti bahwa minat masyarakat menabung di bank syariah mampu dijelaskan sebesar 19,3% oleh variabel independen dalam penelitian ini dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di libatkan dalam penelitian ini.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah dengan nilai signifikan = 0,001. Pengambilan keputusan konsumen untuk menggunakan suatu produk jasa selalu diawali dengan adanya pengetahuan (informasi) yang

dimiliki oleh konsumen mengenai jasa tersebut. Hal ini telah dijelaskan dalam teori proses keputusan pembelian yang menjadikan informasi sebagai hal yang utama dan sangat penting, karena konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian selalu mencari informasi yang cukup untuk mengetahui terkait produk yang akan dibelinya.

2. Variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah dengan maka hal tersebut akan memberikan persepsi yang positif oleh konsumen terhadap pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut.
3. Variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di

nilai signifikan = 0,009. Dalam bisnis jasa, sikap dan layanan perusahaan dan karyawan kontak merupakan elemen krusial yang berpengaruh signifikan terhadap kualitas jasa yang dihasilkan dan dipersepsikan pelanggan. Kualitas dari layanan perusahaan jasa (perbankan) merupakan suatu bentuk penilaian oleh konsumen, jika perusahaan tersebut memberikan pelayanan yang memuaskan yang sesuai dengan harapan konsumen bank syariah dengan nilai signifikan = 0,028. Pemilihan lokasi mempunyai sifat yang strategis karena ikut menentukan tercapainya badan usaha. Salah satu kunci suksesnya usaha adalah lokasi. Lokasi memiliki pengaruh terhadap

keputusan pembelian konsumen. Penentuan lokasi suatu bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak di lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka penulis mengemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Bank syariah perlu melakukan banyak sosialisasi dan edukasi publik untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat, agar masyarakat tahu tentang konsep, mekanisme, produk, istilah-istilah

perbankan syariah sehingga mereka memiliki informasi yang cukup tentang lembaga keuangan bank syariah. Selama ini sosialisasi tentang perbankan syariah masih sangat kurang sehingga perlu ditingkatkan lebih banyak lagi.

2. Bank syariah perlu memperbaiki dan meningkatkan pelayanan kepada konsumen agar mereka merasa puas dan masyarakat tertarik untuk menabung di bank syariah, terutama masalah mesin ATM yang sangat minim, oleh karena itu bank syariah mesin ATM di tempat-tempat umum agar masyarakat lebih mudah mengakses layanan bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

A Wawan, Dewi M. 2010. *Teori dan Pengukuran Pengetahuan,*

Sikap dan Perilaku Manusia.
Yogyakarta: Nuha Medika

Damayanti, Maysaroh. 2014. *Analisis Faktor-Faktor yang*

- Memengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah di Bantul.* Bantul. Skripsi
- (Studi Kasus pada Nasabah BMT An-Nur Sidoarjo). Universitas Negeri Sunan Ampel. Skripsi
- Dita, Haroni. *Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Muamalat Di Kota Kisaran*, dalam jurnal *Ekonomi dan Keuangan*, Volume.1 Nomor 1, 2012
- Margono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta : Rineka Cipta
- Kasmir. 2012. *Manajemen Perbankan*. Jakarta : PT.Grapindo Persada
- Misbach, Irwan. 2013. *Bank Syariah: Kualitas Layanan, Kepuasan dan Kepercayaan*. Makassar: Alauddin Press
- Khatimah, Husnul. *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penyaluran Dana Perbankan Syariah di Indonesia Sebelum dan Sesudah Kebijakan Akselerasi Perbankan Syariah Tahun 2007/2008*, dalam jurnal *optimal*, Volume 3, Nomor 1, 2009
- Rahmawaty Anita, *Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syari'ah Terhadap Minat Menggunakan Produk di BNI Syari'ah Semarang*, dalam jurnal *pengaruh persepsi bank syaria'ah*, Volume 8, Nomor 1, 2014
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo
- Ridwan & Akdon. 2009. *Pengantar Statistika Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Risqa Ramdhaning, *Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di Sumber Mulia Tuntang*, Volume.3 Nomor 2, Desember 2012
- Magfiroh, Nur laili. 2018. *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Masyarakat untuk Menabung*
- Rusdiana, Hutomo. *Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Masyarakat Menabung dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating di Pati*, dalam jurnal *Ekonomi Syariah*, volume 4, Nomor 1, 2016

- Sudarsono. 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Ekonisia
- (Studi pada Mahasiswa UIN Alauddin Makassar). UIN Alauddin. Skripsi
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Widarjono. 2010. *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. Yogyakarta: UPP STIM YYKPN
2011. *Metode penelitian pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- www.ojk.go.id
2014. *metode penelitian kuantitatif dan kualitatif R&D*. Bandung: CV.Alfabeta
- Sutan Remy Sjahdeini, 2014. *Perbankan Syariah: Produk-Produk Dan Aspek-Aspek Hukumnya*, cetakan I, Jakarta : Kencana Pranadamedia Group
- Suwarman, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Syafi'I, Antonio. 2008. *Bank Syariah. Dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani
- Taswan. 2010. *Manajemen Perbankan, Konsep, Teknik, Dan Aplikasi*. Yogyakarta: Raja Grafindo
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan Syariah
- Uniyanti. 2018. *Faktor-Faktor yang Memengarui Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah*

