

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT
MENABUNG DI BANK SYARIAH**

(Studi pada Masyarakat Desa Lajut Kecamatan Praya Tengah)

Andre Muzakir¹, Yunia Ulfa Variana², Any Tsalasatul Fitriyah³, Suriani⁴

¹Universitas Islam negeri Mataram, ²Universitas Islam negeri Mataram,
³Universitas Islam negeri Mataram, ⁴Universitas Islam negeri Mataram

¹andremuzakir@gmail.com ²yunia_ulfa@uinmataram.ac.id
³any.tsalasatul@uinmataram.ac.id, ⁴suriani@uinmataram.ac.id

Abstract

This study was conducted to find out: whether factor of trust, perception, knowledge and promotion influence partially and simultaneously on the interest of people saving in Islamic banks. This research is a quantitative study using primary data by providing questionnaires to the community in Lajut Village, Praya Tengah District, with a sample of 100 respondents. The analysis technique used is multiple regression analysis techniques. Based on the results of the hypothesis test, the results of partial research (t test) are confirmed (X1), perception (X2), and promotion (X4) have a significant and positive effect on community interest in saving in Islamic banks with a significance level of 0.028, 0.002 and 0.000 temporarily For the Knowledge Variable (X3) has no significant effect with a significance value of 0.356. The results of research simultaneously (test f) obtained a variable trust, perception, knowledge and promotion significantly influence public interest with a significance value of 0,000.

Keywords: *The influence of trust, perception, knowledge, promotion, public interest in saving in Islamic banks*

✉ Email korespondensi: andremuzakir@gmail.com

Pedoman Sitasi: Muzakir, Andre, Yunia Ulfa Variana, Any Tsalasatul Fitriah, Suriani (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Lajut Kecamatan Praya Tengah). *Jurnal Perbankan Syariah*.1(1), 9 - 18

DOI:.....

Publisher:

Jurnal Perbankan Syariah
Gedung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. LT, 2
Jl. Gajah Mada Pagesangan No.100, Jempong Baru, Kec. Sekarbela, Kota Mataram, Nusa Tenggara Bar. 83116 - Indonesia

JPS
2

Paper type
Research paper

Received: 27 Mei 2022
Accepted: 2 Juni 2022
Online: Juni 2022



*Jurnal Perbankan
Syariah*, Vol. 1 No. 1
Juni 2022,
pp. 9 - 18
eISSN

PENDAHULUAN

Perbankan merupakan sebuah lembaga keuangan yang sangat berpengaruh terhadap perekonomian Indonesia. Dapat berjalan perekonomian Indonesia sampai saat ini merupakan sebagai akibat dari peran penting yang dilakukan oleh perbankan. Bank menurut undang-undang perbankan syariah adalah No. 21 Tahun 2008 Pasal 1 adalah badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. (Undang-Undang Republik Indonesia No 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah)

Sejak berdirinya bank syariah pertama pada tahun 1992 di Indonesia, industri perbankan syariah baru tampak pertumbuhannya saat keluarnya Undang-Undang perbankan No. 10 Tahun 1998 yang memberikan peluang pada bank konvensional untuk menjalankan bisnis syariah melalui pertumbuhan unit usaha syariah dan cabang syariah. (Amelia, 2017)

Indonesia adalah salah satu negara dengan tingkat pertumbuhan penduduk yang tinggi serta mayoritas penduduknya beragama Islam. Namun hal ini masih belum bisa menjadikan perbankan syariah menjadi lembaga keuangan yang besar karena ketertarikan serta minat masyarakatnya masih sangat rendah. Perbankan syariah seolah-olah sangat sulit bersaing dengan perbankan konvensional, meskipun sebagai besar penduduk Indonesia menganut agama Islam.

Pada awalnya keberadaan lembaga keuangan perbankan syariah di Indonesia memiliki tujuan untuk menampung masyarakat Indonesia yang mayoritas penduduknya menganut agama Islam. Dengan berdirinya perbankan syariah semoga tidak ada keraguan dalam kegiatan bertransaksi bagi masyarakat Indonesia yang beragama Islam, sehingga masyarakat Indonesia terhindar dari perbuatan yang haram seperti riba. Namun kenyataannya masyarakat Indonesia yang memeluk agama Islam, hanya sebagian diantara mereka yang melakukan kegiatan transaksi secara Islami, salah satunya dalam hal perbankan. Sehingga pada saat ini, perbankan syariah di Indonesia masih belum bisa bersaing dengan perbankan konvensional dan menunjukan eksistensinya, karena kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah.

Seperti fenomena yang terjadi, para tokoh pemuka agama di negara ini pun melakukan transaksi di bank konvensional. Hal ini terjadi karena pengetahuan tentang kegiatan yang dilakukan perbankan syariah, dan sistem kerja di perbankan syariah masih dianggap tidak jauh berbeda dengan dengan sistem yang ada di bank konvensional. Hal ini menunjukan bahwa kesadaran masyarakat Indonesia lebih khususnya yang beragama Islam untuk melakukan kegiatan transaksi di bank syariah masih sangat rendah.

Untuk daerah Kabupaten Lombok Tengah sendiri, pertumbuhan perbankan syariah hingga tahun 2021 ini bisa dibilang sudah meningkat dibuktikan dengan sudah banyak kantor cabang-cabang di setiap kecamatan yang mulai beroperasi dan menjalankan kegiatan transaksi sesuai dengan syariah Islam. Dimana perbankan syariah menjalankan sistem operasionalnya dengan tidak menggunakan sistem bunga (*riba*), ketidakjelasan atau ketidakpastian (*gharar*) dan spekulasi (*maisir*). Perbankan syariah tidak menerapkan sistem bunga dalam kegiatan operasionalnya, bukan berarti perbankan syariah tidak memberikan beban pada mereka yang menggunakan jasanya.

Fenomena yang terjadi saat ini adalah minat masyarakat yang mayoritas beragama Islam menabung di bank syariah lebih sedikit dari pada bank konvensional, dibuktikan dengan hasil wawancara yang peneliti lakukan pada masyarakat Desa Lajut Kecamatan Praya Tengah yang keseluruhannya beragama Islam yang memilih bank konvensional dibandingkan dengan bank

syariah. Dapat disimpulkan bahwa keinginan atau minat masyarakat di Desa Lajut menabung di bank syariah bisa dikatakan masih sangat kurang jika dibandingkan dengan jumlah penduduknya yang beragama Islam, tetapi mengapa masih banyak masyarakat yang lebih untuk menabung di bank konvensional.

KAJIAN PUSTAKA

Bank Syariah

Dengan makna terbatas, bank syariah adalah perusahaan yang menjalankan operasi perbankan sesuai dengan ajaran Islam. Ajaran Islam itu meliputi aspek akidah (aspek keyakinan), syariah makna sempit (aspek legal-formal), dan akhlak (moral atau pekerti). Dengan makna universal, bank syariah adalah perusahaan yang menjalankan operasi perbankan dengan berusaha menerapkan semua aturan dan hukum-hukum Allah Swt, baik yang *qauliyyah* (keseluruhan ajaran Islam) maupun yang *kauniyyah*, baik yang alam maupun yang social. Hukum Tuhan yang *kauniyyah* yang telah ditemukan oleh manusia (umumnya melalui penelitian) kita sebut ilmu pengetahuan. (Fauzi, 2017).

Ada beberapa Produk bank yaitu: 1. penghimpunan dana bisa berbentuk investasi maupun tabungan (simpanan). Penghimpunan dana dalam wujud investasi memiliki bentuk seperti deposito, berdasarkan hukum-hukum yang tidak berlawanan dengan syariat Islam. Sedangkan dalam bentuk simpanan berbentuk giro dan tabungan yang sama-sama memakai akad yang tidak berlawanan dengan prinsip syariah, yaitu menggunakan prinsip *Wadi'ah* dan *Mudharabah*. (Ascarya, 2017), 2. penyaluran Dana Penyaluran dana oleh bank syariah kepada konsumen dalam produk pembiayaan terbagi menjadi tiga kategori, yaitu : (a). Pembiayaan menggunakan prinsip bagi hasil, (b). Pembiayaan menggunakan prinsip sewa, (c). Pembiayaan menggunakan prinsip jual beli. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil ditujukan untuk kerja sama usaha, sementara pembiayaan menggunakan prinsip sewa ditujukan untuk mendapatkan jasa dan pembiayaan untuk jual beli ditujukan untuk kepemilikan barang.

Minat

Minat memiliki arti kegairahan atau kecenderungan yang besar atau kemauan yang tinggi terhadap sesuatu. Minat di dalam KBBI diartikan sebagai "sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan". (M. Moeliono, 1999). Minat adalah keinginan yang timbul dari dalam diri sendiri untuk mencapai keinginan tertentu tanpa ada paksaan dari orang lain. Minat merupakan perasaan senang dan ketertarikan pada aktivitas dan objek tanpa ada yang mengendalikan. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian. (Assauri, 2011)

Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah

a. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan suatu gambaran deskriptif yang diyakini oleh seseorang tentang sesuatu. Kepercayaan ini bisa jadi berlandaskan pada pengetahuan, pendapat, perasaan dan kepercayaan. Konsep kepercayaan ini membentuk citra terhadap merek dan produk dan orang akan berbuat sesuai kepercayaan. (Khotler & Kevin Lane Keller, 2007)

b. Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses dalam mengorganisasikan, memilih, mengartikan informasi dari orang lain guna membuat sebuah bayangan yang berarti tentang kehidupan. Persepsi yaitu cara orang melihat orang lain, lembaga, dan sebagainya. Pengertian secara sederhana dapat disimpulkan bahwa persepsi orang tidak bisa sama dengan persepsi kita. (Prasetyo & Jhon J.O.I Ihalauw, 2005)

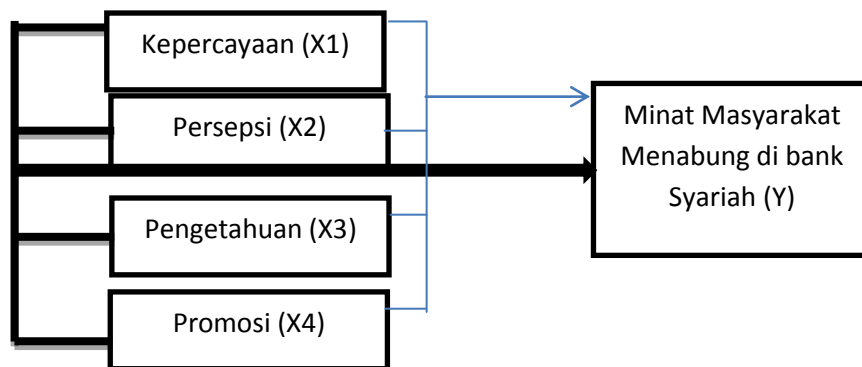
c. Pengetahuan

Pengetahuan masyarakat ialah segala jenis info yang masyarakat miliki tentang bergaaai jenis produk dan jasa yang dimiliki bank syariah dan informasi lainnya yang berkaitan terhadap perbankan syariah. Sosialisasi menjadi begitu berguna untuk memberikan informasi pada masyarakat mengenai keunggulan perbankan syariah.

d. Promosi

Promosi adalah suatu komponen yang digunakan untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, oleh karena itu pasar dapat mengetahui info produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Tujuan yang diinginkan dari adanya promosi yaitu konsumen dapat mengetahui informasi produk tersebut sehingga pada akhirnya nanti berminat untuk membeli atau menggunakan produk tersebut.

Fungsi utama dari strategi promosi pemasaran yaitu untuk meyakinkan konsumen bahwa produk barang dan jasa yang ditawarkan tersebut memiliki kelebihan yang berbeda dibandingkan dengan produk pesaing. Keunggulan deferensiasi adalah suatu kumpulan dari fitur yang unik dari suatu perusahaan dan produk yang diterima oleh target pasar sebagai sesuatu yang penting dan unggul dibandingkan pesaing. (Amelia, 2017)



Gambar 1 Model Penelitian

Keterangan

Secara Parsial :

Secara Simultan :

Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban yang bersifat sementara sampai semua data-data terkumpul untuk membuktikan suatu masalah yang ada. Oleh karena itu penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

Ha: Didugaterdapat pengaruh secara parsial dari faktor kepercayaan, persepsi, pengetahuan dan promosi yang dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung di bank syariah.

Ho: Diduga terdapat pengaruh secara simultan dari faktor kepercayaan, persepsi, pengetahuan dan promosi yang dapat mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Teknik pengumpulan data penilian ini adalah kuesioner (angket) untuk mengetahui faktor kepercayaan (X1), persepsi (X2), pengetahuan(X3), dan promosi(X4) berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah(Y).

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *simple random sampling*. Rumus untuk menentukan Jumlah sampel adalah rumus Slovin pada penelitian ini hasilkan sampel dari rumus tersebut 100 orang. Alat analisis yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Analisis regresi linear berganda (*multi linear regression*) dengan uji asumsi klasik, uji Validitas dan uji reliabilitas. Instrumen penelitian yang digunakan Penelitian ini menggunakan skala likert, skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Dalam penelitian, fenomena social ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut variabel penelitian.

Tabel 1
Pengukuran Skala Likert

Alternative Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju(S)	4
Ragu-Ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, 2012

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tujuan dilakukannya *uji validitas* adalah untuk mengkolerasikan skor tiap item dengan skor total dari masing-masing indikator. Digunakannya uji validitas adalah untuk melihat ketepatan dan kecermatan dari sebuah instrumen penelitian dalam mengukur item pernyataan yang telah dibuat.

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Indicator	R-hitung	R-tabel	Ket
Kepercayaan (X1)	X1.1	0,704	0,195	Valid
	X1.2	0,768	0,195	Valid
	X1.3	0,773	0,195	Valid
Persepsi (X2)	X2.1	0,768	0,195	Valid
	X2.2	0,670	0,195	Valid
	X2.3	0,788	0,195	Valid
	X2.4	0,709	0,195	Valid
Pengetahuan (X3)	X3.1	0,696	0,195	Valid
	X3.2	0,713	0,195	Valid
	X3.3	0,824	0,195	Valid
Promosi (X4)	X4.1	0,712	0,195	Valid
	X4.2	0,722	0,195	Valid
	X4.3	0,652	0,195	Valid
	X4.4	0,640	0,195	Valid

Sumber: Hasil Olah SPSS Versi 26

Berdasarkan hasil uji validitas, maka telah didapatkan nilai r -hitung dari tiga dua puluh lima butir pernyataan berada antara 0,590 – 0,802 dimana r -hitung $>$ r -tabel, untuk jumlah sampel (n) = 98 dengan taraf α = 5% didapatkan r -tabel = 0,195. Dengan pernyataan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa semua pernyataan yang terdapat pada kuesioner adalah valid

Uji Reabilitas

Dalam penelitian ini, instrument dikatakan reliabel apabila dipergunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama sehingga menghasilkan data yang sama pula. Untuk melakukan uji reabilitas terhadap instrument penelitian yaitu dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbachalpha* $>$ 0,60. (Nugroho, 2019)

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
X1	0,603	Reliabel
X2	0,713	Reliabel
X3	0,604	Reliabel
X4	0,616	Reliabel
Y	0,606	Reliabel

Sumber: Hasil olah data SPSS versi.26

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji normalitas adalah untuk menguji apakah model regresi variabel independen dan variabel dependen keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Uji Kolmogorov-smirnov test dilakukan dengan tujuan mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak, dengan dasar pengambilan keputusan tingkat signifikansi $>$ 0,5. Berdasarkan hasil uji SPSS dihasilkan 0,065 menunjukkan bahwa tingkat nilai signifikansi yaitu $0,065 > 0,05$, artinya bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dikerjakan dengan cara melihat nilai VIF (*variance inflation factors*) $<$ 10 maka tidak terjadi multikolinearitas dan jika nilai tolerance $>$ 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Berdasarkan uji Multikolinearitas untuk variabel Kepercayaan (X1), Persepsi (X2), Pengetahuan (X3) dan Promosi (X4) dapat disimpulkan bahwa nilai dari tolerance menunjukkan angka $>$ 10, ini menunjukkan bahwa tidak terjadi kolerasi antara variabel independen. Selanjutnya nilai dari VIF menunjukkan bahwa nilai VIF $<$ 10, dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam kolerasi ini tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independen.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda pada penelitian ini bertujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai adanya pengaruh variabel kepercayaan (X1), persepsi (X2), pengetahuan (X3) dan promosi (X4) secara parsial maupun secara simultan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah (Y).

Tabel 4
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.255	2.393		-.942	.349
X1	.331	.148	.191	2.234	.028
X2	.280	.088	.283	3.198	.002
X3	.144	.156	.081	.927	.356
X4	.466	.117	.368	3.971	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil olah data SPSS versi. 26

PEMBAHASAN

Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Masyarakat Benabung di Bank Syariah

Berdasarkan tabel di atas nilai t-hitung dari variabel kepercayaan (X1) = 2,234 dengan tingkat signifikansi untuk variabel kepercayaan sebesar $0,028 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa H_a diterima H_o ditolak. Artinya variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan hipotesisnya yang menyatakan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada masyarakat Desa Lajut melalui konstruksi pada kuisioner, menunjukan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat Desa Lajut terhadap bank syariah masih belum terlalu tinggi. Karena kurangnya pendekatan, informasi, dan sosialisasi yang dilakukan oleh bank syariah mengakibatkan masyarakat Desa Lajut belum mengetahui secara jelas tentang bank syariah dan pada akhirnya belum bisa mempercayai jasa yang ditawarkan dari bank syariah dan lebih memilih jasa bank konvensional dalam melakukan kegiatan transaksi keuangan (Responden, 2021). Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian dari Reno Wahyudi (2015) yang mengemukakan bahwa salah faktor kurangnya minat masyarakat menabung pada bank syariah adalah kepercayaan yang disebabkan kurangnya informasi mengenai produk-produk dan akad-akad yang ditawarkan.

Pengaruh Persepsi terhadap Minat Masyarakat Benabung di Bank Syariah

Variabel persepsi nilai t-hitung = 3,196 dengan tingkat signifikansi untuk variabel persepsi sebesar $0,02 < 0,05$. Hal ini berarti H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya variabel persepsi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. Persepsi atau pandangan masyarakat menjadi salah satu hal yang harus diwujudkan oleh perbankan syariah. Sebab sebagian masyarakat menganggap bahwa perbankan syariah masih terbelang sama dengan perbankan konvensional, meski sejatinya kedua lembaga keuangan ini memiliki perbedaan yang jauh baik dalam produk yang ditawarkan maupun sistem pembagian hasilnya. Oleh karena perbankan syariah mestinya memberikan sosialisasi terkait tentang perbankan

syariah baik dalam perbedaan produk maupun yang lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada masyarakat Desa Lajut, hampir sebagian masyarakat memiliki persepsi bawah bank syariah sama saja dengan bank konvensional. Mereka beranggapan bahwa bank syariah dan bank konvensional sama-sama memiliki produk tabungan dan hampir sistem operasionalnya tidak berbeda jauh dengan bank konvensional serta hanya berbeda pada penyebutan atau namanya. (Responden, 2021)

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian dari Akbar Sabani (2012) yang menyatakan bahwa faktor persepsi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap masyarakat muslim menabung pada bank syariah di Kota Palopo. Begitu juga halnya pada penelitian yang menyatakan bahwa faktor persepsi memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Masyarakat Benabung di Bank Syariah

Variabel pengetahuan nilai t-hitung = 0,927 dengan tingkat signifikansi untuk variabel pengetahuan sebesar $0,356 > 0,05$. Hal ini berarti H_a ditolak dan H_o diterima. Artinya variabel pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan pada masyarakat Desa Lajut mengenai pengetahuannya tentang bank syariah, hampir sebagian besar masyarakat Desa Lajut hanya mengetahui nama saja tanpa mengetahui produk yang ditawarkan, konsep maupun sistem operasionalnya. Bahkan ada yang menganggap bank syariah itu sama seperti bank konvensional hanya saja yang membedakan nama dan prinsipnya saja. Hal seperti ini bisa terjadi karena kurangnya pengetahuan yang didapatkan sehingga masyarakat hanya bisa menyimpulkan dengan informasi yang minim atau informasi yang didapatkan. Oleh karena informasi mengenai perbankan syariah sangat diperlukan untuk dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman pada masyarakat lebih khususnya pada masyarakat Desa Lajut sehingga nantinya dapat meningkatkan minat masyarakat menabung di bank syariah (Responden, 2021). Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian dari Gusmail Emmang (2016) yang menyatakan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kurang minat masyarakat menabung di bank syariah.

Pengaruh Promosi terhadap Minat Masyarakat Benabung di Bank Syariah

Variabel promosi nilai t-hitung = 3,971 dengan tingkat signifikansi untuk variabel promosi sebesar $0,00 < 0,05$. Hal ini berarti H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada masyarakat Desa Lajut melalui konstruksi pada kuisioner, menunjukkan bahwa tingkat promosi pada masyarakat Desa Lajut mengenai bank syariah terbilang sangat rendah. Karena kurangnya promosi yang dilakukan oleh bank syariah mengakibatkan masyarakat Desa Lajut belum mengetahui secara jelas tentang bank syariah baik itu produk yang ditawarkan, prinsip maupun sistem operasionalnya. (Responden, 2021)

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah seorang warga di Desa Lajut mengenai promosi yang dilakukan bank syariah. Hampir seluruh masyarakat Desa Lajut yang peneliti wawancarai menjawab masih belum menjumpai bentuk promosi

yang telah ditawarkan oleh bank syariah ke pada masyarakat, baik melalui media cetak maupun media elektronik sekalipun. Bahkan nasabah dari bank syariah itu sendiri baru mengetahui tentang bank syariah setelah menjadi bagian atau nasabah dari bank syariah. Mereka hanya sekedar mengetahui nama dan fungsi utamanya sebagai penyimpan dana masyarakat atau menabung tanpa mengetahui lebih jauh apa itu perbankan syariah, baik produk-produk yang ditawarkan, prinsip-prinsip yang dianut maupun sistem operasionalnya. Hal ini tentu sangat prihatin dimana di era serba digital ini mestinya banyak promosi yang ditawarkan oleh bank syariah melalui media cetak maupun media elektronik, namun sejauh ini promosinya tersebut sangat dijumpai. Hal inilah yang menyebabkan masyarakat khususnya pada masyarakat Desa Lajut kurang mengetahui tentang bank syariah dan pada akhirnya mempengaruhi minat masyarakat menabung pada bank syariah. (Responden, 2021)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya serta hasil analisis data yang diolah dengan menggunakan SPSS versi 26, maka penulis menarik kesimpulan bahwa:

Dari hasil uji parsial (uji-t) variabel kepercayaan, persepsi dan promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. Dengan tingkat signifikansi variabel kepercayaan sebesar $0,028 < 0,05$, tingkat signifikansi variabel persepsi sebesar $0,002 < 0,05$, tingkat signifikansi variabel promosi sebesar $0,000 < 0,05$, Sedangkan variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah, dengan tingkat signifikansi sebesar $0,356 > 0,05$.

Dari hasil dari uji simultan (uji-f) variabel kepercayaan, persepsi, pengetahuan dan promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah, dapat dilihat dari nilai f sebesar 23,243 dengan nilai probabilitas (sig.) sebesar $0,000 < 0,05$.

REFERENSI

- Amelia, R. (2017). "Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim di Bara Mengambil pembiayaan pada Bank Syariah di kota Palopo". *Skripsi FEBI IAIN Palopo*.
- Ascarya. (2017). Akad dan Produk Bank Syariah. Jakarta: Rajawali Pers.
- Assauri, S. (2011). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fauzi, Y. (2017). memaknai kerja di Bank Syariah. Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Gusmail Emmang, "Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar)" Skripsi. FEBI UIN Alauddin Makassar, Makassar, 2016.
- Khotler, P., & Kevin Lane Keller. (2007). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Gramedia.
- M. Moeliono, A. (1999). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.
- Nugroho, B. A. (2019). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*.
- Prasetyo, R., & Jhon J.O.I Ihalauw. (2005). Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi Offset.
- Responden. (2021, Oktober Selasa). Penjelasan berdasarkan hasil kuesioner pada Masyarakat desa Lajut.
- Sabani Akbar, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Terhadap Minat Masyarakat Muslim Menabung Di Bank Syariah Di Kota Palopo)" Tesis. Pasca Sarjana Alauddin Makassar, Makassar, 2012.

Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, (2012). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Alfabeta

(Undang-Undang Republik Indonesia No 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah)

wahyudi Reno, *"Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Kurangnya Minat Nasabah Untuk Membeli Produk Deposito Mudharabah BRI Syariah KCP Panorama Bengkulu"* Skripsi. IAIN Bengkulu,2015.