

HUBUNGAN PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS, DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP MINAT MENABUNG MENGGUNAKAN BANK SYARIAH

Isma Aulia Khairunnisa

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
Email: ismakhairunnisa16081194015@mhs.unesa.ac.id

Hendry Cahyono

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
Email: hendrycahyono@unesa.ac.id

Abstrak

Bank Syariah masih memiliki kendala, salah satunya adalah masih rendahnya wawasan masyarakat khususnya pedagang mengenai bank syariah, dengan dibuktikannya pedagang yang masih melakukan transaksi melalui bank konvensional bahkan perorangan (bank harian). Oleh sebab itu, dilakukan penelitian ini guna mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara pengetahuan, religiusitas, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung menggunakan bank syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Jumlah sampel sebanyak 70 responden dengan metode pengumpulan data memakai kuesioner serta wawancara. Purposive sampling merupakan teknik untuk pengambilan sampel. Analisis data memakai uji analisis korelasi berganda, uji T, uji F, dan uji koefisien determinasi (R^2). Penelitian ini memperoleh hasil yakni terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel pengetahuan dan lingkungan sosial terhadap minat menabung menggunakan bank syariah dengan nilai t_{hitung} masing-masing sebesar 2,014 dan 2,913. Sedangkan variabel religiusitas tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap minat menabung menggunakan bank syariah dengan t_{hitung} sebesar 0,655. Uji koefisien determinasi (R^2) memperoleh hasil sebesar 23%, artinya variabel pengetahuan, religiusitas, dan lingkungan sosial hanya memiliki peran sebesar 23% terhadap minat menabung menggunakan bank syariah dan sisanya dikontrol oleh variabel lain yang tidak diuji pada penelitian ini.

Kata Kunci : Pengetahuan, Religiusitas, Lingkungan Sosial, Minat Menabung

Abstract

Islamic banks still have obstacles, one of which is the low level of public awareness, especially traders regarding Islamic banks, with the proven traders who still conduct transactions through conventional banks and even individuals (daily banks). Therefore, this study was conducted to determine whether or not there is a relationship between knowledge, religiosity, and social environment on the interest to save using Islamic banks. The method of this research is quantitative with an associative approach. The number of sample as 70 respondents with data collection methods using questionnaires and interview. Purposive sampling is a technique for sampling. The data analysis uses multiple correlation test, T test, F test, and coefficient of determination test (R^2). The results of this research are that there is a positive and significant relationship between

How to cite: Khairunnisa, I. A. & Cahyono, Hendry (2020). Hubungan Pengetahuan, Religiusitas, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 3(3), 1-14.

variables of knowledge and social environment on saving money interest using Islamic banks with t_{count} values of 2.014 and 2.913. While the religiosity variable does not have a significant relationship to the interest in saving money using an Islamic bank with a t_{count} of 0.655. The coefficient of determination test (R^2) gets a result of 23%, it means that the variables of knowledge, religiosity, and social environment only have a role of 23% of interest in saving using Islamic banks and the rest is controlled by other variables that is not tested in this study.

Keywords: Knowledge, Religiosity, Social Environment, Interest in Saving

1. PENDAHULUAN

Indonesia memiliki jumlah penduduk sebanyak 269,6 juta jiwa dan mayoritas beragama muslim yakni sebanyak 209,1 juta jiwa. Penduduk muslim terbanyak di dunia dipegang oleh Indonesia (Kusnandar, 2019). Sehubungan dengan hal itu, maka secara tidak langsung perbankan syariah di Indonesia mempunyai kemampuan agar mampu memajukan industri keuangan islam. Hal ini dibuktikan dengan adanya perkembangan dari Bank Umum Syariah yang cenderung meningkat.

Tabel 1. Perkembangan Bank Umum Syariah (Dalam Triliun Rupiah)

Indikator	September 2017	Desember 2018	Juni 2019
Jumlah Institusi	14	14	14
Jumlah Kantor	1.850	1.875	1.894
Aset	275,95	316,69	322,95
PYD	232,35	202,30	212,56
DPK	186,15	257,61	266,57

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan dan Diolah Penulis

Perkembangan Bank Umum Syariah yang tertulis di atas merupakan gambaran nyata bahwasanya industri keuangan Islam khususnya Bank Umum Syariah mampu berkembang dengan baik dari tahun ke tahun. Namun, dibalik perkembangan dari perbankan syariah khususnya Bank Umum Syariah masih memiliki kendala yaitu masih rendahnya wawasan masyarakat akan bank syariah. Hal ini dikarenakan bank syariah dan bank umum tengah dianggap sama dan tak memiliki perbedaan. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara ke beberapa pedagang, mereka mengatakan bank syariah dan bank umum sama-sama mengenakan bunga untuk mengambil keuntungan. Namun, suku bunga pada bank syariah jatuhnya lebih sedikit ketimbang bank umum (Otoritas Jasa Keuangan, 2015). Sedangkan menurut (Antonio, 2001) penerapan prinsip Islam lah yang membuat berbeda antara kedua jenis bank tersebut.

Meskipun bank syariah berkembang dari tahun ke tahun, akan tetapi minat masyarakat untuk melakukan transaksi baik menabung ataupun melakukan pinjaman di bank syariah masih rendah. Hal ini dibuktikan dengan minimnya masyarakat yang mempunyai rekening pada bank syariah yaitu dengan jumlah 17 juta orang saja. Hal itu disebabkan oleh angka literasi masyarakat mengenai bank syariah masih rendah (Linangkung, 2017). Selain itu, masyarakat lebih tertarik untuk menabung ataupun melakukan pinjaman di bank konvensional bahkan juga

melalui perorangan (bank harian) dibandingkan menabung di bank syariah (Adila, 2015). Hal ini terjadi di Pasar Baba'an Baru Surabaya yang berada di Jalan Kebalen Timur No.87A Surabaya dan dikelola oleh Perusahaan Daerah Pasar Surya. Pedagang di Pasar Baba'an Baru Surabaya mayoritas beragama Islam dan tentunya sudah menyadari apa saja yang tidak diperbolehkan oleh agama Islam, seperti larangan riba. Larangan riba tertuang pada QS. Al-Baqarah 275 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَجَلَ اللَّهُ النَّبِيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambil diambalnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.” (QS. Al-Baqarah 275)

Namun, agama Islam tidak melarang segala bentuk kegiatan muamalah seperti yang dijelaskan dalam Kaidah Fiqh yang berbunyi:

الأصل في المعاملة الإباحة حتى يدلَّ الدليل على تحريمها

Artinya: “Pada dasarnya, segala bentuk muamalah boleh dilakukan, kecuali ada dalil yang mengharamkannya”.

Kegiatan muamalah seperti jual beli, sewa menyewa, dan pinjam meminjam diperbolehkan oleh agama Islam. Namun, agama Islam melarang jika ada dalil yang mengharamkan sebagaimana di QS. Al-Baqarah 275 mengenai larangan riba. Menurut (Antonio, 2001) yang mengatakan bahwa agama manapun terutama agama Islam melarang adanya pengambilan tambahan pada saat melakukan transaksi. Pengambilan tambahan pada saat melakukan transaksi disebut riba. Meskipun agama Islam telah melarang riba, namun hal tersebut tidak berlaku saat di lapangan karena transaksi muamalah di masyarakat terutama pada pedagang di Pasar Baba'an baru Surabaya masih tidak sesuai dengan konsep agama Islam atau tidak sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini dikarenakan pedagang di Pasar Baba'an Baru Surabaya masih melakukan transaksi melalui perorangan (bank harian).

Kegiatan transaksi yang mengambil tambahan secara batil tentu dilarang oleh agama Islam, karena dalam transaksi tersebut terdapat unsur riba yaitu adanya suku bunga yang tinggi sebesar 25%/bulan. Sedangkan di sekitar Pasar Baba'an

Baru Surabaya terdapat beberapa bank syariah, yakni Bank Mandiri Syariah, Bank Muamalat, dan Bank Jatim Syariah yang tentunya juga menawarkan beberapa produk yakni pendanaan (tabungan) ataupun pembiayaan (pinjaman) tetapi pedagang masih tetap melakukan transaksi melalui perorangan (bank harian). Salah satu pedagang di Pasar Baba'an Baru Surabaya mengatakan bahwa banyak pedagang yang terpaksa meminjam sejumlah uang melalui perorangan (bank harian) karena kebutuhan mendesak. Pedagang lebih memilih melakukan transaksi melalui perorangan (bank harian) daripada ke bank syariah karena lebih praktis dan tidak ada jaminan yang dijamin. Sedangkan jika meminjam ke bank syariah akan di survei terlebih dahulu dan adanya jaminan yang dijamin, seperti surat toko.

Dari fenomena tersebut, lalu diperoleh beberapa aspek yang mempengaruhi minat pedagang di Pasar Baba'an Baru Surabaya untuk menabung atau melakukan transaksi pada bank syariah, antara lain variabel pengetahuan. Hal ini dibuktikan oleh riset yang dilakukan oleh (Fauzi, 2017) memperoleh hasil bahwa variabel pengetahuan memiliki hubungan terhadap minat masyarakat pesantren untuk memakai produk dari perbankan syariah. Kemudian, variabel religiusitas juga merupakan aspek yang dapat mempengaruhi minat seseorang untuk menyimpan uang di bank syariah. Penelitian dari (Khotimah, 2018) membuktikan bahwa adanya hubungan yang positif dan signifikan pada variabel religiusitas terhadap minat seseorang untuk melangsungkan transaksi yakni menabung di Bank Syariah Mandiri. Selain variabel pengetahuan dan religiusitas, tampak variabel lingkungan sosial juga mempunyai hubungan terhadap minat menabung. Hal ini sinkron dengan penelitian dari (Maghfiroh, 2018) yang menyatakan bahwa ada hubungan yang positif pada variabel lingkungan sosial terhadap minat santri pesantren mahasiswi Darush Shalihah untuk menabung di bank syariah.

Melihat kondisi tersebut maka terdorong untuk menyusun suatu riset yang bertujuan untuk melihat apakah variabel Pengetahuan, Religiusitas, dan Lingkungan Sosial terdapat hubungan terhadap Minat Menabung menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Pedagang di Pasar Baba'an Baru Surabaya).

2. METODE PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah guna mengetahui variabel independent yakni pengetahuan, religiusitas, dan lingkungan sosial terdapat hubungan atau tidak terhadap variabel dependent yakni minat menabung menggunakan bank syariah. Guna mencapai tujuan penelitian maka menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Pedagang di Pasar Baba'an Baru Surabaya merupakan objek dalam penelitian ini. Riset ini menggunakan teknik *purposive sampling* untuk memperoleh responden dengan kriteria: (1) Pedagang yang beragama Islam; (2) Belum memiliki rekening di bank syariah. Dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin guna mengetahui jumlah responden, yakni dengan taraf kesalahan 1% dan memperoleh hasil sebanyak 68 responden dan dibulatkan menjadi 70 responden. Teknik pengambilan data menggunakan kuesioner. Kuesioner yang sudah terisi lalu dikumpulkan untuk di input dalam Ms.Excel dan diolah melalui aplikasi IBM SPSS Statistics 24. Kuesioner yang ditujukan kepada pedagang

Pasar Baba'an Baru Surabaya bersifat tertutup dan pernyataan dalam kuesioner tersebut memakai skala pengukuran yakni *Skala Likert*.

Variabel independent dan variabel dependent merupakan dua variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Variabel independent yang dimaksud adalah pengetahuan, religiusitas, dan lingkungan sosial. Sedangkan untuk variabel dependent yakni minat menabung menggunakan bank syariah. Variabel pengetahuan ialah seseorang yang memiliki suatu wawasan atau informasi terkait produk dan jasa. Hal yang bisa membuat konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian salah satunya adalah pengetahuan konsumen (Sumarwan, 2002). Pengetahuan konsumen dapat di ukur dengan 4 indikator, antara lain: tahu (know), memahami, aplikasi, dan analisis (Notoatmodjo, 2003).

Di setiap lubuk hati manusia pasti mempunyai perasaan akan kehadiran Allah. Bahagiannya seseorang di dunia maupun di akhirat bisa dicapai dengan cara menjalankan apa yang telah di perintahkan oleh Allah dan menjauhi larangan-Nya yakni disebut dengan religiusitas. Terdapat 5 dimensi yang ada pada variabel religiusitas, yaitu: ideologi, ritualistik, pengalaman keagamaan, intelektual, konsekuensi perilaku (Glock dan Stark) dalam (Ancok & Suroso, 1994). Selain variabel pengetahuan, variabel lingkungan sosial juga termasuk dalam variabel independent dengan pengertian yakni seseorang yang melakukan interaksi sosial terhadap dua orang atau lebih dengan cara berdiskusi atau saling bertukar informasi tentang suatu hal disebut dengan lingkungan sosial (Peter & Olson, 2014). Untuk dapat mengukur variabel ini maka menggunakan beberapa aspek yaitu keluarga, teman sebaya, dan masyarakat (Handayani et al., 2015).

Variabel dependent disini adalah minat menabung dengan definisi yakni setiap individu pasti ada hasrat untuk memiliki suatu produk yang ia inginkan, dengan berlandaskan pengetahuan mengenai produk tersebut (Kotler & Keller, 2003). Aspek perhatian (*attention*), ketertarikan (*interest*), keinginan (*desire*), tindakan (*action*) merupakan pengukuran dari variabel minat menabung (Prisgunanto, 2017).

Agar dapat mengetahui hasil yang diinginkan maka data perlu diolah melalui beberapa cara analisis data, antara lain analisis korelasi berganda, uji parsial (ujiT), uji simultan (ujiF) dan uji koefisien determinasi (R^2). Pada hasil analisis uji korelasi berganda memiliki interpretasi atau penafsiran dari nilai r_{hitung} yakni seperti pada tabel 3. berikut ini:

Tabel 3. Interpretasi atau Penafsiran nilai r_{hitung}

No	Nilai Korelasi (r)	Tingkat Hubungan
1.	0,00 – 0,199	Sangat lemah
2.	0,20 – 0,399	Lemah
3.	0,40 – 0,599	Sedang
4.	0,60 – 0,799	Kuat
5.	0,80 – 0,100	Sangat Kuat

Sumber: (Siregar, 2013) dan Diolah Penulis

Selain menggunakan analisis data yang telah disebutkan di atas, terdapat uji instrumen penelitian yakni uji validitas dan uji reliabilitas. Kedua uji instrumen

tersebut memegang tujuan yang berbeda. Berikut hasil dan penjelasan dari uji validitas dan uji reliabilitas:

Uji Validitas

Tujuan dilakukannya uji instrumen penelitian dengan menggunakan uji validitas adalah agar dapat menilai suatu kuesioner tersebut telah di anggap layak digunakan atau tidak dengan melihat nilai signifikansi dan *Pearson Correlation* di setiap item pernyataan pada kuesioner. Hasil uji validitas dalam penelitian ini adalah semua instrumen pernyataan pada kuesioner dinyatakan valid karena mempunyai nilai signifikansi kurang dari 0,05 dan nilai *pearson correlation* atau R hitung > R tabel yakni sebesar 0,235. Dengan hal ini maka dapat disimpulkan bahwa semua instrumen pernyataan pada variabel pengetahuan, religiusitas, lingkungan sosial, dan minat menabung menggunakan bank syariah di anggap layak untuk dipakai dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Selain menggunakan uji validitas pada uji instrumen penelitian, uji reliabilitas juga digunakan dalam menguji instrumen penelitian dengan tujuan untuk melihat apakah kuesioner tersebut dapat dikatakan reliabel atau tidak. Hal ini bisa di amati melalui hasil uji reliabilitas yang menyatakan bahwa pada instrumen pengetahuan sebesar $r_{11} = 0,658$, instrumen religiusitas sebesar $r_{11} = 0,744$, instrumen lingkungan sosial sebesar $r_{11} = 0,789$, dan instrumen minat menabung sebesar $r_{11} = 0,857$. Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa hasil uji reliabilitas mempunyai nilai *Alpha Cronbach* > 0,60. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwasannya semua instrumen pernyataan pada variabel pengetahuan, religiusitas, lingkungan sosial, dan minat menabung menggunakan bank syariah dikatakan reliabel dan dianggap bisa digunakan dalam penelitian ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Karakteristik Responden

Data responden diperoleh pada saat responden memenuhi kuesioner yang telah dibagikan. Data responden dalam penelitian ini berjumlah 70 responden dengan karakteristik responden, antara lain jenis kelamin, usia, dan jenis jualan. Data responden yang telah terkumpul lalu diolah melalui IBM SPSS Statistic 24 dan mengantongi hasil yakni responden yang ada pada Pasar Baba'an Baru Surabaya di dominasi oleh pedagang yang berjenis kelamin perempuan yaitu berjumlah 45 orang (35,7%) dan sisanya sejumlah 25 orang (64,3%) adalah pedagang yang berjenis kelamin laki-laki. Selain karakteristik jenis kelamin, terdapat karakteristik yang dilihat dari sudut usia, usia >50 tahun merupakan usia yang mendominasi Pasar Baba'an Baru Surabaya dengan jumlah responden sebanyak 22 pedagang (31,4%). Kemudian disusul oleh responden yang berusia 40-49 tahun sejumlah 18 pedagang (25,7%), untuk responden yang berusia 30-39 tahun sebanyak 17 pedagang (24,3%), dan yang terakhir merupakan responden yang berusia 20-29 tahun dengan jumlah sebanyak 13 pedagang (18,6%).

Selain karakteristik jenis kelamin dan usia, dapat diketahui bahwa di dalam penelitian ini terdapat karakteristik jenis jualan, dimana jenis jualan responden terbanyak di Pasar Baba'an Baru Surabaya adalah meracang dengan jumlah 14 responden (20,0%). Berikutnya adalah jenis jualan sayur dan lainnya yaitu

berjumlah 12 responden (17,1%), jenis jualan ikan segar dan daging merupakan urutan ketiga dengan jumlah responden sebanyak 7 responden (10,0%), urutan keempat yaitu buah dengan jumlah responden sebanyak 6 responden (8,6%), urutan kelima yaitu jajan/camilan dengan jumlah responden sebanyak 5 responden (7,1%), urutan keenam yaitu peralatan rumah tangga yang berjumlah 4 responden (5,7%). Dan yang terakhir adalah jenis jualan depot/warung makan, dimana jenis jualan tersebut yang paling sedikit di Pasar Baba'an Baru Surabaya diantara jenis jualan lainnya yakni dengan jumlah responden sebanyak 3 responden (4,3%).

Variabel Pengetahuan

Terdapat 4 indikator pada variabel pengetahuan dengan total pernyataan sejumlah 7 item pernyataan. Responden bebas untuk menjawab pernyataan yang telah di sediakan. Kemudian jawaban responden di olah dan membuahkan hasil yakni sebanyak 276 responden atau 56,3% yang mayoritas menjawab point setuju. Sedangkan untuk responden yang menjawab sangat setuju hanya 130 responden atau 26,5% saja dan tidak banyak responden yang menjawab cukup setuju dan tidak setuju yakni hanya 71 dan 13 responden atau 14,5% dan 2,7% saja. Oleh sebab itu, mampu disimpulkan bahwa beberapa pedagang di Pasar Baba'an Baru Surabaya telah mengetahui bank yang meimplementasikan prinsip syariah atau yang sering disebut bank syariah. Namun, beberapa dari mereka masih belum mengetahui bank syariah secara detail.

Variabel Religiusitas

Pernyataan yang ada pada kuesioner dengan variabel religiusitas ini memiliki 5 indikator dan terdapat 12 pernyataan. Responden bebas untuk memilih jawaban yang sudah di sediakan dan mendapatkan hasil yakni responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 375 responden atau 44,6%. Sedangkan untuk responden yang menjawab setuju juga tidak kalah banyak hanya selisih 57 saja yakni 318 responden atau 37,9% dan untuk responden yang menjawab cukup setuju dan tidak setuju hanya 120 dan 27 atau 14,3% dan 3,2% responden saja. Dengan hal ini maka dapat disimpulkan bahwa tingkat religiusitas pedagang di Pasar Baba'an Baru Surabaya sangatlah tinggi dengan dibuktikannya jawaban responden yang mengarah ke sangat setuju.

Variabel Lingkungan Sosial

Pernyataan yang ada pada variabel lingkungan sosial berjumlah 5 pernyataan dan di ukur menggunakan 3 indikator. Kemudian responden akan menjawab sesuai dengan kondisi yang ada dan membuahkan hasil yakni pedagang di Pasar Baba'an Baru Surabaya mayoritas menjawab cukup setuju dengan jumlah responden sebanyak 129 pedagang atau 36,9%. Beberapa pedagang juga menjawab tidak setuju dengan jumlah responden 99 pedagang atau 28,3% dan bahkan ada pula yang menjawab sangat tidak setuju dengan jumlah responden 5 pedagang. Namun, tidak banyak dari mereka yang menjawab setuju dan sangat setuju yakni hanya 95 dan 22 responden atau setara dengan 27,1% dan 6,3%. Dari hasil perhitungan di atas, maka bisa disimpulkan bahwa informasi yang didapatkan oleh pedagang mengenai bank syariah melalui lingkungan sosial masih minim, dengan dibuktikannya jawaban responden yang mayoritas menjawab cukup setuju dan tidak setuju.

Variabel Minat Menabung

Terdapat 4 indikator dengan 6 pernyataan yang ada pada variabel minat menabung dan responden akan menjawab pernyataan yang ada pada kuesioner. Kemudian jawaban responden diolah melalui SPSS 24 dan memperoleh hasil yang menyatakan bahwa mayoritas pedagang menjawab setuju dengan jumlah responden sebanyak 194 responden atau 46,2%. Namun, responden yang menjawab cukup setuju juga tidak kalah banyak hanya selisih 54 saja yakni 140 responden atau 33,33% dan responden yang menjawab sangat setuju dan tidak setuju hanya 77 dan 9 responden atau 18,33% dan 2,14%. Dengan hal ini maka mendapatkan kesimpulan bahwa beberapa pedagang memiliki keinginan untuk menyimpan uang di bank syariah, akan tetapi beberapa dari mereka juga masih ragu untuk menyimpan uang di bank syariah.

Analisis Korelasi Berganda

Penelitian ini menggunakan beberapa uji salah satunya adalah analisis korelasi berganda. Tujuan dilakukannya analisis korelasi berganda ini adalah guna membaca arah dan kekuatan hubungan antara variabel independent terhadap dependent. Kekuatan hubungan antar variabel memiliki nilai koefisien korelasi yang ada di antara angka -1 dan 1. Artinya, apabila $r = -1$ maka korelasi dikatakan negatif sempurna, yang berarti bahwa adanya hubungan yang bertolak belakang pada variabel X dengan variabel Y. Kemudian apabila $r = 1$ maka korelasi dikatakan positif sempurna, berarti ada hubungan searah antara variabel X dengan variabel Y (Siregar, 2013).

Tabel 4. Analisis Korelasi Berganda

		Pengetahuan	Religiusitas	Lingkungan Sosial	Minat
Pengetahuan	Pearson Correlation	1	,452**	,194	,344**
	Sig. (2-tailed)		0,000	,107	,004
	N	70	70	70	70
Religiusitas	Pearson Correlation	,452**	1	,288*	,286*
	Sig. (2-tailed)	0,000		,016	,017
	N	70	70	70	70
Lingkungan Sosial	Pearson Correlation	,194	,288*	1	,399**
	Sig. (2-tailed)	,107	,016		,001
	N	70	70	70	70
Minat	Pearson Correlation	,344**	,286*	,399**	1
	Sig. (2-tailed)	,004	0,17	,001	
	N	70	70	70	70

Sumber: Output SPSS 24 dan Diolah Penulis

Tabel 4. menampilkan hasil perhitungan dengan menggunakan uji korelasi berganda dan dinyatakan bahwa:

a. Pengetahuan

Analisis korelasi berganda pada variabel pengetahuan (X_1) dengan minat menabung menggunakan bank syariah (Y) diperoleh nilai sebesar 0,344, sehingga nilai *pearson correlation* dikategorikan lemah yakni berada dalam rentang 0,20 – 0,399. Nilai *pearson correlation* menunjukkan bahwa arah hubungan pada variabel ini adalah positif, yang artinya ditemukan hubungan yang searah antara variabel (X_1) dengan (Y). Oleh sebab itu, bisa disimpulkan bahwa pada variabel pengetahuan memiliki tingkat hubungan yang lemah positif terhadap minat menabung pada bank syariah. Jadi jika nilai pengetahuan naik, maka nilai minat menabung tidak naik secara signifikan.

b. Religiusitas

Hasil analisis korelasi berganda pada variabel religiusitas (X_2) dengan minat menabung menggunakan bank syariah (Y) diperoleh nilai sebesar 0,286, sehingga nilai *pearson correlation* dikategorikan lemah yakni berada dalam rentang 0,20 – 0,399. Nilai *pearson correlation* menunjukkan bahwa arah hubungan pada variabel religiusitas dikatakan positif, yang artinya ditemukan hubungan yang searah antara variabel (X_2) dengan (Y). Dengan hal ini maka bisa disimpulkan bahwa adanya tingkat hubungan yang lemah positif antara variabel religiusitas dengan minat menabung menggunakan bank syariah. Jadi jika nilai pada variabel religiusitas naik, maka nilai minat menabung tidak naik secara signifikan.

c. Lingkungan Sosial

Analisis korelasi berganda pada variabel lingkungan sosial (X_3) dengan minat menabung menggunakan bank syariah (Y) diperoleh hasil sebesar 0,399, sehingga nilai *pearson correlation* dikategorikan lemah yakni berada dalam rentang 0,20 – 0,399. Nilai *pearson correlation* menunjukkan bahwa arah hubungan pada variabel lingkungan sosial adalah bernilai positif, yang artinya adalah ditemukan hubungan yang searah antara variabel (X_3) dengan (Y). Oleh sebab itu, bisa disimpulkan bahwa variabel lingkungan sosial mempunyai hubungan yang lemah positif terhadap minat seseorang untuk menabung pada bank syariah. Jadi jika nilai pada variabel lingkungan sosial naik, maka nilai pada variabel minat menabung tidak naik secara signifikan.

Uji T (Uji Parsial)

Untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang signifikan antara variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y) secara parsial maka menggunakan perhitungan yakni uji parsial atau sering disebut dengan uji T. Uji T memiliki kriteria, yaitu apabila hasil t_{hitung} lebih besar ketimbang t_{tabel} maka menandakan bahwa H_0 ditolak. Artinya pada variabel independent (X) memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel dependent (Y). Sebaliknya, jika hasil t_{hitung} lebih kecil ketimbang t_{tabel} maka menandakan H_0 diterima. Artinya pada variabel independet (X) tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen (Y) (Widiyanto, 2013).

Dengan taraf signifikansi 5% dan $dk = 68$ maka memperoleh hasil perhitungan t_{tabel} yakni senilai 1,995. Pada variabel pengetahuan dan religiusitas memiliki nilai t_{hitung} masing-masing sebesar 2,014 dan 2,913, karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga H_0 ditolak, berarti pada variabel pengetahuan (X_1) maupun variabel lingkungan sosial (X_3) memiliki hubungan yang signifikan dengan minat menabung pedagang

menggunakan bank syariah (Y). Sedangkan pada variabel religiusitas memiliki nilai t_{hitung} lebih kecil ketimbang t_{tabel} , yakni dengan hasil t_{hitung} sebesar 0,655. Dengan ini menandakan bahwa H_0 diterima, artinya variabel religiusitas tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap minat menabung menggunakan bank syariah.

Uji F (Uji Simultan)

Untuk melihat ada atau tidaknya hubungan antara variabel independent (X) terhadap variabel dependent (Y) secara simultan maka memakai uji F. Menurut (Siregar, 2013), uji.F memiliki kaidah pengujian yaitu jika F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , maka menandakan H_0 ditolak. Artinya variabel independent (X) memiliki hubungan yang signifikan secara simultan terhadap variabel dependent (Y). Sebaliknya, jika F_{hitung} lebih kecil ketimbang F_{tabel} maka menandakan H_0 diterima. Artinya variabel independent (X) tidak memiliki hubungan yang signifikan secara simultan terhadap variabel dependent (Y).

Hasil riset yang dilakukan dengan menggunakan uji F memperoleh hasil yakni F_{hitung} sebesar 6,852. Pada taraf signifikansi 5% maka dapat dinyatakan bahwa hasil F_{hitung} lebih besar ketimbang F_{tabel} senilai 2,74. Dari hasil perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel Pengetahuan, Religiusitas, Lingkungan Sosial memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap Minat Menabung menggunakan Bank Syariah.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk melihat kontribusi penelitian pada variabel independent dengan variabel dependent secara simultan maka menggunakan uji koefisien determinasi (R^2) (Siagian & Sugiarto, 2006). Koefisien determinasi (R^2) memiliki nilai 0 sampai 1, apabila nilai R^2 hampir mencapai angka 1 maka hubungan antara variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y) semakin kuat. Sebaliknya, apabila nilai R^2 hampir mencapai angka 0 maka hubungan antara variabel independent (X) dengan variabel (Y) semakin lemah (Nawari, 2010). Perhitungan dengan uji koefisien determinasi (R^2) memperoleh hasil senilai $0,238 \times 100 = 23,8\%$, artinya variabel pengetahuan, religiusitas, dan lingkungan sosial secara simultan memiliki hubungan sebesar 23.8% terhadap minat menabung menggunakan bank syariah. Kemudian sisa dari perhitungan tersebut sebesar 76,2%, berarti ada variabel lain yang mempengaruhi, namun tidak diuji pada penelitian ini.

Hubungan Pengetahuan dengan Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah

Hasil perhitungan pada variabel pengetahuan menunjukkan bahwa variabel pengetahuan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap minat menabung menggunakan bank syariah. (Darmawan et al., 2019) melakukan suatu riset tentang pemahaman nasabah terhadap bank syariah dan hasilnya sesuai dengan penelitian ini yaitu pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah di bank Jateng syariah. Penelitian tersebut sesuai dengan pendapat dari (Syahriyal, 2019) yang mengutip dari Notoatmodjo menyebutkan bahwa langkah seseorang akan terbentuk ketika orang tersebut memiliki pengetahuan. Oleh sebab itu, pengetahuan ialah hal yang sangat penting. Langkah seseorang dapat mengarah kemana saja, seperti halnya ketika seseorang

memiliki pengetahuan mengenai suatu produk maka ia akan melakukan suatu tindakan yakni membeli dan memakai produk tersebut. Oleh karena itu, secara tidak langsung pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan membeli, karena apa yang ia beli, berapa banyak produk yang dibeli, dan dimana tempat membeli akan tergantung oleh pengetahuan konsumen mengenai produk-produk tersebut (Sumarwan, 2002).

Jadi, ketika orang mengetahui bank syariah baik secara menyeluruh maupun tidak, maka ia memiliki kemungkinan besar akan melakukan transaksi yaitu menyimpan uang pada bank syariah. Dengan hal ini sinkron sama wawancara yang dilakukan ke pedagang Pasar Baba'an Baru Surabaya. Hasilnya adalah beberapa pedagang telah mengetahui bank syariah, namun mereka masih belum mengetahui bank syariah secara detail, akan tetapi beberapa dari mereka ada minat untuk menyimpan uang pada bank syariah. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengetahuan pedagang Pasar Baba'an Baru Surabaya mengenai bank syariah, maka akan semakin tinggi pula keinginan pedagang untuk menyimpan uang pada bank syariah.

Hubungan Religiusitas dengan Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah

Hasil perhitungan pada variabel religiusitas mengungkapkan bahwa variabel religiusitas tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap minat menabung menggunakan bank syariah. Namun, terdapat penelitian yang bertentangan dengan hasil penelitian ini. Penelitian tersebut dilakukan oleh (Usman, 2015) yang mengungkapkan bahwa norma agama berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan bank syariah. Akan tetapi, terdapat penelitian yang sejalan dengan penelitian ini yakni penelitian dari (Maghfiroh, 2018). Penelitian tersebut menyatakan bahwa minat menabung santri di bank syariah tidak dipengaruhi oleh variabel religiusitas. Oleh sebab itu, religiusitas bukanlah salah satu aspek yang dapat menyebabkan seseorang untuk melakukan transaksi yakni menabung menggunakan bank syariah.

Ini berkaitan dengan pedagang di Pasar Baba'an Baru Surabaya yang mayoritas beragama Islam dan rata-rata berusia > 50 Tahun yang tentunya memiliki tingkat religiusitas yang tinggi. Meskipun mempunyai tingkat religiusitas yang tinggi, tetapi masih ada beberapa pedagang yang kurang paham mengenai hal-hal yang dilarang dalam agama Islam, seperti larangan riba. Pedagang masih tabuh atau masih kurang paham mengenai larangan riba. Sistem kerja dari bank syariah masih dianggap sama dengan bank umum atau masih kurang sesuai dengan prinsip syariah oleh beberapa pedagang di Pasar Baba'an Baru Surabaya. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka tidak menjamin bahwa seseorang akan melangsungkan transaksi yakni menyimpan uang pada bank syariah.

Hubungan Lingkungan Sosial dengan Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah

Berlandaskan dari perhitungan pada variabel lingkungan sosial maka diperoleh hasil yakni variabel lingkungan sosial memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap minat menabung menggunakan bank syariah. Dapat diketahui bahwasanya lingkungan sosial merupakan akses sumber informasi,

artinya seseorang akan melakukan interaksi sosial terhadap dua orang atau lebih dengan cara berdiskusi tentang suatu hal (Peter & Olson, 2014). Dengan cara berinteraksi dan melakukan diskusi maka secara tidak langsung seseorang akan mendapatkan suatu informasi. Selain itu, manusia merupakan makhluk sosial, dimana manusia tidak dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan tanpa adanya interaksi antara satu dengan yang lain. Hal ini berkenaan dengan pedagang di Pasar Baba'an Baru Surabaya, dimana pedagang saling berinteraksi dengan orang yang ada di sekitarnya yaitu teman, keluarga, dan masyarakat untuk sekedar bertukar pendapat maupun memberikan informasi seputar dagangan mereka. Namun, tidak hanya membicarakan tentang dagangan saja, pedagang juga bertukar pendapat diluar dari topik tersebut, seperti memberikan informasi tentang bank syariah.

Pada saat melakukan wawancara, beberapa pedagang mengatakan bahwa mereka mengetahui bank syariah dari keluarga, teman, masyarakat bahkan mereka mengetahui dengan sendirinya. Keinginan untuk menabung menggunakan bank syariah ada pada pribadi masing-masing pedagang. Keinginan untuk menabung menggunakan bank syariah digunakan untuk ibadah umroh dan haji. Oleh sebab itu, dipengaruhinya minat pedagang untuk menabung menggunakan bank syariah adalah lingkungan sosial. Hasil penelitian pada variabel lingkungan sosial, hasilnya sama dengan penelitian yang dilakukan oleh (Maghfiroh, 2018) yang menunjukkan bahwa variabel lingkungan sosial memiliki pengaruh terhadap minat menabung santri di bank syariah, dengan dibuktikannya nilai signifikansi sebesar 0,001. Penelitian yang dilakukan oleh (Khoirunissa, 2009) juga menyatakan bahwa keputusan konsumen untuk menabung di perbankan syariah dipengaruhi oleh faktor ekonomi, religiusitas, dan faktor eksternal atau lingkungan sosial. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi informasi yang diperoleh dari lingkungan sosial mengenai bank syariah maka semakin tinggi pula keinginan pedagang untuk menyimpan uang di bank syariah.

4. KESIMPULAN

Berlandaskan penelitian yang dilaksanakan di Pasar Baba'an Baru Surabaya terkait pengetahuan, religiusitas, dan lingkungan sosial terhadap minat pedagang untuk menabung menggunakan bank syariah, maka kesimpulan yang dapat disampaikan adalah ada hubungan yang positif dan signifikan antara variabel pengetahuan dan lingkungan sosial dengan minat pedagang untuk menabung menggunakan bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil t_{hitung} yang lebih besar ketimbang t_{tabel} yakni dengan masing-masing nilai 2,014 dan 2,913. Sedangkan untuk variabel religiusitas hasilnya adalah tidak terdapat hubungan yang signifikan dengan minat pedagang untuk menabung menggunakan bank syariah, dilihat pada hasil perhitungan t_{hitung} yang lebih kecil ketimbang t_{tabel} yaitu $0,655 < 1,995$. Selanjutnya, secara simultan dinyatakan adanya hubungan positif dan signifikan antara variabel pengetahuan, religiusitas, lingkungan sosial dengan minat pedagang untuk menabung menggunakan bank syariah, dilihat pada hasil perhitungan F_{hitung} yang lebih besar ketimbang F_{tabel} yaitu $6,852 > 2,74$.

Dari hasil dan pembahasan, maka penulis mencoba memberikan saran yang diajukan untuk peneliti selanjutnya dan Instansi Keuangan Syariah, yaitu: (1)

Kepada peneliti berikutnya, dapat dilihat bahwa hasil koefisien determinasi (R^2) adalah 23,8% dan sisanya 76,2% ada variabel lain yang mempengaruhi. Oleh sebab itu, banyak variabel lain diluar dari penelitian ini yang dapat mempengaruhi minat menabung menggunakan bank syariah, berkaitan dengan hal itu maka peneliti berikutnya seharusnya mengimbuhkan variabel agar memperoleh hasil yang lebih luas terkait faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat menabung; (2) Kepada pihak Lembaga Keuangan Islam, semestinya membuat kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan suatu wawasan akan suatu produk maupun akad dari perbankan syariah melalui sosialisasi. Sosialisasi dapat dilakukan dengan beberapa cara, seperti mengadakan event tentang lembaga keuangan syariah yang dapat di jangkau oleh semua kalangan khususnya pedagang dan memberikan layanan terbaik serta memaksimalkan kinerja karyawan untuk dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah.

5. REFERENSI

- Adila, R. (2015). *Bank Konvensional Lebih Dilirik Ketimbang Syariah*. Tersedia di <https://economy.okezone.com/read/2015/03/23/457/1122745/bank-konvensional-lebih-dilirik-ketimbang-syariah>. Diakses tanggal 2 Juni 2020.
- Ancok, D., & Suroso, F. N. (1994). *Psikologi Islam: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologi*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Gema Insani. Jakarta.
- Darmawan, A., Indahsari, N. D., Rejeki, S., Aris, M. R., & Yasin, R. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Jateng Syariah. *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 18(1), 43–52.
- Fauzi, A. (2017). Variabel Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Pesantren Menggunakan Produk Perbankan Syariah Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Economics and Business Aseanomics*, 2(1), 1–25.
- Handayani, A. Y., Purnaningsih, N., & Sarma, M. (2015). *Perceptions of youths to Karang Taruna 's Roles in Solving Social Problems*. 11(1), 1–10.
- Khoirunissa, D. (2009). Consumers' Preference toward Islamic Banking (Case Study in Bank Muamalat Indonesia and Bank BNI Syariah). *Iqtisad*, 4(2), 145–163.
- Khotimah, N. (2018). pengaruh religiusitas, kepercayaan, citra perusahaan dan sistem bagi hasil terhadap minat nasabah menabung dan loyalitas di bank syariah mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik). *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 05(01), 37–48.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kusnandar, V. B. (2019). *Indonesia Negara dengan Penduduk Muslim Terbesar Dunia: 10 Negara dengan Penduduk Muslim Terbesar Dunia (2010)*. Tersedia di <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/25/indonesia-negara-dengan-penduduk-muslim-terbesar-dunia>. Diakses tanggal 2 Oktober 2019.
- Linangkung, E. (2017). *Penetrasi Perbankan Syariah Masih Sangat Rendah*. Tersedia di <https://ekbis.sindonews.com/berita/1172399/178/penetrasi-perbankan-syariah-masih-sangat-rendah>. Diakses tanggal 4 Desember 2019.

- Maghfiroh, S. (2018). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 7(3), 213–222.
- Nawari. (2010). *Analisis Regresi dengan MS Excel 2007 dan SPSS 17*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Notoatmodjo, S. (2003). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2015). *Roadmap Perbankan Syariah Indonesia 2015-2019*. Tersedia di <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Roadmap-Perbankan-Syariah-Indonesia-2015-2019.aspx>. Diakses tanggal 3 Oktober 2019.
- _____. (2017). *Snapshot Perbankan Syariah Indonesia Posisi 30 September 2017*. Tersedia di <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Snapshot-Perbankan-Syariah-Indonesia-Posisi-30-September-2017.aspx>. Diakses tanggal 4 Oktober 2019.
- _____. (2018). *Snapshot Perbankan Syariah Indonesia Desember 2018*. Tersedia di <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Snapshot-Perbankan-Syariah-Indonesia-Desember-2018.aspx>. Diakses tanggal 4 Oktober 2019.
- _____. (2019). *Snapshot Perbankan Syariah Indonesia Juni 2019*. Tersedia di <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Snapshot-Perbankan-Syariah-Indonesia-Juni-2019.aspx>. Diakses tanggal 4 Oktober 2019.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* (9th ed.). Salemba Empat. Jakarta.
- Prisgunanto, I. (2017). *Aplikasi Teori dalam Sistem Komunikasi di Indonesia* (1st ed.). Kencana. Jakarta.
- Siagian, D., & Sugiarto. (2006). *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (1st ed.). Kencana. Jakarta.
- Sumarwan, U. (2002). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Syahriyal, S. (2019). Pengaruh Persepsi Nilai Dan Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah Di Banda Aceh. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 4(1), 139–156.
- Usman, H. (2015). the Role of Religious Norms on Selecting the Islamic Bank. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 7(1), 31–44.
- Widiyanto, M. A. (2013). *Statistika Terapan: Konsep & Aplikasi SPSS/LISREL dalam Penelitian Bidang Pendidikan, Psikologi & Ilmu Sosial Lainnya* (1st ed.). PT Elex Media Komputindo. Jakarta.