

# **PENGARUH PEMBELAJARAN INSERT EKONOMI SYARIAH, PENGETAHUAN PRODUK, LINGKUNGAN SOSIAL DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH**

Nur Lita Faridah, Luqman Hakim, Tri Sudarwanto  
Prodi Pendidikan Ekonomi – Universitas Negeri Surabaya  
*[nur.19001@mhs.unesa.ac.id](mailto:nur.19001@mhs.unesa.ac.id)*

## **Abstract**

This study aims to analyze the effect of the research variables including the insertion of Islamic economics, product knowledge, social environment and religiosity on interest in saving at Islamic banks in high school/MA students at Darul Ulum Islamic Boarding School. This research is a quantitative research using ex-post facto method. The population and sample in this study were students of SMA/MA Darul Ulum Islamic Boarding School class XI IIS with a total of 378 and the number of samples used was 100 students. Data collection techniques using a questionnaire. The data analysis technique used multiple linear regression analysis. The results showed that the insertion of Islamic economics learning and the social environment had a significant effect on students' saving interest in Islamic banks, while product knowledge and religiosity variables had no effect on interest in saving in Islamic banks. Simultaneously, the insertion of Islamic economics learning, product knowledge, social environment and religiosity affect the interest in saving in Islamic banks in the students of the Darul Ulum Islamic Boarding School Jombang.

**Keywords:** *Economic Learning Insert Sharia Economics, Product Knowledge, Social Environment, Religiosity, Interest in Savings in Islamic Banks*

## **Pendahuluan**

Bank Syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi sebagai penghimpun dana dari masyarakat kemudian menyalurkan kembali pada masyarakat dengan system dan mekanisme kegiatan usaha berdasarkan dengan Al Quran dan hadits. Bank syariah membuka peluang yang sama terhadap semua nasabah dan tidak membedakan nasabah. Dengan menyediakan berbagai produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi, perbankan Syariah menjadi alternatif system perbankan yang kredibel dan dapat dinikmati oleh seluruh golongan masyarakat indonesia tanpa terkecuali. Peranan ekonomi Syariah mampu memberikan manfaat di tengah gejolak perekonomian dunia. Melihat banyaknya masyarakat muslim yang ada di

Indonesia bahkan yang terbesar di dunia, hal itu menjadi peluang besar bagi Indonesia untuk menjadi pusat ekonomi Syariah dunia.

Padmaninggar (2016) menjelaskan bahwa menabung merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan di masa yang akan datang. Menabung sangat penting dilakukan sejak dini. Pentingnya arti menabung bagi siswa sekolah bukan hanya untuk mempunyai uang sendiri, tetapi terbiasa dengan manajemen diri agar dapat menjadi orang yang bijak mengatur keuangannya, tidak hidup berlebihan atau boros, dapat berpikir antisiatif terhadap keadaan yang tidak terduga serta mampu mengelola keuangan di masa yang akan datang. Budaya menabung di kalangan siswa-siswa di Indonesia saat ini masih rendah. Bank Indonesia (BI) mencatat, minat menabung masyarakat di 38 kabupaten/kota di Jawa Timur sebesar 54,05% dari 37 juta penduduk yang menabung di bank. Hal ini mengakibatkan budaya menabung di kalangan siswa rendah. Pemerintahan di berbagai wilayah di Indonesia telah melakukan kegiatan pelaksanaan Gerakan Siswa Menabung ke berbagai sekolah dari tingkat SD, SMP, dan SMA bersama Bank Indonesia yang berguna untuk meningkatkan kesadaran siswa-siswa untuk menabung dan memikirkan masa depan. Budaya menabung sejak dini sangat penting bagi mereka, terutama belajar untuk mengelola keuangan dengan baik.

Dalam rangka meningkatkan minat menabung di bank Syariah maka harus diimbangi dengan pemahaman tentang perbankan syariah. Pengetahuan tentang Perbankan Syariah dapat diperoleh melalui jalur pendidikan formal dan informal. Sehingga Lembaga Pendidikan khususnya tingkat SMA diharapkan sudah mulai mengenalkan keilmuan Syariah terutama pada pembelajaran ekonomi, tentunya dengan pembenahan kurikulum nasional atau menambah nilai keislaman pada salah satu mata pelajarannya (Hakim,2020). Salah satunya dengan diterapkannya pembelajaran ekonomi insert ekonomi syariah di SMA yang bertujuan untuk menanamkan nilai-nilai prinsip Syariah pada mata pelajaran ekonomi agar peserta didik mampu mengimplementasikan dalam melakukan kegiatan ekonomi sehari-hari. Tapi nyatanya kurikulum saat ini belum sepenuhnya memasukkan unsur syariah dalam kegiatan pembelajaran ekonomi. Peserta didik akan memiliki pengetahuan tentang bank syariah dari adanya pembelajaran ekonomi insert ekonomi syariah, semakin banyak pengetahuan tentang bank syariah maka siswa

dapat mepersepsikan bank syariah lebih baik dan semakin tinggi kemungkinan untuk berminat menabung di bank syariah.

Salah satu factor yang mempengaruhi minat untuk melakukan transaksi di bank Syariah khususnya aktivitas menabung di bank Syariah adalah pengetahuan mengenai produk-produk perbankan Syariah (Ergun,2011). Pengetahuan yang dimaksud di sini adalah pengetahuan tentang sistem Perbankan Syariah. dilihat dari organisasi maupun sistem operasionalnya bank syariah terdapat perbedaan dengan bank bank konvensional Menurut Ahmad (2017), menjelaskan bahwa pengetahuan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi sikap masyarakat menggunakan produk perbankan syariah. Faktor pengetahuan tidak saja memberikan pengaruh secara langsung terhadap sikap, namun juga memberikan pengaruh secara langsung terhadap minat. Keterbatasan pengetahuan tentang spesifikasi produk bank Syariah di anggap membingungkan bagi siswa, sehingga dapat menjadi kendala utama bagi siswa atau calon nasabah yang menabung di bank Syariah. Sehingga para siswa akan lebih tertarik untuk bertransaksi di bank konvensional dibandingkan dengan bank Syariah, dikarenakan mereka lebih memiliki pengetahuan akan produk-produk bank konvensional di bandingkan dengan pengetahuan akan produk bank Syariah. Maka dari itu, melalui pembelajaran insert ekonomi syariah diharapkan peserta didik memiliki pengetahuan tentang perbankan syariah.

Selain pengetahuan produk, factor lingkungan sosial juga berpengaruh pada minat menabung di bank Syariah seperti yang telah di jelaskan pada hasil penelitian Krisnanto (2011) bahwa lingkungan sosial merupakan salah satu factor yang mempengaruhi minat menabung di bank Syariah. Tingginya informasi yang didapatkan dari lingkungan sosial mengenai bank Syariah secara tidak langsung akan mempengaruhi keinginan seseorang untuk menyimpan uangnya di bank Syariah. Selain itu, pengetahuan tentang Perbankan Syariah juga dapat diperoleh lingkungan social dalam bentuk interaksi dengan orang tua, teman sebaya, masyarakat.

Religiusitas juga dapat menjadi factor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah (Ilfita,2021). Haque (2009) mengatakan bahwa faktor agama adalah kriteria pemilihan utama yang menunjukkan bahwa ketaatan pada prinsip islam menjadi factor terkuat ketika memutuskan untuk menggunakan bank

Syariah. Nilai religiusitas yang tertanam dalam ekonomi Syariah akan terbawa dalam segala aspek kehidupan sehingga dapat digunakan sebagai pedoman dalam memecahkan masalah yang timbul dalam aktivitas ekonomi (Rahmawaty,2014). Penerapan nilai nilai agama dalam kehidupan sehari-hari berdampak positif pada perilakunya. Hal ini diperkuat juga dengan penelitian Triana et al. (2016) dan Astuty & Umiyati (2018) menerangkan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank Syariah. Memahami dan menerapkan ajaran agama yang dianut dan perilaku yang dimunculkan dengan sesuai akan memunculkan minat menabung yang tinggi.

Pesantren sebagai salah satu komponen masyarakat yang memahami agama merupakan pangsa pasar yang sangat layak diperhatikan oleh bank syariah untuk meningkatkan jumlah nasabah. Terdapat fakta bahwa santri pesantren memiliki religiusitas tinggi dan pasti memiliki pengetahuan tentang fiqih muamalah dan hukum Syariah dengan dugaan adanya karakter konsumen Indonesia dipengaruhi oleh factor keyakinan. Jika melihat statusnya sebagai santri di pondok pesantren tentunya lebihpahaman tentang prinsip-prinsip ajaran Islam. Apalagi para santri akan mendapatkan ilmu keagamaan yang lebih banyak di bandingkan dengan siswa yang tidak menetap di pondok pesantren, karena kegiatan di pondok pesantren banyak mempelajari dan mengkaji tentang ilmu-ilmu keagamaan. Namun pada kenyataannya konsep bank konvensional sudah melekat pada para santri sehingga masih banyak siswa / santri yang menggunakan jasa dari bank-bank konvensional.

Hasil observasi lapangan menunjukkan beberapa santri tidak memiliki rekening tabungan karena uang saku yang rendah dan minimnya pengetahuan tentang perbankan, adapula yang menyisihkan uang sakunya untuk ditabung secara mandiri. Sebagian besar santri menggunakan bank konvensional dan beberapa ada yang menggunakan bank Syariah. Alasan mereka memilih bank konvensional dibandingkan menggunakan bank Syariah karena belum pahami tentang produk dan layanan dalam perbankan Syariah. Selain itu pula karena tuntutan keluarga, ketika keluarga menggunakan tabungan konvensional maka santri juga diajak menggunakan tabungan yang sama. Adapula santri yang menggunakan produk bank Syariah namun dia belum tahu jelas tentang kinerja, manfaat dan tata cara penggunaan produk bank Syariah. Dan yang terakhir karena

factor keterjangkauan, bank konvensional cenderung mudah dijangkau oleh santri dibandingkan dengan bank Syariah. Karena terbatasnya ruang gerak dan mobilitas santri sehingga mereka memilih bank yang mudah terjangkau dan terdapat pada lingkungan pondok. Kini di lingkungan pondok pesantren sudah terdapat kantor cabang bank syariah, harapannya agar para santri lebih dekat dengan bank syariah dan mampu menjangkau para santri untuk menabung di bank syariah.

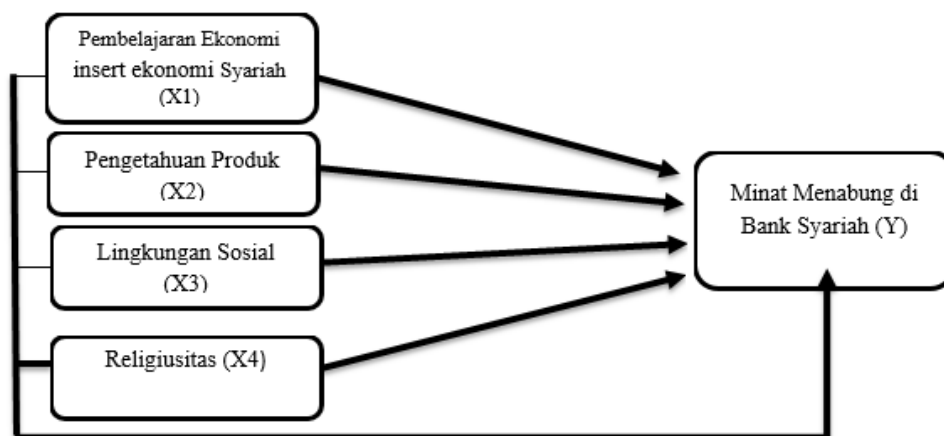
Beberapa penelitian terdahulu telah membahas terkait dengan minat menabung di bank syariah, namun beberapa hasil dari penelitian tersebut memiliki perbedaan hasil penelitaian. Seperti yang dijelaskan oleh Murniati,dkk (2020) menunjukkan hasil bahwa tingkat pembelajaran ekonomi syariah pada siswa memiliki pengaruh yang signifikan dibandingkan variabel lain seperti variabel penghasilan, lingkungan sosial dan religiusitas. Berbeda lagi dengan penelitian Kardoyo dan Ahmad Nurkhin (2020), yang menjelaskan bahwa pengetahuan dan religiusitas belum terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan jasa bank syariah. Dan penelitian Abou-Youssef (2015) menjelaskan bahwa religiusitas tidak memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap minat menabung santri di bank Syariah, akan tetapi pengetahuan produklah yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank Syariah.

Berdasarkan penelitian diatas terdapat perbedaan hasil penelitian terdahulu atau research gap.sehingga penulis termotivasi untuk melakukan penelitian untuk menguji seberapa besar Pengaruh Pembelajaran Ekonomi Inset Ekonomi Syariah, Pengetahuan Produk, Lingkungan Sosial Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah pada santri SMA/MA Pondok Pesantren Darul Ulum. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada alasan karena Pondok Pesantren Darul Ulum merupakan salah satu pondok pesantren yang tergolong paling besar di Jombang dan memiliki banyak santri dari berbagai wilayah. Tingkatan Pendidikan yang terdapat di lingkungan pondok ini beragam, mulai dari Pendidikan tingkat dasar sampai pada Pendidikan perguruan tinggi. Dan tidak dipungkiri bahwa tabungan sangat dibutuhkan oleh para santri untuk menyimpan uang bulanan selama berada di pesantren. Kondisi tersebut harusnya mampu menjadi peluang bagi bank Syariah untuk memperbesar pertumbuhan tabungan pada pangsa pasar santri pondok pesantren. Penelitian ini memberika peluang

yang signifikan untuk memajukan minat para pelajar untuk menabung di bank Syariah, selain itu juga untuk mengetahui apa yang menyebabkan minat menabung di bank Syariah yang masih sangat rendah di masyarakat khususnya di kalangan pelajar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pembelajaran insert ekonomi syariah, pengetahuan produk, lingkungan social dan religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah pada santri SMA/MA di pondok pesantren Darul Ulum Jombang.

### Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan metode ex-post facto, yang digunakan untuk mengkaji peristiwa yang telah terjadi untuk menentukan factor-faktor yang menyebabkan peristiwa tersebut dan menerangkan variabel di dalam penelitian yang saling berpengaruh dengan tujuan menghasilkan perubahan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel pembelajaran ekonomi insert ekonomi Syariah (X1), pengetahuan produk (X2), Lingkungan Sosial (X3) dan religiusitas (X4) terhadap minat menabung di bank Syariah (Y). Penelitian ini dirancang sebagaimana ditunjukkan oleh gambar sebagai berikut:



Gambar 1. Rancangan Penelitian

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah siswa SMA/MA kelas XI yang bermukim di Pondok Pesantren Darul Ulum Jombang sejumlah 378 siswa/siswi. Adapun Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Teknik sampling purposive, yang mana pemilihan sampel berdasarkan pada kriteria tertentu. sehingga jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 100 siswa.

Instrument dalam penelitian ini menggunakan angket, angket ini disusun disesuaikan sedemikian rupa sesuai variabel dalam penelitian berdasarkan kajian teoritis. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Sedangkan untuk menguji hipotesis menggunakan uji t dan uji F.

## Hasil dan Pembahasan

Analisis data secara deskripsi memberikan gambaran mengenai hasil tanggapan atau jawaban atas kuesioner yang telah dibagikan kepada 100 responden yang menjadi sampel penelitian. Pembahasan akan menjelaskan terkait dengan jawaban responden terhadap masing-masing indikator dari variabel Pembelajaran ekonomi insert ekonomi syariah (X1), pengetahuan produk (X2), lingkungan sosial (X3) dan religiu (Y).

## Hasil

### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik sebagai syarat yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linier berganda. Berikut ini merupakan rangkaian uji asumsi klasik:

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,84762239
Most Extreme Differences	Absolute	0,069
	Positive	0,041
	Negative	-0,069
Test Statistic		0,069
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data diolah peneliti (2021)

**Tabel 1.** Hasil Uji Normalitas

Tabel diatas menunjukkan hasil uji normalitas, terlihat bahwa nilai signifikan *asympt. sig. (2-tailed)* sebesar 0,200. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *sig* lebih dari 0,05 yang artinya variabel yang diteliti dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Coefficients <sup>a</sup>								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1,215	1,746		-0,696	0,488		
	Pembelajaran Ekonomi Insert Ekonomi Syariah	0,105	0,044	0,191	2,381	0,019	0,584	1,712
	Pengetahuan Produk	0,138	0,072	0,186	1,921	0,058	0,400	2,501
	Lingkungan Sosial	0,482	0,088	0,435	5,480	0,000	0,595	1,682
	Religiusitas	0,135	0,077	0,152	1,746	0,084	0,491	2,036

a. Dependent Variable: Minat Menabung di Bank Syariah

Sumber: Data diolah peneliti (2021)

**Tabel 2.** Hasil Uji Multikolinieritas

Hasil perhitungan nilai Varian Inflation Factor (VIF) yang menunjukkan hal yang sama yaitu tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independent dalam model regresi tersebut.

Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,318	1,081		2,145	0,035
	Pembelajaran Ekonomi Insert Ekonomi Syariah	-0,040	0,027	-0,187	-1,467	0,146
	Pengetahuan Produk	0,045	0,045	0,156	1,013	0,313
	Lingkungan Sosial	-0,119	0,054	-0,276	-2,184	0,131
	Religiusitas	0,009	0,048	0,027	0,196	0,845

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Sumber: Data diolah peneliti (2021)

**Tabel 3.** Hasil Uji Heteroskedastisitas



Dari tabel diatas menunjukkan masing-masing variabel mempunyai nilai sig  $t > 0,05$ . Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak adanya heteroskedasitas.

### Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-1,215	1,746		-0,696	0,488
	Pembelajaran Ekonomi Insert Ekonomi Syariah	0,105	0,044	0,191	2,381	0,019
	Pengetahuan Produk	0,138	0,072	0,186	1,921	0,058
	Lingkungan Sosial	0,482	0,088	0,435	5,480	0,000
	Religiusitas	0,135	0,077	0,152	1,746	0,084

a. Dependent Variable: Minat menabung di bank syariah

Sumber: Data diolah peneliti (2021)

### Tabel 4. Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda

Dari hasil uji regresi linier berganda diatas adapun persamaan yang diperoleh yaitu:

$$Y = -1,215 + 0,105X_1 + 0,138X_2 + 0,482X_3 + 0,135X_4 + e$$

### Uji t

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-1,215	1,746		-0,696	0,488
	Pembelajaran Ekonomi Insert Ekonomi Syariah	0,105	0,044	0,191	2,381	0,019
	Pengetahuan Produk	0,138	0,072	0,186	1,921	0,058
	Lingkungan Sosial	0,482	0,088	0,435	5,480	0,000
	Religiusitas	0,135	0,077	0,152	1,746	0,084

a. Dependent Variable: Minat menabung di bank syariah

Sumber: Data diolah peneliti (2021)

### Tabel 5. Uji t

Dari hasil uji t pada tabel 4.21 diatas, adapun  $t_{hitung}$  masing-masing variabel independen yaitu sebagai berikut:

- 1) Variabel pembelajaran ekonomi insert ekonomi syariah  $t_{hitung}$  sebesar  $2,381 > t_{tabel} 1,98525$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima menandakan ada pengaruh pembelajaran ekonomi insert ekonomi terhadap minat menabung di bank syariah.
- 2) Variabel pengetahuan produk memiliki  $t_{hitung}$  sebesar  $1,921 < t_{tabel} 1,98525$ , sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak menandakan tidak ada pengaruh pengetahuan produk terhadap minat menabung di bank syariah.
- 3) Variabel lingkungan sosial memiliki  $t_{hitung}$  sebesar  $5,480 > t_{tabel} 1,98525$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima menandakan ada pengaruh lingkungan sosial terhadap minat menabung di bank syariah
- 4) Variabel penggunaan religiusitas memiliki  $t_{hitung}$  sebesar  $1,746 < t_{tabel} 1,98525$ , sehingga  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima menandakan ada tidak ada pengaruh religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah

### Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	612,793	4	153,198	43,064	.000 <sup>b</sup>
	Residual	337,957	95	3,557		
	Total	950,750	99			

a. Dependent Variable: Minat Menabung di Bank Syariah  
b. Predictors: (Constant), religiusitas, lingkungan sosial, pengetahuan produk, pembelajaran ekonomi insert ekonomi syariah.

Sumber: Data diolah peneliti (2021)

**Tabel 6.** Uji F

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa hasil uji F terlihat dalam tabel bahwa  $F_{hitung}$  sebesar  $43,064 > F_{tabel}$  sebesar  $2,47$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang menandakan terjadi pengaruh pembelajaran ekonomi insert ekonomi syariah, pengetahuan produk, dan lingkungan sosial, dan religiusitas secara simultan terhadap minat menabung di bank syariah.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1				

1 .803<sup>a</sup> 0,645 0,630 1,886

a.Predictors:(Constant), X4, X1, X3, X2  
Sumber:Data diolahpeneliti (2021)

**Tabel 7.**KoefisienDeterminasi (R<sup>2</sup>)

Tabel diatas menjelaskan bahwa nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>)adalahkoefisienkorelasi(RSquare)sebesar0,645 atau64,5%. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel minat menabung di bank syariah dipengaruhi sebesar 64,5%.oleh pembelajaran ekonomi insert ekonomi syariah, pengetahuan produk, lingkungan social, dan religiusitas kemudiansisanya33,5% dipengaruhi oleh faktor yang lain.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Pembelajaran Ekonomi Insert Ekonomi Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah**

Berdasarkan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, hipotesis pertama dihasilkan dari hasil uji t, diketahui variabel pembelajaran insert ekonomi syariah t hitung sebesar  $2,381 > t_{tabel} 1,98525$  artinya, pembelajaran insert ekonomi syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Penjelasan tersebut diperkuat oleh temua yang menyatakan bahwa pembelajaran insert ekonomi syariah memiliki respon yang baik saat diajarkan pada siswa. Terutama pada pembahasan tentang perbankan syariah. Karena sebelumnya pembelajaran insert ekonomi syariah belum diterapkan disekolah, dan hanya terfokus pada pembahasan tentang ekonomi konvensional. Hal ini yang membuat siswa tertarik mempelajari materi insert ekonomi syaraih yang diajarkan oleh guru dengan cara dan metode yang menarik dan mudah dimengerti. Hasil penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian Masngundi (2021) dan Neng Sri N (2020) juga menjelaskan bahwa pembelajaran ekonomi syraih berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.

### **Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah**

Pada varaibel pengetahuan produk hasil penelitian yang diperoleh ialah  $t_{hitung} \text{sebesar } 1,921 < t_{tabel} 1,98525$  artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadapminat menabung di bank syariah dikarenakan ada faktor lain yang lebih

mempengaruhi minat menabung di bank syariah. Berdasarkan identifikasi pengetahuan pelajar, bahwa banyak dari mereka belum mengetahui secara luas tentang bank syariah dan masih beranggapan bahwa bank syariah tidak jauh berbeda dengan bank konvensional dalam sistem pelayanan operasional maupun transaksinya hal ini karena kurangnya sosialisasi yang diadakan bank kepada para santri terutama di Pondok Pesantren Darul Ulum yang mengakibatkan pengetahuan perbankan sama dengan pengetahuan bank konvensional. Faktor lain yang mempengaruhi kurangnya minat menabung pelajar pada bank syariah karena kurangnya pembelajaran mengenai bank syariah secara praktik. Penelitian diperkuat dengan hasil penelitian Kardoyo dan Ahmad Nurkhin (2020), juga menjelaskan bahwa pengetahuan dan religiusitas belum terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan jasa bank syariah

### **Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah**

Salah satu factor yang berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah adalah factor lingkungan yang berperan dalam membantu seseorang dalam proses pengambilan keputusan, khususnya keputusan menabung di bank syariah. Berdasarkan hasil penghitungan dan analisis data yang telah dilakukan diperoleh hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  artinya lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah salah satunya yakni factor dorongan dari keluarga. Lingkungan keluarga memberikan pengaruh melalui pendidikan keluarga, mengajarkan tentang pentingnya menabung dan mengajarkan anak untuk menerapkan prinsip syariah dalam kehidupannya salah satunya dalam memilih menabung di bank syariah. Kebiasaan yang melekat pada siswa yang didapatkan dari lingkungan keluarga secara tidak langsung mempengaruhi setiap tindakan anak. Sehingga secara tidak langsung siswa akan mengikuti saran dari orang tua dan tertarik untuk menabung di bank syariah. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa lingkungan social berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah yang sesuai dengan penelitian Khatun (2018) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa lingkungan sosial keluarga berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung dikalangan mahasiswa di Bangladesh. Selain itu penelitian Jamal., et al (2015) menyatakan bahwa variabel lingkungan sosial (keluarga dan teman sebaya) serta literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku menabung di kota Kinabalu.

## **Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah**

Tingkat religiusitas seseorang menunjukkan aspek agama yang dihayati dalam hati (El-Menouar, 2014). Religiusitas mampu mendorong seseorang untuk berperilaku sesuai dengan tingkat ketaatan agama yang dianutnya. Disini terlihat bahwa religiusitas mampu mempengaruhi beberapa aspek pada perilaku untuk memilih didasarkan pada aturan serta larangan dari agama. Religiusitas berdampak pada sikap konsumen terhadap perbankan syariah di Mesir (Abou-Youssef, Kortam, Abou-Aish, & El-Bassiouny, 2015). Motivasi beragama merupakan factor penting yang mempengaruhi niat untuk menggunakan Perbankan syariah (Kaakeh et al., 2018). Mbawuni & Nimako (2017) juga menemukan efek dari efek agama yang dirasakan tentang niat nasabah bank untuk mengadopsi perbankan syariah di Ghana. Suhartanto (2019) menemukan pengaruh langsung yang signifikan pengaruh antara religiusitas terhadap niat perilaku terhadap perbankan syariah. Hasil uji hipotesis sebesar  $1,746 < t_{tabel} 1,98525$  yang artinya religiusitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Sebelumnya telah terdapat penelitian yang menyatakan bahwa religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah, karena masyarakat lebih mengutamakan pada aspek ekonomi yang menguntungkan dibandingkan aspek keagamaan (Pearce, Lisa D., et al, 2017). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Zuhirsyan (2018) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel agama tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam berhubungan dengan bank syariah. Karena tingkat religius seseorang pada dasarnya tidak dapat diukur dan tidak dapat dijadikan patokan dalam memilih bank syariah karena bersifat pribadi atau individu. Dalam penelitian ini religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah pada santri SMA/MA di Pondok Pesantren Darul Ulum. Hal tersebut karena focus kebutuhan para santri saat ini hanya sekedar untuk menerima uang dan transfer dari orang tua, karena sebagian responden berasal dari luar jawa, yang mana di daerah tersebut masih minim fasilitas bank syariah. Pemilihan antara bank konvensional dan bank syariah oleh para santri ini tidak didasarkan pada pertimbangan factor religiusitas melainkan pertimbangan teknis dan kemudahan dalam transaksi transfer uang dari orang tua. Sebagian responden beranggapan bahwa menabung di bank syariah tidak selalu

dipengaruhi oleh tingkat religiusitas. Hasanah (2019) juga menjelaskan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap perilaku menabung di bank syariah di Malaysia melainkan factor kualitas layanan yang menjadi factor pendorong minat menabung di bank syariah.

### **Pengaruh Pembelajaran Ekonomi Insert Ekonomi Syariah, Pengetahuan Produk, Lingkungan Sosial Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah**

Berdasarkan hasil uji F yang telah dilakukan, adapun hasil yang diperoleh yaitu  $F_{hitung}$  sebesar 43,064  $> F_{tabel}$  sebesar 2,47 sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang menandakan terjadi pengaruh pembelajaran ekonomi insert ekonomi syariah, pengetahuan produk, dan lingkungan social, dan religiusitas secara simultan terhadap minat menabung di bank syariah pada santri SMA/MA di Pondok Pesantren Darul Ulum. Ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan jika ada peningkatan dari variabel pembelajaran ekonomi insert ekonomi syariah, pengetahuan produk, dan lingkungan social, dan religiusitas maka minat menabung di bank syariah pada siswa juga akan mengalami peningkatan. Hal ini diperkuat oleh hasil uji regresi linier berganda, dimana nilai Koefisien Determinasi menjelaskan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,645 atau 64,5% yang menandakan bahwa 64,5% variabel dependen dalam penelitian ini mampu dijelaskan oleh variabel independen, kemudian sisanya 33,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian variabel pembelajaran ekonomi insert ekonomi syariah secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Variabel pengetahuan produk secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Variabel lingkungan social secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Dan variabel religiusitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah pada santri SMA/MA di Pondok Pesantren Darul Ulum Jombang. Dan secara simultan variabel tersebut berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah pada santri SMA/MA di Pondok Pesantren Darul Ulum

Jombang. Penelitian ini diharapkan menjadi tambahan referensi mengenai minat menabung di bank syariah bagi penelitian selanjutnya. Dan agar mampu memperluas penelitian untuk mendapatkan data yang lebih akurat dan lengkap tentang factor yang mampu mendorong minat siswa dalam menabung di bank syariah.

### Daftar Pustaka

- Abou-Youssef, M. M. H., Kortam, W., Abou-Aish, E., & El-Bassiouny, N. (2015). Effects of religiosity on consumer attitudes toward Islamic banking in Egypt. *Marketing Intelligence and Planning*, 33(6), 786-807. <https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2015-0024>.
- Ahmad, Fauzi. (2017). Variabel yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Pesantren dalam menggunakan Produk Perbankan Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Ekonomi dan Bisnis (JEB)*, 2(1):1-25.
- Astuty, P., & Umiyati, U. (2018). Influence Of Religiosity Towards The Saving Interest At Islamic Banking With The Knowledge Of The People As Moderator Variable (Case Study On The People Of South Tangerang City). *Ikonomika*, 3(1), 1-16
- El-Menouar, Yasemin. (2014). The Five Dimensions of Muslim Religiosity Result of an Empirical Study. *Methods, Data, Analyses*, 8 (1), 53-78.
- Ergun, U., & Djedovic, I. (2011). Islamic banking with a closer look at Bosnia and Herzegovina: Knowledge, perceptions and decisive factors for choosing Islamic banking. *8th International Conference on Islamic Economics and Finance, Doha-Qatar, 18th-20th December*, 1-12
- Hakim, L., Anwar, M. K., Kurniawan, R. Y., & Pahlevi, T. (2020). Integrating sharia economics into the high school economics curriculum. *International Journal of Instruction*, 13(4), 117-132. <http://doi.org/10.29333/iji.2020.1348a>.
- Haque, A., Osmā, J., & Ismail, A. Z. (2009). Factor Influences Selection Of Islamic Banking: A Study On Malaysian Customer Preferences. *American Journal Of Applied Sciences*, 922-928
- Hasanah, Fadhilatul. (2019). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah. *BALANCE Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 4(1), 485. <http://doi.org/10.32502/jab.v4i1.1815>
- Kaakeh, A., Hassan, M. K., & van Hemmen Almazor, S. F. (2018). Attitude of Muslim minority in Spain towards Islamic finance. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 11(2), 213-230. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-11-2017-0306>



- Kardoyo, & Nurkhin, Ahmad. (2020). The Effect of Knowledge, Promotion, and Religiosity on Intention to Use Islamic Banking Services. *International Journal of Financial Research*, 11(2). <https://doi.org/10.5430/ijfr.v11n2p128>.
- Kristnanto, U. (2011). The Customer's Determinant Factors of The Bank Selection. *Business Studien*, 4(1).
- Masngudi.(2021). Pengaruh Pembelajaran Ekonomi Islam terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol 1 No.1.
- Mbawuni, J., & Nimako, S. G. (2017). Determinants of Islamic banking adoption in Ghana. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 10(2), 264-288. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-04-2016-0056>
- Murniati, W., Juliasari, D., & Hanifah, N. (2020). Determinants of Interest in Saving for Students in Islamic Banking. *Assets: Jurnal Ilmiah Ilmu Akuntansi, Keuangan Dan Pajak*, 4(2), 89–100. <https://doi.org/10.30741/assets.v4i2.548>
- Nuraeni, Neng Sri & Umaryati, Siti. (2018). Pengaruh Pembelajaran Ekonomi Islam Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). *I-Finance: A Research Journal on Islamic Finance*, 4(2), 157–169. <http://doi.org/10.19109/ifinance.v4i2.261>.
- Padmaninggar, A. (2016). SYARIAH (Studi Pada Mahasiswa S1 Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya). Skripsi Disusun Oleh: Adindara Padmaninggar. *Jurnal Ilmiah*. 8(1), 10-19
- Pearce, Lisa D., et al. (2017). Measuring Five Dimensions of Religiosity across Adolescence. *Rev Relig Res*, 59(3), 367-393
- Rahmawaty, A. (2014). Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syari'Ah Terhadap Minat Menggunakan Produk Di Bni Syari'Ah Semarang. *Addin*, 8(1), 1–28
- Shome, A., Jabeen, F., & Rajaguru, R. (2018). What drives consumer choice of Islamic banking services in the United Arab Emirates? *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 11(1), 79–95. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-03-2017-0066>
- Suhartanto, D. (2019). Predicting behavioural intention toward Islamic bank: a multi-group analysis approach. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2018-0041>.
- Triana, N., Nurhasanah, N., & Senjiati, I. H. (2016). Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Disposable Income Mahasiswa Fakultas Syari ' ah Unisba terhadap Minat Menabung di Bank BRI Syari ' ah Kantor Kas Unisba Influence The Level of Religiosity and Disposable Income Students of The Faculty of pendapatan dispos. *Prosiding Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 2(2), 529–534. Retrieved from <http://karyailmiah.unisba.ac.id>
- Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2018). Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 48. <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2812>