

Pengaruh Pengetahuan dan Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Pemenang Lombok Utara)

Adam Aldy¹, Nining Nurhasanah², Edy Suprpto³

¹*Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI) SEBI: Email: aldyadam89@gmail.com*

²*Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI) SEBI: Email: nining.nurhasanah@sebi.ac.id*

³*Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI) SEBI: Email: edy.suprpto@sebi.ac.id*

ABSTRAK. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah terhadap minat menabung di bank syariah (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Pemenang Lombok Utara). Metode yang di gunakan dalam pengumpulan data untuk sampel penelitian saat ini adalah metode yang di sebut Purposive Sampling. Dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan kuesioner kepada masyarakat Kecamatan Pemenang Lombok Utara. Metode analisis pada penelitian saat ini menggunakan metode PLS-SEM dengan bantuan software SmartPLS 3.0 Hasil penelitian saat ini menunjukkan bahwa pengaruh pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

Kata kunci: Pengaruh Pengetahuan Masyarakat, Minat Menabung, dan Bank syariah

PENDAHULUAN

Kecamatan Pemenang merupakan salah satu kecamatan yang di unggulkan sebagai daerah pariwisata di Kabupaten Lombok Utara. Sebelah utaranya berbatasan langsung dengan laut jawa dan sebelah baratnya berbatasan dengan selat lombok, sedangkan sebelah timurnya berbatasan dengan Kecamatan Tanjung dan sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Lombok Barat. Luas wilayah Kecamatan Pemenang sebesar 110,97 km² dimana Desa Malaka memiliki daerah terluas terbesar, yaitu 35,78% dari luas Kecamatan Pemenang atau sekitar 39,70 km². (Karang, Ketut Pradnyadika, 2022).

Jumlah penduduk suatu wilayah dipengaruhi oleh faktor kelahiran, kematian dan migrasi/ perpindahan penduduk. Jumlah proyeksi penduduk Kecamatan Pemenang pada tahun 2022 sejumlah 40.517 jiwa, yang terdiri dari 20.538 laki-laki dan 19.979 perempuan. (Karang, Ketut Pradnyadika, 2022)

Pada tahun 2021, distribusi jumlah penduduk Kecamatan Pemenang menurut desa, terbanyak berdomisili di Desa Pemenag Barat dengan presentase

177 Pengaruh Pengetahuan dan Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah
(Studi Pada Masyarakat Kecamatan Pemenang Lombok Utara)

jumlah penduduk 40,56 persen, sedangkan jumlah penduduk paling sedikit berada di Desa Gili Indah yang hanya menyumbang 10,84 persen dari total penduduk Kecamatan Pemenang.

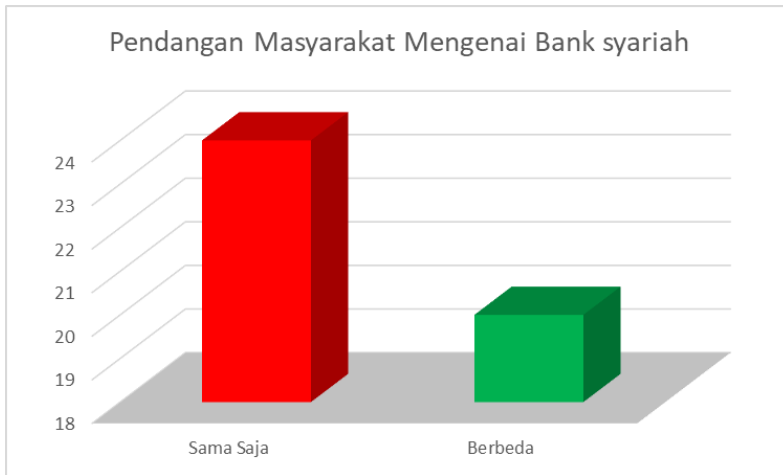
Tabel 1. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kecamatan Pemenang Tahun 2022

		Jenis Kelamin	
Kelompok Umur	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
(1)	(2)	(3)	(4)
0 – 4	2 235	2 150	4 385
5 – 9	2 047	1 866	3 913
10 – 14	1 497	1 473	2 970
15 – 19	1 618	1 576	3 194
20 – 24	1 823	1 793	3 616
25 – 29	2 047	1 923	3 970
30 – 34	1 971	1 938	3 909
35 – 39	1 576	1 507	3 083
40 – 44	1 378	1 371	2 749
45 – 49	1 238	1 243	2 481
50 – 54	1 095	1 100	2 195
55 – 59	766	692	1 458
60 – 64	482	510	992
65 – 69	330	380	710
70 – 74	224	244	468
75+	211	213	424
Jumlah/Total	20.538	19.979	40.517

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Utara, Long Form Sensus Penduduk (LFSP), 2022.

Masyarakat Kecamatan Pemenang juga merupakan kalangan yang menjadi pengguna aktif jasa perbankan, berdasarkan dari hasil penelitian yang telah di lakukan penulis melalui kuestioner kepada 44 responden masyarakat Kecamatan Pemenang.

Diagram 2. Hasil Responden Sementara Masyarakat Kecamatan Pemenang



Sumber : Data Primer Masyarakat Kecamatan Pemenang, 2023

Pengetahuan masyarakat tentang bank syariah yang kebanyakan masih menganggap bahwa Bank syariah dan bank konvensional sama saja di akibatkan karena kurangnya sosialisasi terkait prinsip yang di terapkan pada perbankan syariah dan pemahaman masyarakat terkait perbedaan sistem yang digunakan oleh bank syariah dan bank konvensional. (Nurhasana, 2021).

Salah-satu faktor paling mendasar dalam mengembangkan produk Perbankan syariah di kalangan masyarakat adalah pengetahuan. Pengetahuan merupakan pengalaman aktual yang tersimpan dalam kesadaran manusia. Pengetahuan adalah informasi yang bisa diperoleh melalui berbagai media, seperti iklan pada majalah, televisi, koran, radio, pamphlet bahkan bisa juga melalui pengalaman seseorang (Eka, 2022).

Pengetahuan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi dalam hal minat menabung, hal ini di perkuat dengan penelitian sebelumnya. Penelitian Abhimantra (2013) Junaidi (2015) dan Eko Yuliawan (2011) yang menyatakan faktor pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Tetapi berbeda dengan penelitian Sulistyono (2016) yang menyatakan bahwa faktor pengetahuan tidak memiliki pengaruh terhadap minat menabung.

Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan dan minat masyarakat Kecamatan Pemenang dalam menabung di Bank syariah. Dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan dan minat masyarakat, Bank syariah dan pemerintah setempat dapat mengambil langkah-langkah strategis dalam meningkatkan literasi Keuangan Syariah dan mendorong partisipasi masyarakat dalam menggunakan produk Perbankan syariah.

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan Perbankan syariah di Kecamatan Pemenang Lombok Utara, dan memberikan informasi yang berguna bagi Bank syariah dalam merancang program dan kebijakan yang dapat menarik minat masyarakat untuk menabung di

Bank syariah.

Dengan demikian dari hasil latar belakang diatas dengan konteks yang lebih spesifik bahwa perilaku masyarakat yang berkaitan dengan minat menabung sesungguhnya akan sangat di pengaruhi dan ditentukan oleh pengetahuan tentang apa dan bagaimana Bank syariah itu sendiri. Untuk itu, penelitian ini akan membahas lebih lanjut melalui analisis mendalam pada variabel pengetahuan masyarakat yang dapat diprediksi mempengaruhi minat masyarakat menabung di Bank syariah.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan adalah sebuah kekayaan mental yang secara langsung atau tidak langsung ikut mewarnai kehidupan kita. Tidak bisa di bayangkan bagaimana jika kehidupan manusia tanpa pengetahuan, sebab pengetahuan merupakan sebuah sumber jawaban dari berbagai pertanyaan yang muncul di dalam kehidupan kita. Pengetahuan adalah hasil dari cari tahu manusia terhadap sesuatu, atau segala perbuatan yang di lakukan manusia untuk memahami objek yang di hadapinya atau sebuah hasil usaha manusia untuk memahami suatu objek tertentu. Ilmu pengetahuan di ambil dari bahasa Inggris science, yang berasal dari bahasa Latin Scientia dari bentuk kata kerja scire yang berarti mempelajari, mengetahui. (Hanum, 2022).

Menurut Nurhasana (2021) Pengetahuan adalah keseluruhan informasi yang diketahui oleh masyarakat terkait bank syariah. Promosi dengan cara sosialisasi kepada masyarakat sangat dibutuhkan untuk menambah wawasan atau pengetahuan masyarakat terkait produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank syariah. (Nurhasana, 2021).

Pengetahuan Mayoritas masyarakat masih memiliki persepsi yang salah bahwa bank syariah dan bank konvensional memiliki kesamaan, hal ini disebabkan oleh kurangnya informasi terkait prinsip-prinsip yang diterapkan dalam perbankan syariah dan pemahaman masyarakat tentang perbedaan sistem tersebut yang digunakan oleh bank syariah dan bank konvensional. (Nurhasana, 2021).

Pengetahuan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung. Jadi semakin paham pengetahuan masyarakat atau konsumen maka semakin tinggi minat masyarakat untuk menabung di bank syariah dan sebaliknya. (Kristiyadi & Hartiyah, 2016).

Faktor-faktor yang Memengaruhi Pengetahuan

Menurut Notoatmodjo (2003) faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan adalah :

a) Pendidikan

Pendidikan adalah proses berkembangnya sebuah kemampuan dan perilaku manusia melalui pengetahuan. Sehingga dalam sebuah pendidikan perlu adanya pertimbangan umur dan hubungan dengan proses belajar. Dengan pendidikan seseorang akan memunculkan sebuah persepsi dan ide. Semakin tinggi pendidikan seseorang maka akan meningkat juga kualitas pengetahuan dari seseorang tersebut.

- b) **Paparan Media Masa**
Media masa baik elektronik maupun cetak bisa memberikan informasi lebih bagi masyarakat untuk dapat meningkatkan pengetahuan seseorang tersebut.
- c) **Sosial Ekonomi (Pendapatan)**
Status sosial ekonomi seseorang akan mempengaruhi tingkat pengetahuan seseorang karena semakin tinggi tingkat sosial ekonomi seseorang akan memudahkan seseorang untuk mendapatkan sebuah pengetahuan dari pendidikannya dan akan memiliki kehidupan yang berkualitas.
- d) **Hubungan Sosial**
Hubungan sosial merupakan kemampuan individu untuk menerima informasi dari individu lainnya. Ketika seseorang memiliki hubungan sosial yang baik dengan seseorang lainnya maka akan mendapatkan tambahan pengetahuan dari hubungan sosial tersebut.
- e) **Pengalaman**
Dengan berbagai pengalaman yang seseorang dapatkan atau yang telah di alami itu akan menjadikan pengalaman tersebut sebagai pengetahuan. (Ratna Wardani, 2013).

Pengertian Minat

Minat adalah suatu kecenderungan untuk memberikan suatu perhatian dan bertindak untuk melakukan suatu aktivitas atau situasi yang menjadi obyek dari minat tersebut yang disertai dengan perasaan senang (Shaleh, 2008). Pada dasarnya jika seseorang tersebut mempunyai minat pada sesuatu, maka ia akan dapat menerima dengan baik dan bersikap positif dengan suatu obyek atau lingkungan yang menjadi obyek minatnya

Dimensi Minat

Menurut Priansa (2017, p. 168-169) minat pembelian konsumen memiliki empat dimensi pokok, yaitu :

- a) **Minat Transaksional**
Minat transaksional adalah ketertarikan konsumen untuk selalu membeli sebuah produk yang di hasilkan oleh suatu perusahaan, ini didasari atas kepercayaan lebih kepada perusahaan tersebut.
- b) **Minat Referensial**
Minat referensial adalah ketertarikan konsumen untuk memberikan sebuah referensi produk kepada orang lain. Minat akan muncul setelah konsumen memiliki pengetahuan lebih dan pengalaman yang cukup tentang produk tersebut.
- c) **Minat Preferensial**
Minat preferensial adalah minat yang menggambarkan tingkah laku seorang konsumen yang memiliki preferensi utama kepada produk tersebut. Preferensi tersebut bisa diganti apabila terjadi sesuatu dengan produk preferensi yang dimilikinya.
- d) **Minat Eksploratif**
Minat eksploratif adalah minat yang menggambarkan tingkah laku seorang konsumen yang sering mencari sebuah informasi tentang produk yang di

minat nya dan mencari informasi untuk mendukung sifat- sifat positif yang dimiliki oleh produk tersebut. (Putri et al., 2019)

Menurut Shaleh dan Wahab (2004), minat dapat dibagi menjadi tiga macam (berdasarkan timbulnya, berdasarkan arahnya, dan cara mengungkapkannya) yaitu sebagai berikut :

- a) Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh. Sedangkan minat kultural atau minat sosial adalah minat yang timbul karena proses belajar.
- b) Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.
- c) Berdasarkan cara mengungkapkan, minat dapat dibedakan menjadi empat yaitu :
- d) Expressed interest minat yang di ungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk menyatakan kegiatan yang disenangi maupun tidak, dari jawabannya dapat diketahui minatnya.
- e) Manifest interest minat yang diungkapkan dengan melakukan pengamatan langsung.
- f) Tested interest minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif, dan
- g) Inventoried interest minat yang di ungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah di standarisasikan.

Minat juga dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa/produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan atas pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan tersebut diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki (Sofyan,2011). (Islam, 2020).

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Dari beberapa pengertian minat di atas, maka dapat di identifikasikan unsur- unsur minat yaitu adanya kecenderungan untuk kebutuhan dalam jiwa seseorang, adanya pemuatan perhatian individu, ketertarikan individu terhadap suatu objek, adanya perasaan kemauan atau keinginan dalam diri individu terhadap suatu objek.

Menurut Abror (1993) menjabarkan unsur-unsur minat sebagai berikut :

- a) Unsur kognisi (menenal), dalam arti minat itu didahului oleh pengetahuan dan informasi mengenai objek yang dituju oleh minat tersebut.
- b) Unsur emosi (perasaan), karena dalam partisipasi atau pengalaman itu disertai dengan perasaan tertentu (biasanya perasaan senang).
- c) Unsur konasi (kehendak), merupakan kelanjutan dari kedua unsur tersebut yaitu diwujudkan dalam bentuk kemauan dan hasrat untuk melakukan suatu kegiatan.

Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedang perasaan yang bersifat halus atau tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai pengingat pikiran dan perasaan itu dalam kordinasi yang harmonis, agar kehendak bisa diatur dengan sebaik-baiknya. Ada bebrapa tahapan dalam minat yaitu :

- a) Informasi yang jelas sebelum memilih
- b) Pertimbangan yang matang sebelum memilih
- c) Keputusan memilih

Maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan yang kuat bagi seseorang untuk mewujudkan tujuan, impian unutm mendapatkan apa yang diinginkan baik dimasa sekarang maupun masa yang akan datang.

Pengertian Menabung

Menurut Undang-Undang No 10 Tahun 1998, tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang di sepakati. Namun, simpanan tersebut tidak dapat di tarik dengan cek, bilyet, giro atau alat lainnya yang di persamakan dengan itu.

Menabung adalah salah satu cara dalam pengelolaan keuangan yang bertujuan untuk menyiapkan dana cadangan di masa depan. Tabungan juga berperan untuk menjamin kestabilan keuangan jika mengalami hal yang tidak di inginkan kemudian hari. Secara tidak langsung, menabung dapat membantu untuk mengetahui tentang prioritas dalam keuanagn. (Kompas.com, 2020)

Dimensi Menabung

Minat menabung dapat terlihat dengan berbagai pengukuran dimensi, Priansa (2017:168) menyebutkan bahwa secara umum dimensi tersebut berkenaan dengan empat dimensi pokok yaitu

- a) Minat Transaksional,
- b) Minat Referensial,
- c) Minat Preferensial,
- d) Minat Eksploratif.

Berdasarkan penjelasan dimensi di atas terdapat beberapa indikator yang lebih spesifik untuk minat menabung. Menurut Schiffman & Kanuk dalam Sari (2017:185) indikator-indikator dari minat menabung tersebut antara lain:

- a) Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk,
- b) Mempertimbangkan untuk membeli,
- c) Tertarik untuk mencoba,
- d) Ingin mengetahui produk,
- e) Ingin memiliki produk. (Putri et al., 2019)

Pengertian Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip Syariah Islam. Dalam menjalankan operasinya, bank syariah mengikuti ketentuan yang terdapat dalam Al-Quran-Hadis dan juga aturan yang ditetapkan oleh perintah. Sesuai dengan perintah dan larangan agama Islam, maka praktik-praktik yang melibatkan bunga dihindari, sementara yang diikuti adalah praktik bisnis yang dilakukan pada masa Nabi Muhammad.. (Antonio, 2001).

Bank syariah merupakan gabungan dari dua kata, yaitu bank dan syariah. Istilah bank merujuk pada sebuah institusi keuangan yang berperan sebagai perantara dalam hal keuangan antara dua pihak, yakni pihak yang memiliki kelebihan dana dan pihak yang mengalami kekurangan dana. Istilah Syariah dalam versi bank syariah di Indonesia mengacu pada peraturan kesepakatan antara bank dan pihak lainnya dalam mendanai kegiatan bisnis dan kegiatan lainnya sesuai dengan prinsip-prinsip Hukum Islam. (Anshori, 2018).

Perbedaan utama antara bank syariah dan bank konvensional adalah bahwa bank syariah dilarang menggunakan riba (bunga), sementara jual beli diizinkan. Artinya, proses pembayaran dan penerimaan bunga atas pinjaman adalah melanggar aturan. Dalam menjalankan fungsinya, baik dalam mengumpulkan dana dari masyarakat maupun dalam memberikan dana kepada masyarakat, bank berlandaskan syariah tidak menggunakan bunga, melainkan didasarkan pada prinsip jual beli dan berbagi keuntungan. (Antonio, 2001).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Berdasarkan tujuan dan sifat masalah yang diteliti maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif yaitu penelitian yang tertuju pada pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang ini dengan cara mengumpulkan data, menyusun, menjelaskan, menganalisis, dan menginterpretasikan serta menarik kesimpulan. dan penelitian kuantitatif yang bersifat hitungan dengan mengumpulkan, mengolah, menganalisa data yang berwujud angka. (Nasution, 2005).

Dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif yaitu penelitian dengan menggunakan data berupa angka dalam analisisnya menggunakan uji statistik dan dipaparkan dan di deskripsikan dengan data-data yang sudah terkumpul. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel terikat (variabel independen) dan variabel bebas (variabel dependen). Dari dua variabel tersebut dapat dibangun dan dijelaskan sebuah teori terkait pengaruh pengetahuan masyarakat terhadap minat menabung di bank syariah.

Jenis Data

a) Data Primer

Menurut Muhammad (2008) data primer adalah data yang dikumpulkan dan dioalah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Dalam penelitian ini data diperoleh langsung dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden tentang beberapa variabel yang diteliti.

b) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau penelitian arsip yang memuat peristiwa masa lalu. Data sekunder dapat diperoleh dari jurnal, majalah, buku, data statisitik maupun dari internet. (Bawono, 2006).

Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Teknik Metode pengumpulan data terkait dengan langkah-langkah yang harus dijalankan oleh peneliti dalam menghimpun data. Hal ini adalah langkah paling penting dalam penelitian yang strategis, karena tujuan utamanya adalah memperoleh data (Beni, 2008). Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa Angket (Kuesioner).

Angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis bersifat terbuka atau tertutup yang harus dijawab oleh responden yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden tentang pribadinya atau hal-hal yang responden ketahui. (Wiratha, 2006) Dengan angket ini, peneliti dapat mengetahui hal-hal yang tidak dapat diungkapkan secara langsung. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup karena alternatif jawaban telah disediakan. Data yang diperoleh dari kuesioner ini, mengenai pengaruh pengetahuan masyarakat dan minat menabung di bank syariah. (Santoso, 2016).

Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

- a) Populasi
- Menurut Sugiyono (2008) Populasi adalah jumlah orang atau benda-benda yang bersifat umum dan mencakup objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu. Peneliti menggunakan populasi ini sebagai fokus studi mereka, lalu menganalisis data yang diperoleh untuk mencapai kesimpulan. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah masyarakat Kecamatan Pemenang Lombok Utara dengan jumlah populasi sebagai berikut:

Tabel 2. Jumlah Masyarakat Kecamatan Pemenang

Desa	Jumlah Penduduk	Persentase
Pemenang Barat	9.521	24%
Pemenang Timur	9.157	22%
Malaka	10.536	26%
Gili Indah	4.392	11%
Menggala	6.911	17%
Jumlah/Total	40.517	100%

Sumber : Badan Pusat Statistik 2023

- b) Sampel
- Menurut Sugiyono (2008) Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Pengambilan sampel dilakukan dengan perti mbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya, sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi yang ada, sehingga dibentuk sebuah perwakilan

populasi. Pengambilan sampel pada penelitian ini hanya sebagian kecil dari populasi disebabkan karena adanya keterbatasan jarak, waktu, dana dan kondisi pandemik saat ini. Hasil yang dipelajari dari sampel adalah kesimpulan yang di dapat dan berlaku untuk populasi. Maka dari itu sampel yang diambil harus benar - benar representatif.

Sampel pada penelitian saat ini adalah sejumlah responden masyarakat Kecamatan Pemenang dengan menggunakan metode Purposive Sampling yaitu penelitian yang tipe pemilihan sampel nya secara tidak acak yang informasinya di peroleh dengan menggunakan pertimbangan tertentu yang di sesuaikan dengan tujuan dan masalah dalam penelitian. (Indriantoro & Supomo, 2002).

Dalam penelitian saat ini jumlah sampel bergantung dari karakteristik dan populasi. Sampel yang akan di gunakan pada penelitian saat ini adalah sebagian masyarakat Kecamatan Pemenang. Dimana dalam pengambilan sampel pada penelitian saat ini menggunakan perhitungan sampel menurut Rumus Slovin. (Sugiyono, 2011).

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Error sampel menggunakan 10%

$$n = \frac{40.517}{1 + 40.517 \times (0,1^2)}$$
$$n = 99,7 \text{ (100)}$$

Dari hasil yang di dapat diatas, maka di bulatkan jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang terbagi berdasarkan persentase setiap kelurahan.

Tabel 3. Responden Per Desa

Kelurahan	Persentase
Pemenang Barat	24%
Pemenang Timur	22%
Malaka	26%
Gili Indah	11%
Menggala	17%
Jumlah	100%

Sumber: Data Diolah 2023

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Berdasarkan kuesioner yang telah disebar kepada responden yaitu masyarakat Kecamatan Pemenang yang tersebar di 5 desa, Sampel yang dapat di ambil yaitu berjumlah 100 responden dari keseluruhan populasi di Kecamatan Pemenang. Berikut adalah profil responden yang di teliti :

a) Jenis Kelamin Responden

Tabel 4. Jenis Kelamin

No	Kategori	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	61	61%
2	Perempuan	39	39%
Total		100	100%

Sumber : Data Diolah 2023

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa jumlah penduduk yang berjenis kelamin laki-laki 61 orang dengan persentase 61%, sedangkan perempuan berjumlah 39 orang dengan presentase 39%. Dari hasil tersebut menunjukan bahwa jumlah responden laki-laki lebih dominan di dibandingkan dengan responden perempuan.

b) Usia Responden

Tabel 5. Usia Responden

No	Kategori	Jumlah	Persentase
1	17-25 Tahun	40	40%
2	26-30 Tahun	28	28%
3	31-40 Tahun	21	21%
4	40-50 Tahun	11	11%
Total		100	100%

Sumber : Data Diolah 2023

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa batas usia responden sudah di tentukan oleh peneliti, mulai dari usia 17-25 berjumlah 40 orang dengan persentase 40%, usia 26-30 berjumlah 28 orang dengan persentase 28%, usia 31-40 berjumlah 21 orang dengan persentase 21%, usia 40-50 berjumlah 11 orang dengan persentase 11%.

c) Pendidikan Responden

Tabel 6. Pendidikan Responden

No	Kategori	Jumlah	Persentase
1	SD	10	10%
2	SMP	5	5%
3	SMA/SMK	52	52%
4	S1/S2	33	33%
	Total	100	100%

Sumber : Data Diolah 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan data pendidikan responden yang dibatasi oleh peneliti, SD berjumlah 10 orang dengan presentase 10%, SMP berjumlah 5 orang dengan presentase 5%, SMA/SMK berjumlah 52 orang dengan presentase 52%, S1/S2 berjumlah 33 orang dengan presentase 33%

d) Pendidikan Responden

Tabel 7. Alamat Desa Responden

No	Kategori	Jumlah	Persentase
1	Pemenang Barat	21	21%
2	Pemenang Timur	19	19%
3	Malaka	19	19%
4	Gili Indah	18	18%
5	Menggala	23	23%
	Total	100	100%

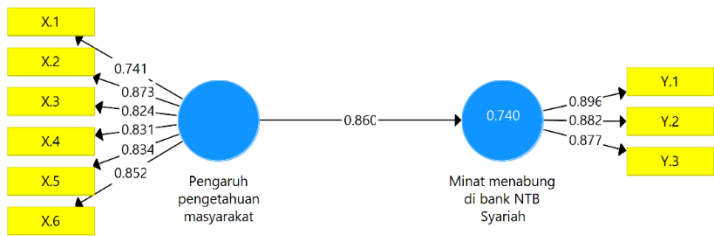
Sumber : Data Diolah 2023

Tabel di atas berdasarkan alamat desa responden di kecamatan pemenang kabupaten lombok utara. Pemenang barat berjumlah 21 orang dengan presentase 21%, pemenang timur berjumlah 19 orang dengan presentase 19%, malaka berjumlah 19 orang dengan presentase 19%, gili indah berjumlah 18 orang dengan presentase 18%, menggala berjumlah 23 dengan presentase 23%.

Analisis Outer Model

Model pengukuran atau outer model dengan indikator refleksif dievaluasi dengan melihat convergent dan discriminant validity dari indikator nya serta composite reliability untuk blok indikator. Nilai convergent dan discriminant validity bisa dilihat dari gambar berikut :

Gambar 1. Loading Faktor



Sumber : Data Diolah, 2023

Convergent Validity

Dari model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara item score/component score dengan construct score yang dihitung dengan standardized loading factor. Ukuran refleksif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0.70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai outer loading 0.60 dianggap cukup. (Ghozali, 2014).

Tabel 8. Output Outer Loading

	Pengetahuan (X)	Minat Menabung (Y)
X1	0,741	
X2	0,873	
X3	0,824	
X4	0,831	
X5	0,834	
X6	0,852	
Y1		0,896
Y2		0,882
Y3		0,877

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel *output outer loading* bisa dilihat bahwa hasil loading faktor dari setiap indikator untuk masing-masing konstruk sudah memenuhi nilai *Convergent validity* yang cukup tinggi karena sudah di atas 0.70. maka dapat disimpulkan bahwa indikator dari masing-masing konstruk tersebut

memiliki *convergent validity* yang baik.

Discriminant Validity

Dalam pengukuran model dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan pengaruh lintas dengan pengukuran konstruk. Jika hubungan antara konsep dengan item pengukuran lebih tinggi daripada hubungan konsep lainnya, itu menunjukkan bahwa konsep yang tersembunyi lebih baik dalam memprediksi ukuran dalam blok mereka daripada ukuran dalam blok lainnya. Metode lain untuk menilai discriminant validity adalah membandingkan nilai *square root of average variance extracted* (AVE). Direkomendasikan nilai *average variance extracted* harus lebih besar 0.50. (Ghozali, 2014).

Tabel 9. *Output Cross Loading*

	Penetahuan (X)	Minat Menabung (Y)
X1	0,741	0,581
X2	0,873	0,693
X3	0,824	0,726
X4	0,831	0,732
X5	0,834	0,666
X6	0,852	0,833
Y1	0,800	0,896
Y2	0,722	0,882
Y3	0,708	0,877

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa korelasi masing-masing setiap indikator lebih tinggi dari pada konstruk lainnya. Hal ini menunjukan bahwa konstruk laten memprediksi indikator pada blok nya sendiri lebih baik dari pada indikator blok yang lain, sehingga dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki discriminant validity yang baik.

Tabel 10. *Output Average Variance Extracted (AVE)*

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Minat Menabung (Y)	0,783
Pengetahuan (X)	0,684

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, dengan melihat nilai AVE yang sudah lebih dari 0.50 sehingga dapat dikatakan bahwa konstruk memiliki discriminant validity yang baik.

Composite Validity

Uji composite reliability dapat menggunakan cronbach's alpha dan composite reability. Menilai reliability konstruk dengan melihat nilai cronbach's alpha dan composite reliability. Menurut Nunnaly dalam Ghozali, 2014 Suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai composite reliability > 0.60. Namun apabila masing-masing konsturk dikatakan sangat reliabel jika nilai composite reliability dan cronbach's alpha > 0.80 .(Ghozali, 2014)

Tabel 11. *Output Composite Reliability*

	<i>Composite Reliability</i>
Minat Menabung (Y)	0,916
Pengetahuan (X)	0,928

Sumber : Data Diolah, 2023

Tabel 11. *Output Cronbach's Alpha*

	<i>Cronbach's Alpha</i>
Minat Menabung (Y)	0,862
Pengetahuan (X)	0,907

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, menunjukan bahwa nilai masing-masing dari konstruk diatas 0.80. Sehingga dapat di simpulkan bahwa masing-masing dalam model yang di analisis memiliki reliabilitas yang sangat baik.

Analisis Inner Model

Analisis inner model atau uji model struktural dilakukan dengan melihat pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel. Analisis inner model dimulai dengan PLS kita mulai dengan melihat R Square untuk setiap variabel laten endogen. Interpretasi nya sama dengan interpretasi pada regresi. Hasil R2 sebesar 0.67 yang mengindikasikan model “baik”, 0.33 yang mengindikasikan model “moderat”, dan 0.19 yang mengindikasikan model “lemah” untuk variabel laten endogen dalam model struktural. (Ghozali, 2014)

Tabel 12. *Output R Square*

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
Minat Menabung (Y)	0,740	0,738

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, kedua R Square pada tabel diatas mengindikasikan bahwa masing-masing model struktural pada penelitian ini dalam kategori “baik”.

Nilai R Square konstruk endogen minat menabung (Y) sebesar 0,740 hal ini menjelaskan bahwa konstruk pengaruh pengetahuan (X) pada model ini dalam menjelaskan konstruk minat menabung (Y) sebesar 0,74 %.

Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Meabung

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan diatas menunjukkan nilai R- square sebesar 0,740 atau 74,0 %, tersebut merupakan faktor yang mempengaruhi variabel Y, dan sisanya sebesar 26,0% merupakan pengaruh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Selain itu pada penelitian ini memperoleh hasil bahwa variabel pemahaman (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung (Y). hal tersebut ditunjukkan dari hasil T-Statistik > 1.96 yaitu sebesar 4,381 dan nilai p-Value < 0.05 yaitu sebesar 0.000. maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Dengan nilai Original Sample sebesar 0,860 atau 86,0%, artinya jika pemahaman mengalami kenaikan 1 likert point, maka minat menabung akan mengalami peningkatan sebesar 0,860 atau 86,0%, jika pemahaman mengalami penurunan 1 likert point, maka minat menabung akan mengalami penurunan sebesar 0,140 atau 14%.

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa pengetahuan cukup mempengaruhi minat menabung, dimana dengan pengetahuan yang cukup akan menimbulkan minat masyarakat untuk menabung di bank syariah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Haidah Dkk (2021), bahwa pengaruh pemahaman riba berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi di bank syariah. terbukti dari nilai koefisien regresi variabel pemahaman masyarakat tentang riba (X) sebesar 0,686 yang berarti bahwa apabila pemahaman masyarakat tentang riba mengalami peningkatan 1% maka minat bertransaksi di bank syariah akan meningkat 68,6%.

Namun penelitian ini menolak hasil penelitian yang dilakukan oleh Hafni Dkk (2021), berdasarkan hasil penelitian bahwa motivasi menghindari riba secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan marhamah. Sedangkan pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan marhamah dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Sedangkan secara simultan variabel bebas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah dengan tingkat signifikan sebesar 0,000.

Penelitian ini juga menolak hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi Dkk (2023), hasil perhitungan uji statistik t menunjukkan variabel pemahaman tentang bunga bank memiliki t hitung sebesar 1.924 dimana t hitung lebih besar dari t tabel yaitu ($1,924 > 1,68488$) dengan nilai signifikan ($0,062 > 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa variabel pemahaman tentang bagi hasil secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap minat menabung mahasiswa pada bank syariah. artinya mahasiswa kurang memahami terkait sistem bagi hasil pada bank syariah, sehingga mahasiswa kurang tertarik dalam menggunakan jasa bank syariah.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ernawati

Dkk (2021), Hasil penelitian ini menemukan bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan, hal ini dibuktikan dengan nilai sig-F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari alpha 0,05. Sedangkan secara parsial penghindaran riba dan pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. penelitian ini menyoroiti bahwa bank syariah harus fokus pada penyediaan lebih banyak produk bebas riba untuk menarik lebih banyak nasabah muslim. Selain itu pengetahuan nasabah terhadap produk bank syariah juga harus menjadi fokus bank untuk ditingkatkan.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahim Dkk (2022), dari hasil penelitian ini bahwa persepsi riba berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pelaku UMKM pada bank syariah. dari hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa persepsi riba berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pelaku UMKM pada bank syariah. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji parsial dimana variabel persepsi tentang riba memiliki nilai t hitung $> t$ tabel yaitu $3,881 > 2,0226$ dan nilai signifikan sebesar 0,000 yang berarti nilai sig. $< 0,05$. Artinya semakin baik persepsi seseorang terhadap riba maka semakin tinggi pula minat menabung di bank syariah.

Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya dan dari rumusan masalah yang disajikan peneliti diawal, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut :

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel pengetahuan terhadap variabel minat menabung pada masyarakat Kecamatan Pemenang di bank syariah. pengaruh pengetahuan dari seorang masyarakat terhadap suatu produk dan informasi mengenai bank syariah sangatlah penting, karena pengetahuan seorang konsumen terhadap produk dan informasi tentang bank syariah dapat dipengaruhi, mendasari atau menambah minat menabung seseorang untuk menggunakan bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah & Hartono, J. (2015). Partial Least Square (PLS) : Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta.
- Adawiyah, W. R. (2015). Pertimbangan, Pengetahuan, Dan Sikap Konsumen Individu Terhadap Bank Syariah. Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi dan Pembangunan, 11(2), 191.
- Anshori, A. G. (2018). Perbankan syariah di indonesia. UGM PRESS.
- Antonio, M. S. (2001). Bank Syariah : Dari teori ke praktik. Gema insani.
- Bawono, A. (2006). Multivariate Analysis Dengan SPSS. STAIN Salatiga Press.
- Dewi, L. C. (n.d.). PENGARUH PENGETAHUAN MASYARAKAT TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH” (Studi Pada Masyarakat Jorong Piliang Kecamatan Lima Kaum Kabupaten Tanah

Datar).

- Eka, A. N. (2022). Prosiding National Seminar on Accounting , Finance , and Faktor-Faktor yang Menyebabkan Masyarakat Desa Cenderung. 2(7), 113–122.
- Ghozali, I. (2014a). Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan PARTIAL LEAST SQUARE (PLS). Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, I. (2014b). Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan PARTIAL LEAST SQUARE (PLS). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habibah, G. W. I. A., & Hasanah, A. N. (2021). Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi pada Masyarakat Desa Pagar Puding Kec. Tebo Ulu). Jurnal Margin: Journal Of Islamic Banking, 1(1), 44–57.
- Hanum, R. (2022). Ontologi, Epistemologi Dan Aksiologi Ilmu Sains. Taffaham: Jurnal Pendidikan dan Riset, 1(1), 87–92.
- Hasan, A. (2010). Marketing bank syariah: cara jitu meningkatkan pertumbuhan pasar bank syariah. Ghalia Indonesia.
- Hasibuan, F. U., & Wahyuni, R. (2020). PENGARUH PENGETAHUAN MASYARAKAT DAN MINAT PENERAPAN NILAI ISLAM TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN TABUNGAN PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa). Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6(1), 22–33.
- Inayah, N., & Sudiarti, S. (2017). Analisis Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah. Jurnal At-Tawassuth, 2(1), 191–214.
- Indriantoro & Supomo, B. (2002). Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen. BPFE-Yogyakarta.
- Islam, J. E. (2020). Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning). Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam, 1(2), 113–122.
- Juraya, N. (2022). Pangsa pasar perbankan syariah 6,65 persen, ojk : harus rasional. REPUBLIKA.CO.ID.
- Karang, Ketut Pradnyadika, S. T. S. (2022). Kecamatan Pemenang dalam Angka 2022. BPS Kabupaten Lombok Utara, 97.

Kompas.com. (2020). Menabung : Definisi, Manfaat Dan Keuntungannya.

Kristiyadi, & Hartiyah, S. (2016). PENGARUH KELOMPOK ACUAN , RELIGIUSITAS , PROMOSI DAN PENGETAHUAN TENTANG LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG DI KOPERASI SYARIAH (Studi Kasus pada BMT TAMZIS Wonosobo). *Ekonomi dan Teknik Informatika*, 5(Hutabarat 2010), 44–63.

Mulyaningtyas, I. F., Soesatyo, Y., & Sakti, N. C. (2020). Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Siswa Pada Bank Syariah Di Kelas Xi Ips Man 2 Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 8(1), 53.

Nasution. (2005). *Mnajemen Mutu Terpadu*. Bogor Ghalia Indonesia.

Nurbaiti, Supaino, & Fadhilah, D. (2020). Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pesantren Di Bank Syariah. *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)*, 1(2), 31–37.

Nurhakim, A. (2023). Pahami contoh minat dan bakat berdasarkan jenisnya serta cara mengenalinya. quiper.com.

Nurhasana. (2021). Pengaruh Pengetahuan Dan Pelayanan Terhadap Persepsi Dan Minat Menabung Masyarakat Muslim Di Bank Syariah (Study pada Masyarakat Kecamatan Tonra, Kabupaten Bone). 1–125.

Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung, Alfabeta 2017.

Putri, Y., Solihat, A., Rahmayani, R., Iskandar, I., & Trijumansyah, A. (2019). Strategi meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Performa*, 16(1), 77–88.

Ratih, H. (2005). *Bauran pemasaran dan loyalitas kunsumen*. Alfabeta.

Ratna Wardani, Y. P. (2013). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Ibu Dalam Memilih Makanan Sehari-hari Dalam Keluarga di Rt 25 RW 09 Lingkungan Tirtoudan kelurahan Tosaren. *Jurnal Eduhealth*, 3(2), 1–8.

Santoso, L. (2016). Persepsi Masyarakat Umum Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus di Kabupaten Semarang).

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta 2011.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan kombinasi*

195 Pengaruh Pengetahuan dan Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah
(Studi Pada Masyarakat Kecamatan Pemenang Lombok Utara)

(mixed methods). Bandung : Alfabeta.

Wiratha, I. M. (2006). Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi. Yogyakarta :
ANDI, 2006.

Yogiarto. (2015). Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan
Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan
Mudharabah. 2(1), 165.