

Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI)

Hendra Novian^{1*}, Muhamad Wardany Anwar², Fauzi³, Rita Irviani⁴

^{1,2} Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Maarif Kalirejo Lampung Tengah

^{3,4} Institut Bakti Nusantara (IBN) Pringsewu, Lampung, Indonesia

*Email korespondensi: hnfaras@gmail.com

Abstract

Public interest in saving is the most basic thing for banks because it can help grow the success of banks, while customer knowledge about savings products will be a factor that influences customer interest in saving. The lack of socialization to the public or customers in introducing Islamic bank products, especially savings products, causes the public or customers to understand less about existing savings products. The purpose of this research is to determine the extent of the influence of product knowledge on interest in saving at Bank Syariah Indonesia (BSI) Kalirejo Central Lampung Cash Office in 2022. This type of research is a descriptive research type and uses a quantitative approach method with the population, namely customers who save at Bank Syariah Indonesia (BSI) Kalirejo Central Lampung Cash Office. This research is a study that uses descriptive research and quantitative approach methods with the population, namely customers who save at Bank Syariah Indonesia (BSI) Kalirejo Cash Office, Central Lampung. The sampling technique used Probability Sampling technique with Simple Random Sampling method with Slovin formula as many as 99 customers. Data collection techniques using questionnaires (questionnaires), observation, interviews and documentation. Based on the results of the study, it can be concluded that the influence of knowledge of each type of savings product has a positive effect on interest in saving at Bank Syariah Indonesia (BSI) Kalirejo Cash Office, Central Lampung. This is evidenced by the results of the joint test (T-test), namely the acquisition of a significant value of $0.000 < 0.05$ so that H_a is accepted. And the R Square value of 0.654 which means it has an influence of 65.4%, indicating that the value of interest in saving is influenced by knowledge of each type of savings product while the remaining 34.6% is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: Interest in Saving, Savings Product Knowledge

Saran sitasi: Novian, H., Anwar, M. W., Fauzi., & Irviani, R. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI). *Jurnal ilmiah ekonomi islam*, 9(03), 4082-4091. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i3.11358>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i3.11358>

1. PENDAHULUAN

Bank Syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi untuk mempelancar mekanisme ekonomi di *sektor riil* melalui aktivitas kegiatan usaha (investasi, jual beli, atau lainnya) berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan nilai-nilai syariah yang bersifat makro maupun mikro (Ascarya,2015)

Dunia perbankan saat ini terus bergerak maju kedepan dengan sangat aktif dan dinamis.Pergerakan

ini didukung dengan adanya tantangan yang semakin luas dan kompleks industri tersebut, serta perkembangan teknologi perbankan yang semakin maju. Situasi ini mendorong industri perbankan harus cepat dan tanggap dalam menjalankan fungsi dan tanggung jawabnya, terutama dalam memperoleh kepercayaan masyarakat akan produk dan layanan perbankan yang aman, nyaman dan berkualitas (Faisal Umardani Hasibuan,2020).

Minat masyarakat untuk menabung menjadi hal yang paling mendasar bagi perbankan karena dapat membantu menumbuhkan keberhasilan bank. Senada dengan pendapat Chaplin yang menjelaskan bahwa

"Minat diartikan sebagai keinginan seseorang untuk lebih memfokuskan pada beberapa aktivitas sesuai dengan objek yang disukai" (Vista Dona Citrawati, 2021). Minat menurut Sumadi Suryabrata yaitu "Suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau suatu aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu hal yang diluar dirinya" (Yuliatul Muzammil, 2021)

Menurut pendapat Djamarah yang menjelaskan bahwa : Minat menunjukkan dorongan seseorang untuk menetapkan tingkah laku satu arah pada objek yang dituju. Seseorang akan memfokuskan diri terhadap kegiatan tersebut secara konsisten dengan penuh rasa senang. Hal ini juga terjadi dalam dunia perbankan dimana minat masyarakat untuk menyimpan uang di Bank menjadi hal yang paling mendasar dan perlu dikembangkan. Dalam Al-Qur'an anjuran untuk menabung terdapat dalam QS. Al Furqaan ayat 67 yang berbunyi:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: "Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, di antara keduanya secara wajar"

Menurut Azhari Ahmad Tarigan, surat Al-Furqan ayat 67 memiliki keterkaitan yang erat dengan makna *al-iqtishad* dan *al-muqtashid* yang mengandung arti penghematan dan tidak berlebih-lebihan. Artinya, ayat tersebut mengajarkan umat muslim untuk hidup sederhana dan tidak berlebihan dalam membelanjakan harta mereka. Menurut Umi Rochmatul Ummah dalam *tafsir al-Maraghi* dan *tafsir An-nur*, keduanya menuliskan bagaimana sifat seorang mukmin dalam membelanjakan dan menggunakan harta yang dimilikinya seperti yang telah Allah wahyukan dalam ayat tersebut. "Hamba Allah yang benar-benar mukmin tidak akan melampaui batas atau berlebihan dalam mengeluarkan hartanya. Mereka juga tidak berlaku kikir terhadap diri sendiri maupun keluarga. Mereka mengeluarkan nafkah secara seimbang, tidak berlebihan dan tidak kekurangan". Sehingga dapat disimpulkan ayat tersebut menjelaskan seorang hamba yang baik adalah orang yang tidak berlebihan dalam mengeluarkan harta dan tidak kikir, salah satunya dengan cara menabung.

Pengetahuan nasabah tentang produk tabungan akan menjadi faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menabung. Senada dengan pendapat Kristiyadi & Hartiyah menjelaskan bahwa "Tingginya pengetahuan adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat menabung" (Alifah Dwi Novianti, Luqman Hakim, 2021). Hasil penelitian Gampu, Kawet dan Uhin yang menyimpulkan bahwa "Aspek pengetahuan memberikan pengaruh yang sangat signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menentukan pilihan di PT Bank Sulutgo Cabang Utama Manado" (Vista Dona Citrawati Dkk, 2021) Dengan ini dapat disimpulkan bahwa pemahaman akan pengetahuan produk tabungan yang ditawarkan dengan baik, maka akan sangat berpengaruh terhadap minat menabung.

Adapun beberapa penelitian yang terkait mengenai pengaruh pengetahuan produk terhadap minat menabung telah banyak dilakukan, dalam penelitian yang dilakukan Vista Donna Citrawati, Adhi Prakosa, Anindita Imam Basric yang berjudul *Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Produk, dan Reputasi Terhadap Minat Menabung di Tabungan Tamansari BPR Bantul* dengan kesimpulan variabel pengetahuan, promosi, produk, dan reputasi secara simultan berpengaruh terhadap minat menabung di BPR Bank Bantul (Vista Dona Citrawati Dkk, 2021).

Dalam Penelitian yang dilakukan Sigit Setiyo Nugroho yang berjudul *Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Dosen FIAI Kopertais III D.I Yogyakarta Di Bank Syariah* dengan kesimpulan pengetahuan produk perbankan syariah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung dosen FIAI Kopertais di Bank Syariah (Sigit Setiyo Nugroho, 2020). Penelitian yang dilakukan Rikky Ramadhan yang berjudul *Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Pengetahuan Produk Tabungan Santri Pondok Pesantren Al-Barokah Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah* dengan kesimpulan Tingkat religiusitas dan pengetahuan produk tabungan secara bersama-sama mempengaruhi minat menabung santri. Karena nilai signifikan untuk pengaruh tingkat religiusitas dan pengetahuan produk tabungan secara simultan terhadap minat menabung santri (Rikky Ramadhan, 2019).

Pada 1 Febuari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah Menjadi satu entitas yaitu Bank

Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan yang lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung dengan sinergi perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk bersaing di tingkat global (<https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>). Salah satu produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) yaitu *Funding* (Produk Penghimpunan Dana) yang salah satunya berbentuk Tabungan. Ada berbagai jenis produk tabungan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia, yaitu (<https://webform.bsi.co.id/catalog/#popup>).

- a. Tabungan Easy Mudharabah adalah jenis tabungan yang dimana nasabah bertindak sebagai pemilik dana dan bank sebagai pengelola dana
- b. Tabungan Easy Wadi'ah adalah jenis tabungan yang dimana nasabah menitipkan dananya kepada bank
- c. Tabunganku adalah jenis tabungan perorangan guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat
- d. Tabungan Pensiun adalah jenis tabungan yang diperuntukan bagi nasabah perorangan yang terdaftar di lembaga pengelola pensiun yang telah bekerjasama dengan bank
- e. Tabungan Maburur adalah jenis tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umroh

Walaupun sudah ditandainya penggabungan Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah dan BNI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI) masih terdapat permasalahan yaitu dalam pemahaman atau pengetahuan nasabah atau masyarakat yang kurang mengetahui informasi setiap jenis produk tabungan yang ditawarkan.

Dalam penelitian yang dilakukan Faisal Umardani Hasibuan dan Rahma Wahyuni dimana responden penelitiannya yaitu masyarakat kota Langsa "Berbicara mengenai pengetahuan masyarakat Kota Langsa tentang Bank Syariah. Ternyata belum semua masyarakat mengetahui atau mendengar tentang Bank Syariah. Hal ini dikarenakan oleh, masih kurangnya sosialisasi yang diberikan oleh pihak Bank Syariah ke masyarakat Kota Langsa"(Faisal Umardani Hasibuan Dkk, 2020).

Adapun dari data literasi keuangan nasional berada di kisaran 38% hingga 39%. Sementara itu, literasi keuangan syariah nasional baru berada di kisaran 8% sampai 9%.

Dalam persoalan sosialisasi kepada masyarakat mengenai bank syariah masih relatif kecil, hanya sebagian masyarakat yang paham tentang ciri-ciri dan keistimewaan yang dimiliki oleh bank syariah. Sosialisasi perbankan syariah kepada masyarakat harusnya di dukung oleh sumber daya insani yang memadai baik dari segi kualitas maupun dari segi kuantitasnya, namun realitas yang ada menunjukkan bahwa masih banyak sumber daya insani yang selama ini terlibat dalam institusi perbankan syariah tidak memiliki pengalaman akademis maupun praktis dalam *islamic banking* (Hidayatinaa,2018)

Tabel 1.

Data Nasabah yang Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah Sesuai Jenis Tabungan Per 28 Febuari 2022

No	Jenis Tabungan	Nasabah yang Menabung
1.	Tabungan Easy Mudharabah	2.727
2.	Tabungan Easy Wadi'ah	1.426
3.	Tabungan Maburur	2.590
4.	Tabungan Pensiun	100
5.	Tabunganku	74

Kurangnya sosialisasi ke masyarakat atau nasabah dalam memperkenalkan produk bank syariah khususnya produk tabungan menyebabkan masyarakat atau nasabah kurang memahami produk tabungan yang ada. Untuk itu, perlu adanya kerjasama dari berbagai pihak untuk memberi pengetahuan ataupun pemahaman kepada masyarakat atau nasabah tentang produk tabungan perbankan syariah.

Berdasarkan pada latar belakang masalah penelitian di atas, maka masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah: Adakah pengaruh pengetahuan produk terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah tahun 2022?

Pengetahuan Produk

Pengetahuan Produk Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminology produk, atribut atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk (Rifki Suprpto Dkk, 2019). Adapun pengetahuan produk menurut para ahli adalah sebagai berikut:

- a. Menurut Nitisusastro, Pengetahuan Produk merupakan hal penting yang harus dikomunikasikan oleh pemasar dalam memberikan petunjuk atas produk yang ditawarkan kepada konsumen.
- b. Menurut Lin dan Lin, pengetahuan produk konsumen didasarkan pada tingkat kebiasaan (Familiarity) terhadap produk. Konsumen dengan pengetahuan produk yang lebih tinggi akan memiliki daya ingat pengenalan, analisis dan kemampuan logis yang lebih baik dari pada konsumen dengan pengetahuan produk yang rendah.

Pengetahuan produk dibagi menjadi tiga jenis diantaranya adalah sebagai berikut (M. Anang Firmansyah, 2018)

- a. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk. Atribut produk suatu produk dibagi menjadi atribut fisik dan atribut abstrak. Atribut fisik menggambarkan ciri-ciri fisik suatu produk, sedangkan atribut abstrak menggambarkan karakteristik subjektif dari suatu produk berdasarkan persepsi konsumen
- b. Pengetahuan tentang manfaat produk. Konsumen akan merasakan dua jenis manfaat setelah mengonsumsi suatu produk yaitu manfaat fungsional (manfaat yang dirasakan konsumen secara psikologis) dan manfaat psikososial (yang menyangkut aspek psikologis seperti perasaan, emosi, dan suasana hati).
- c. Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen. Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan oleh suatu produk juga tentu akan mempengaruhi keputusan pembelian.

Pengetahuan produk merupakan informasi-informasi terkait produk yang ditawarkan baik merek, kualitas, perbedaan dan keunggulan produk yang ditawarkan dengan produk lainnya serta manfaat dan kegunaan produk tersebut bagi konsumen.

Minat Menabung

Menurut Sofyan Assauri, minat merupakan keinginan yang timbul dalam diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai tujuan tertentu. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa atau produk tertentu. Keputusan yang diambil pembeli merupakan sebuah proses pengambilan keputusan atau pembelian yang mencakup penentuan apa saja yang akan dibeli atau tidak merupakan pembelian dan keputusan tersebut

akan diperoleh dari kegiatan kegiatan sebelumnya yang kebutuhan dana yang dimiliki (Sofyan Assauri, 2012).

Faktor yang Mempengaruhi Minat

Terdapat berbagai faktor yang dapat mempengaruhi minat konsumen yang dikemukakan oleh Kotler, Bowen, dan Makens dalam Wibisaputra faktor yang pertama adalah situasi tidak terduga. Situasi ini terjadi secara tiba tiba yang mana konsumen dengan spontan memiliki minat terhadap produk atau jasa tanpa adanya dorongan maupun keterpaksaan. Sementara faktor lainnya adalah sikap terhadap orang lain. Pada saat orang lain menggunakan suatu produk atau jasa, konsumen lain dapat melihat dan tertarik pada produk atau jasa tersebut. Semakin besar sikap positif orang lain akan mempengaruhi niat pembelian konsumen lainnya, begitu pula sebaliknya (Yuliana Siti, 2019).

Unsur-unsur Minat Menabung

Menurut Sobria minat menabung mengandung 3 unsur yaitu (Siti Maisharah Amanda Dkk, 2019)

- a. Unsur Kognisi (mengenal) yaitu dimana bahwa minat itu didahului oleh pengetahuan dan informasi mengenai objek yang dituju oleh minat.
- b. Unsur Emosi (perasaan) didalam partisipasi atau pengalaman itu selalu disertai dengan perasaan tertentu yang biasanya seperti perasaan senang.
- c. Unsur Konasi (kehendak) yang dimana merupakan kelanjutan dari unsur diatas yaitu diwujudkan dalam bentuk kemauan dan hasrat untuk melakukan suatu kegiatan

Dimensi dan Indikator Minat Menabung

Dimensi dan Indikator Minat Menabung sebagai berikut (Hendrawan dkk, 2019)

- a. Pengetahuan agama pengetahuan agama adalah dimensi yang menerangkan seberapa jauh seseorang mendalami keyakinan dan ajaran agamanya sebagaimana dalam agama islam yang telah mengatur mengenai kaidah kaidah keilmuan ekonomi islam/perbankan, adapun indikatornya sebagai berikut:

- 1) saya minat menabung di bank syariah karena sudah sesuai dengan prinsip prinsip syariah islam.
- 2) saya minat menabung di bank syariah karena ingin terhindar dari riba dan ingin menerapkan ekonomi yang berlandaskan syariat islam.

- b. Pengaruh Lingkungan yaitu keinginan seseorang untuk menabung yang juga dipengaruhi orang lain oleh yang mengarah kepada penyesuaian diri dan lingkungan, adapun indikatornya yaitu:
- 1) saya minat menabung di bank syariah Karena keluarga saya
 - 2) minat muncul dari orang yang juga menabung di bank syariah.
- c. Dorongan dari dalam dorongan dari dalam merupakan faktor yang mempengaruhi minat seseorang yang mengarah pada kebutuhan individu dan juga dalam diri seseorang, adapun indikatornya yaitu: keinginan yang muncul
- 1) saya minat menabung untuk menyimpan sebagian dari hasil gaji
 - 2) saya menyadari pentingnya menabung untuk investasi masa depan.

Perbankan Syariah

Perbankan Syariah didefinisikan sebagai bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan pada prinsip syariah (Alqur'an dan al-Hadits) dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) (Chasanah Novambar Andiyansari, 2020)

2. METODE PENELITIAN

Adapun waktu penelitian ini adalah terhitung dari awal tahun 2022 sampai dengan selesainya penelitian. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan metode pendekatan secara kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistic (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Jumlah Nasabah yang menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah per 28 Febuari 2022 yang berjumlah **6.917** Nasabah (Arif Parulian S,2022). Dalam pengambilan sampel, peneliti ini menggunakan teknik *Probability Sampling* dengan metode *Simple Random Sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Sampel dalam penelitian ini adalah Nasabah yang menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah.

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data untuk melakukan penelitian ini adalah: Pertama adalah Kuesioner (Angket) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2019). Kemudian yang kedua dengan cara observasi, Observasi dalam penelitian ini yaitu observasi terstruktur yaitu observasi yang telah dirancang secara sistematis, tentang apa yang diamati, kapan dan dimana tempatnya. Kemudian yang ketiga dengan cara wawancara, dimana wawancara dalam penelitian ini dilakukan secara terstruktur, wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Berikutnya dengan cara dokumentasi, dokumentasi yaitu mengumpulkan data dengan melihat atau mencari suatu laporan yang telah tersedia (Faisal Umardani Hasibuan, 2019) Dokumentasi yang dimaksud adalah seperti buku-buku, laporan perusahaan yang berkaitan secara langsung dengan obyek penelitian.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat- tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Dimana "jika nilai r hitung $> r$ table maka butir kuesioner dinyatakan valid. Sementara jika nilai r hitung $< r$ tabel maka butir soal kuesioner dinyatakan tidak valid.

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X^2)\} \{N\sum Y^2 - (\sum Y^2)\}}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi anantara variabel x dan y
N = Jumlah responden
X = Skor masing – masing item
Y = Total skor item
XY = Jumlah hasil perkalian antara x dan y

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabel menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu, reliabel artinya dapat dipercaya jadi dapat diandalkan (Suharsimi Arikunto, 2019). Uji

reliabilitas instrumen penelitian ini menggunakan rumus Cronbach's Alpha apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka hasil pengujian hipotesis tersebut reliabel dengan tingkat signifikansi (α) = 0,6 dan juga apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka hasil pengujian hipotesis tersebut tidak reliabel.

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1}\right) \left[1 - \frac{\sum a_{bt}^2}{a_{bt^2}}\right]$$

Keterangan:

- r_{11} = Koefisien reliabilitas
- k = Banyaknya butiran pertanyaan atau soal
- $\sum a_{bt}^2$ = Jumlah variabel butir
- a_{bt^2} = Varians total

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah alat yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau independen dan variabel terikat atau dependen berdistribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas yaitu jika nilai sig (signifikansi) $> 0,05$ maka data berdistribusi normal, sedangkan jika nilai sig (signifikansi) $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

Uji Linieritas

Uji linearitas adalah alat yang digunakan untuk mengetahui sifat yang berhubungan secara linear dari variabel bebas atau independen dan variabel terikat atau dependen. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas yaitu jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas atau independen dan variabel terikat atau dependen, sedangkan jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas atau independen dan variabel terikat atau dependen.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah alat yang digunakan untuk mengetahui apakah sebuah data mempunyai variansi yang sama diantara data tersebut, dimana data yang diharapkan dalam uji heteroskedastisitas adalah tidak memiliki variansi yang sama. Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas yaitu jika nilai sig (signifikansi) $> 0,05$ maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi, sedangkan jika nilai sig (signifikansi) $< 0,05$ maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Uji Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji analisis regresi linier sederhana adalah teknik statistik untuk mengetahui pengaruh variabel bebas atau independen (X) terhadap variabel terikat atau dependen (Y). Penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = \alpha + bx$$

Keterangan :

- Y = Minat menabung
- A = Konstanta
- B = Koefisien regresi
- X = Pengetahuan nasabah tentang produk tabungan

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji-T) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh anatara variabel bebas atau independen secara persial terhadap variabel terikat atau dependen. Hasil dari uji-t adalah untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Uji Bersama - Sama (Uji-F) adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel bebas atau independen secara bersama -sama terhadap variabel terikat atau dependen. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2) dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel satu dengan yang lain. Semakin tinggi nilai R^2 berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan.

Rumus uji R^2 : $KP = R^2 \times 100\%$

Keterangan:

- KP = Nilai kontribusi kolerasi
- R^2 = Koefisien determinan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

3.1.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS 20. Pengukuran ini akan menggunakan korelasi product moment pearson. Tingkat signifi kan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 5%.

Berdasarkan uji validitas per variabel didapat bahwa nilai r hitung lebih besar dari pada r table, kemudian dapat disimpulkan bahwasanya pernyataan dalam variabel pengetahuan produk (X) dan variabel minat menabung (Y) tersebut valid.

3.1.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrumen penelitian ini menggunakan rumus Cronbach's Alpha apabila r hitung $>$ r tabel maka hasil pengujian hipotesis tersebut reliabel dengan tingkat signifikansi (α) = 0,6 dan juga apabila r hitung $<$ r tabel maka hasil pengujian hipotesis tersebut tidak reliabel.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas
Reliability Statistics

Variable	Cronbach's Alpha	Batas	Ket
Pengetahuan Produk (X)	0,831	0,6	Reliabel
Minat Menabung (Y)	0,872	0,6	Reliabel

Sumber: Hasil olah data SPSS 20

Hasil pengujian terhadap reliabilitas kuesioner menghasilkan angka Cronbach Alpha sebesar 0,831 pada variabel pengetahuan produk (X) dan 0,872 pada variabel minat menabung (Y), karena diperoleh nilai koefisien reliabilitas $>$ 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwasanya instrument penelitian dinyatakan reliabel.

3.1.3. Uji Normalitas

Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas yaitu jika nilai sig (signifikansi) $>$ 0,05 maka data berdistribusi normal, sedangkan jika nilai sig (signifikansi) $<$ 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 4 Hasil Uji Linearitas
ANOVA Table

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Minat Menabung * Pengetahuan Produk	(Combined)	423.720	12	35.310	16.477	.000
	Between Groups	397.665	1	397.665	185.562	.000
	Deviation from Linearity	26.055	11	2.369	1.105	.367
	Within Groups	184.300	86	2.143		
	Total	608.020	98			

Sumber: Hasil olah data SPSS 20

Berdasarkan hasil uji linearitas menghasilkan nilai sig (signifikansi) *deviation from linearity* sebesar 0,367 $>$ 0,05 maka dapat disimpulkan bahwasanya terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas atau independen (X) dan variabel terikat atau dependen (Y).

Tabel 3 Hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	99
Normal Mean	0E-7
Parameters ^{a,b} Std. Deviation	1.46508855
Most Extreme Absolute	.102
Positive	.102
Differences Negative	-.092
Kolmogorov-Smirnov Z	1.017
Asymp. Sig. (2-tailed)	.252

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil olah data SPSS 20

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan rumus Sample Kolmogorov-Smirnov Test diperoleh nilai Asymp.Sig. (2-tailed) sebesar 0,252 $>$ 0,05 maka dapat disimpulkan bahwasannya data berdistribusi normal.

3.1.4. Uji Linearitas

Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas yaitu jika nilai probabilitas $>$ 0,05 maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas atau independen dan variabel terikat atau dependen, sedangkan jika nilai probabilitas $<$ 0,05 maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas atau independen dan variabel terikat atau dependen.

3.1.5. Uji Heteroskedastisitas

Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas yaitu jika nilai sig (signifikansi) $>$ 0,05 maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi, sedangkan jika nilai sig (signifikansi) $<$ 0,05 maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	2.417	1.133		2.134	.035
1 Pengetahuan Produk	-.047	.041	-.117	1.159	.249

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Hasil olah data SPSS 20

Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat bahwa hasil uji heteroskedastisitas menghasilkan nilai sig (signifikansi) sebesar 0,249 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwasanya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

3.1.6. Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Uji analisis regresi linear sederhana adalah teknik statistik untuk mengetahui pengaruh variabel bebas atau independen (X) terhadap variabel terikat atau dependen (Y), Penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = \alpha + bx$$

Tabel 6

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	3.882	1.757		2.210	.029
1 Pengetahuan Produk	.861	.064	.809	13.542	.000

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Hasil olah data SPSS 20

Minat menabung masyarakat di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah sebesar = 3,882 + 0,861 pengetahuan produk. Uji regresi sederhana yaitu regresi yang hanya melibatkan dua variabel yaitu variabel pengetahuan produk dan variabel minat menabung. Nilai konstantanya positif sebesar 3,882 menunjukkan pengaruh positif variabel pengetahuan produk. jika

variabel pengetahuan produk naik maka variabel minat menabung akan naik. Hal ini menunjukkan bahwasanya setiap pengetahuan produk tentang jenis produk tabungan yang ditawarkanakan menyebabkan meningkatnya minat menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah. Nilai koefisien regresi variabel minat menabung memiliki nilai positif yaitu sebesar 0,861 yang artinya semakin baik minat menabung maka akan semakin positif dan baik pula pengetahuan produk tentang setiap jenis produk tabungan yang ditawarkan untuk menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah.

3.1.7. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji-T)

Dasar pengambilan keputusan dalam uji parsial (uji-t), jika nilai sig (signifikansi) < probabilitas 0,05 maka terdapat pengaruh antara variabel bebas atau independen dan variabel terikat atau dependen, sedangkan jika nilai sig (signifikansi) > probabilitas 0,05 maka tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas atau independen dan variabel terikat atau dependen.

Tabel 7

Hasil Uji Parsial (Uji-T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	3.882	1.757		2.210	.029
1 Pengetahuan Produk	.861	.064	.809	13.542	.000

a. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Hasil olah data SPSS 20

Berdasarkan tabel diatas, dapat diperoleh nilai sig (signifikan) sebesar 0,000 < 0,05.. Maka dapat disimpulkan bahwasanya terdapat pengaruh antara pengetahuan produk terhadap minat menabung.

b. Uji Bersama - Sama (Uji-F)

Dasar pengambilan keputusan dalam uji bersama - sama (uji-f), jika nilai sig (signifikansi) < 0,05 maka variabel bebas atau independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat atau dependen, sedangkan jika nilai sig

(signifikansi) > 0,05 maka variabel bebas atau independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat atau dependen.

Tabel 8 Uji Bersama - Sama (Uji-F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	397.665	1	397.665	183.373	.000 ^b
Residual	210.355	97	2.169		
Total	608.020	98			

- a. Dependent Variable: Minat Menabung
- b. Predictors: (Constant), Pengetahuan Produk

Sumber: Hasil olah data SPSS 20

Berdasarkan tabel diatas, dapat diperoleh nilai sig (signifikan) sebesar 0,000<0,05. Maka dapat disimpulkan bahwasanya variabel bebas (Pengetahuan Produk) atau independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat (Minat Menabung) atau dependen.

c. Uji Koefisien Determinasi (UjiR²)

Uji koefisien determinasi (ujiR²) dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel satu dengan yang lain. Semakin tinggi nilai R² berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan.

Rumus uji R² :

$$KP = R^2 \times 100\%$$

Tabel 9

Hasil Uji Koefisien Determinasi (UjiR²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.809 ^a	.654	.650	1.473

- a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Produk
- b. Dependent Variable: Minat Menabung

Sumber: Hasil olah data SPSS 20

Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat bahwa nilai R Square sebesar 0,654.

Dengan rumus :

$$KP = R^2 \times 100\%$$

$$KP = (0,809)^2 \times 100\%$$

$$KP = 0,654 \times 100\%$$

$$KP = 65,4\%$$

Hasil ini memperlihatkan bahwa 65,4% menunjukkan nilai minat menabung dipengaruhi oleh pengetahuan produk, sedangkan sisanya sebesar 34,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3.2. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah tahun 2022, dimana responden dalam penelitian ini berjumlah 99 nasabah yang menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Kas KalirejoLampung Tengah.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwasanya pengaruh pengetahuan setiap jenis produk tabungan berpengaruh positif terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah tahun 2022. Hal ini dibuktikan dari hasil uji bersama - sama (uji-T) yaitu perolehan nilai T sebesar 13,542 dan nilai signifikan sebesar 0,000<0,05 sehingga H_aditerima. Dan nilai R Square sebesar 0,654 yang berarti memiliki pengaruh sebesar 65,4% menunjukkan nilai minat menabung dipengaruhi oleh pengetahuan setiap jenis produk tabungan sedangkan sisanya sebesar 34,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Sigit Setiyo Nugroho yang menyimpulkan bahwa pengetahuan produk perbankan syariah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung dosen FIAI kopertais dibank syariah. Dengan dibuktikan dari hasil pengujian variabel secara parsial antara variabel pengetahuan produk perbankan syariah terhadap minat menabung dosen FIAI kopertais di bank syariah dengan hasil nilai t sebesar 2,026 dengan nilai signifikan sebesar 0,047.

Sehingga kita dapat simpulkan bahwasanya, jika pengetahuan setiap jenis produk tabungan semakin baik, maka minat menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah akan semakin baik pula. Dan sebaliknya, jika pengetahuan setiap jenis produk tabungan semakin buruk, maka minat menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah akan semakin buruk pula.

Pengetahuan nasabah tentang produk tabungan akan menjadi faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menabung. Senada dengan pendapat Kristiyadi & Hartiyah menjelaskan bahwa "Tingginya pengetahuan adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat menabung".

4. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil data penelitian yang telah dikumpulkan, diolah dan dianalisis. Maka dapat disimpulkan bahwasanya pengaruh pengetahuan setiap jenis produk tabungan berpengaruh positif terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah. Hal ini dibuktikan dari hasil uji bersama - sama (uji-T) yaitu perolehan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_a diterima. Dan nilai R Square sebesar 0,654 yang berarti memiliki pengaruh sebesar 65,4% menunjukkan nilai minat menabung dipengaruhi oleh pengetahuan setiap jenis produk tabungan sedangkan sisanya sebesar 34,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Alifah D.N., & Luqman, H. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Produk Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Dengan Variabel Moderating Persepsi. *Jurnal Pendidikan Akuntansi*, Vol. 9 No. 1 (2021), h. 117
- Arif Parulian S, Cash Outlet Supervisor (COS) BSI KK Kalirejo, Wawancara, 09 Maret 2022, Pukul 11.00 WIB
- Ascarya. (2015). *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta : Rajawali Pers. Cet. Ke-5, Jilid 1, h. 30
- Chasanah Novambar Andiyansari, "Akad Mudharabah dalam Perspektif Fikih dan Perbankan Syariah," *Salih* 3, no. 2 (2020): 49
- Eko Putra, "Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Citra Swalayan Dengan Variabel Intervening Service Quality", *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, Vol. 2 No. 2 (2014), 89-94
- Faisal Umardani Hasibuan, Rahma Wahyuni, "Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa)", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6 (01), 2020.
- Hendrawan dkk, "Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah", *Journal Of Bussines Administration*, Vol.1 No.2, 2017.
- Hidayatinaa, "Pengaruh Sosialisasi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Nasabah", *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Lhokseumawe Tahun 2018, h. 11
- Joko Prambudi, Jati Imantoro, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Ukm Maleo Lampung Timur", *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, Vol. 1 No. 3 (2021).
- M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018).
- Rifki Suprpto, M. Zaki Wahyuddin, *Buku Ajaran Manajemen Pemasaran*, (Jawa Timur: Myria Publisher, 2020), h. 19-20
- Rikky Ramadhan, "Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Pengetahuan Produk Tabungan Santri Pondok Pesantren Al-Barokah Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah", *Skripsi*, (Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2019)
- Sigit Setiyo Nugroho, "Pengaruh Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Dosen Fiai Kopertais III D.I Yogyakarta Di Bank Syariah", *Skripsi*, (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2020)
- Siti Maisharah Amanda dan M. Sabri Abd. Majid, "Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah (studi kasus dosen universitas syiah kuala)", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, Vol.1 No.2, 2019.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2014), Cet. Ke-15, h. 221.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2019), Cet. Ke-27.
- Sofyan Assauri, *Bank Syariah: Dari Teori Kepraktik*, (Jakarta: Gema Insani, (2012) hal.85
- Yuliana Siti Chotifah, "Penigkatan Minat Menabung di Bank Syariah Melalui Program Office Channeling", *Jurnal of Finance and Islamic Banking*, Vol. 1 No.1,
- Yuliatul M.. (2021). Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji Di Bri Syariah Kc Madiun Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Pucanganom)", *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo Tahun 2021, h.2
- Vista D. C., Adhi P., & Anindita I. B. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Produk, dan Reputasi Terhadap Minat Menabung di Tabungan Tamansari BPR Bantul. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 1 No. 1 Januari Tahun 2021, h. 1-8

<https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>. Diakses pada tanggal 02 Maret 2022. Pukul 14.17 WIB

<https://webform.bsi.co.id/catalog/#popup>. Diakses pada tanggal 02 Maret 2022. Pukul 15.22 WIB