

**ANALISIS FAKTOR FAKTOR KURANGNYA MINAT MASYARAKAT  
MUSLIM MENABUNG PADA BANK SYARIAH DI KABUPATEN  
BATANGHARI**

***AN ANALYSIS FACTORS OF MOSLEM COMMUNITY'S LACK OF  
INTEREST ON SAVING IN SHARIA BANKS IN BATANGHARI REGENCY***


Diajukan oleh


**PRATIWI EKASARI**

**20150430336**

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan Dewan Penguji  
Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal 17 Desember 2018

Yang terdiri dari

  
Dr. Lilies Sertiartiti, S.E., M.Si  
Ketua Tim Penguji

  
Dr. Dimas Bagus Wiranatakusuma  
Anggota Tim Penguji

  
Dr. Ayif Fathurrahman, SE., M.Si  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Dr. Rizal Maya, M.Sc., Ak., CA  
NIK. 197312181999143068

**ANALISIS FAKTOR FAKTOR KURANGNYA MINAT MASYARAKAT MUSLIM  
MENABUNG PADA BANK SYARIAH DI KABUPATEN BATANGHARI**

**Pratiwi Ekasari**

Email : pratiwi\_ekasari@ymail.com

Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Jalan Lingkar Selatan, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta 55183

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kurangnya minat menabung masyarakat muslim di Kabupaten Batanghari, Jambi untuk menabung di bank syariah. faktor-faktor tersebut adalah lokasi, pengetahuan, fasilitas, promosi. Penelitian ini menggunakan data primer dengan memberikan kuisioner kepada masyarakat muslim di Kabupaten Batanghari yang tidak menabung di bank syariah, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa variabel lokasi, pengetahuan dan promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kurangnya minat masyarakat muslim menabung pada bank syariah di Kabupaten Batanghari sedangkan pada variabel fasilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat di Kabupaten Batanghari untuk menabung pada bank syariah.

**Kata kunci:** Perbankan Syariah, Kurangnya Minat, Lokasi, Pengetahuan, Fasilitas, Promosi.

**Abstract :** *This research aims to analyze the factors influencing the lack of interest of Moslem community in Batanghari Regency, Jambi to save in sharia banks. The mentioned factors are location, knowledge, facility, and promotion. This research used primary data by distributing questionnaire to Moslem community in Batanghari Regency of not saving in sharia banks with the total sample number of 100 respondents. The method used was Multiple Linear Regression. Based on the analysis done, the results found show that the variables of location, knowledge, and promotion have significant and positive influence toward the lack of interest of Moslem community on saving in sharia banks in Batanghari Regency. Meanwhile, the variable of facility does not significantly influence the interest of Moslem community in Batanghari Regency to save in sharia banks.*

**Keywords:** *Sharia banking, lack of interest, location, knowledge, facility, promotion.*

## I. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Bank syariah merupakan suatu lembaga keuangan dimana kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat sesuai dengan syariat islam. Bank syariah dikembangkan dan dilandaskan dengan al-qur'an dan hadist sesuai dengan prinsip dan syariat islam. Bank syariah memang masih tergolong baru dalam bisnis keuangan di Indonesia. Tetapi meskipun baru lembaga keuangan syariah menunjukkan perkembangan yang positif semenjak kemunculannya (Adiwarman, 2013).

Berdasarkan data dari otoritas jasa keuangan (OJK) 2017 bank umum syariah mengalami peningkatan jumlah kantor dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2014 yaitu terdapat lebih dari 2000 unit kantor bank umum syariah tetapi pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2017 terjadi penurunan drastis terhadap jumlah kantor bank umum syariah menjadi 1700 unit.

Tumbuh pesatnya lembaga keuangan syariah tidak terlepas dari peran masyarakat itu sendiri. Bank syariah tidak mengkhususkan penggunaan hanya untuk masyarakat muslim, tapi seluruh masyarakat dapat menggunakannya. Akan tetapi masyarakat muslim sendiri masih banyak yang belum memutuskan untuk menjadi nasabah di bank syariah. Sosialisasi informasi tentang perbankan syariah yang belum merata mengakibatkan kesalahpahaman terhadap lembaga keuangan syariah dan perbankan syariah. Banyak masyarakat yang belum memahami secara benar apa itu lembaga keuangan syariah, bagaimana sistem kerjanya, apa saja produk yang di tawarkan pada perbankan syariah serta apa keunggulan lembaga keuangan syariah jika dibandingkan dengan perbankan konvensional.

Hal ini dapat dilihat dengan perkembangan perbankan syariah di wilayah Jambi masih jalan di tempat dengan presentase hanya sekitar 5% ini masih di bawah angka pasar perkembangan perbankan syariah nasional menurut OJK 2017 yaitu 5.55%. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian masyarakat masih melakukan transaksi menggunakan bank konvensional dengan berbagai macam alasan, adapun diduga alasan tersebut disebabkan oleh belum pahamnya masyarakat muslim terhadap haramnya riba, fasilitas pada bank konvensional yang sudah maju, masyarakat menyatakan proses kredit pada perbankan syariah tergolong rumit dan berbelit-belit, dan masyarakat juga di hadapkan dengan keberadaan kantor perbankan syariah yang tidak merata sehingga masyarakat memilih untuk menabung di bank konvensional.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor lokasi, pengetahuan, fasilitas, dan promosi memiliki pengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat muslim di Kabupaten Batanghari Jambi untuk menabung pada bank syariah.

## **Landasan Teori**

### **1. Bank**

Menurut Undang- undang Nomor 10 tahun 1998 bank adalah usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau juga bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak.

Kata bank berasal dari kata banque dalam bahasa perancis dan dalam bahasa bahasa italia berasal dari kata banco yang berarti peti/lemari atau bangku. Pada awalnya banco ini adalah tempat menukar barang-barang yang memiliki nilai cukup tinggi. Dengan demikian masyarakat memiliki kepercayaan untuk menukar uang dan juga menyimpan uang mereka karena banco dianggap aman dan terpercaya. Kata peti

di isyaratkan sebagai tempat penyimpanan barang-barang berharga, seperti peti emas, peti berlian, peti uang, dan lain sebagainya (Nadia, 2017).

Dapat disimpulkan bahwa bank adalah suatu tempat dimana aktivitasnya berkaitan dengan uang atau bergerak dalam bidang keuangan, dimana lembaga usaha pokok memberikan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

## 2. Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang dalam kegiatan usahanya berdasarkan atau berlandaskan syariat-syariat islam. Bank syariah adalah bank yang kegiatannya tidak berdasarkan bunga melainkan dengan menggunakan sistem bagi hasil yang sesuai dengan al-qur'an dan al-hadist.

Prinsip utama yang digunakan dalam kegiatan syariah adalah sebagai berikut:

- a. Dalam sistem perbankan syariah nilai tidak ditentukan diawal.
- b. Tidak diperbolehkannya “menghasilkan uang dari uang” dalam islam.
- c. Tidak diperkenalkannya adanya unsur gharar atau ketidakpastian.

## 3. Teori Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen menekankan sebagai suatu proses pengambilan keputusan. Perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan yang mensyaratkan aktivitas individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau mengatur barang dan jasa. Disamping itu masih dalam buku (Philip & Gary, 2012) menyebutkan bahwa perilaku konsumen sebagai perilaku pembelian konsumen akhir, baik individu atau rumah tangga yang membeli produk untuk konsumsi personal.

## 4. Teori Pemasaran

Menurut (Kotler & Keller, 2012) pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Definisi pemasaran secara singkat adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan. Menurut (Philip & Gary,

2012) pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

#### 5. Lokasi

Dalam bukunya (Kotler; Philip, 2007) menyatakan bahwa lokasi adalah bagian dalam teori pemasaran yang sangat penting digunakan oleh perusahaan untuk dapat mempengaruhi tanggapan konsumen. Menentukan lokasi merupakan suatu tugas bagi pemasar, karena apabila terjadi kesalahan dalam penentuan lokasi akan mengakibatkan kegagalan. Lokasi kantor mempengaruhi minat nasabah untuk melakukan transaksi, jika tempat tinggalnya jauh dari calon nasabah maka nasabah pun kurang tertarik untuk melakukan transaksi. Perlu adanya penyebaran kantor yang merata, tidak hanya di perkotaan saja tetapi juga ke pelosok, agar memudahkan nasabah menabung atau melakukan transaksi lainnya.

#### 6. Pengetahuan

Pengetahuan adalah hasil penginderaan manusia, atau hasil “tahu” seseorang terhadap objek melalui indera yang dilimikinya yaitu penglihatan, penciuman, pendengaran, rasa dan raba (Notoatmodjo, 2003). Dalam hal ini pengetahuan merupakan segala sesuatu yang berkaitan tentang bank syariah, baik tentang bank syariah, apa apa saja produk yang dimiliki oleh bank syariah, sistem apa yang diterapkan oleh bank syariah, maupun hal lain yang berkaitan dengan bank syariah. kurangnya pemahaman atau pengetahuan tentang bank syariah bisa jadi alasan nasabah tidak tertarik menggunakan jasa perbankan syariah.

#### 7. Fasilitas

Menurut (Tjiptono, 2000) fasilitas merupakan suatu paket jasa yang dapat diartikan sebagai suatu bundel yang terdiri atas barang dan jasa yang disediakan dalam

lingkungan tertentu. Dalam hal ini, kebutuhan konsumen akan perbankan membutuhkan fasilitas yang sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan konsumen. Fasilitas yang dibutuhkan pada perbankan adalah fasilitas yang *Tangible* (berwujud) seperti adanya fasilitas Anjungan Tunai Mandiri (ATM), *Electronic Data Capture* (EDC), *Mobile banking*, dll. Untuk meningkatkan minat nasabah perbankan syariah sangat perlu menyediakan fasilitas – fasilitas yang dibutuhkan oleh nasabahnya.

#### 8. Promosi

Menurut (Indriyo, 2000) promosi merupakan kegiatan yang memiliki tujuan untuk mempengaruhi konsumen agar konsumen dapat menjadi ingin tahu akan produk yang ditawarkan dan menjadi tertarik lalu untuk membeli produk yang ditawarkan tersebut. Dalam promosi hal yang perlu di perhatikan adalah pemilihan bauran promosi (*promotion mix*), bauran promosi terdiri dari iklan, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat.



## II. METODE PENELITIAN

### A. Objek Penelitian dan Subjek Penelitian

Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dengan cara survey lapangan kepada masyarakat di Kabupaten Batanghari terhadap faktor – faktor yang mempengaruhi kurangnya minat menabung masyarakat muslim pada bank syariah di Kabupaten Batanghari.

### B. Jenis Data

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, hal ini dikarenakan peneliti terjun langsung ke masyarakat untuk memperoleh data. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

### C. Teknik Pengambilan Sample

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling* (Judgment Sampling) yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan penilaian karakteristik anggota sampel yang disesuaikan dengan tujuan peneliti (Suharyadi, 2004). Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden.

### D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk pengumpulan data yaitu metode kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan menyebarkan pertanyaan atau pernyataan kepada responden dengan harapan responden merespon daftar pertanyaan atau pernyataan tersebut. Pada penelitian ini alat ukur variabel yang digunakan adalah *skala likert*.

### E. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji validitas dan reliabilitas sebagai alat untuk menguji pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner dan menggunakan

regresi linier berganda sebagai alat untuk menganalisis data. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan model regresi berganda yaitu untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Penulis menggunakan program statistik untuk mengolah data dengan program SPSS 15 dan Microsoft Excel 2010.

### **III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Gambaran Umum Objek Penelitian**

Objek penelitian ini adalah masyarakat di daerah Kabupaten Batanghari. Kabupaten Batanghari sendiri memiliki luas wilayah 5,8 ribu kilometer persegi (km<sup>2</sup>) dan terdiri dari 8 Kecamatan dan 124 Desa/Kelurahan serta memiliki 263.896 jiwa. Kabupaten Batanghari di dukung dengan banyaknya masyarakat muslim yakni sebanyak 97,82% sehingga peluang berdirinya industri perbankan syariah dapat diterima dengan baik di masyarakat karna melihat jumlah penduduk muslim yang sangat banyak di Kabupaten Batanghari.

#### **Hasil Penelitian**

##### **1. Uji Validitas**

Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan dalam penelitian ini adalah valid dan benar – benar dapat mengungkapkan hal yang diukur untuk setiap variabel. Hal tersebut dapat dilihat dengan hasil yang menunjukkan nilai validitas 0,000 di bawah  $\leq 0,05$  yang menunjukkan bahwa kolerasi berada di tingkat signifikan.

a. Variabel Minat

**Tabel 4. 1**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Minat**

Item	R hitung	R tabel	Signifikan	Kesimpulan
Minat 1	0,815	1,983	0,000	Valid
Minat 2	0,811	1,983	0,000	Valid
Minat 3	0,773	1,983	0,000	Valid
Minat 4	0,831	1,983	0,000	Valid
Minat 5	0,811	1,983	0,000	Valid
Minat 6	0,715	1,983	0,000	Valid

*Sumber : data primer diolah SPSS 15.0*

b. Variabel Lokasi

**Tabel 4. 2**  
**Hasil Uji validitas Variabel Lokasi**

Item	R hitung	R tabel	Signifikan	Kesimpulan
Lokasi 1	0,769	0,194	0,000	Valid
Lokasi 2	0,828	0,194	0,000	Valid
Lokasi 3	0,792	0,194	0,000	Valid
Lokasi 4	0,820	0,194	0,000	Valid
Lokasi 5	0,779	0,194	0,000	Valid
Lokasi 6	0,775	0,194	0,000	Valid

*Sumber : data primer diolah SPSS 15.0*

c. Variabel Pengetahuan

**Tabel 4. 3**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan**

Item	R hitung	R tabel	Signifikan	Kesimpulan
Pengetahuan 1	0,693	0,194	0,000	Valid
Pengetahuan 2	0,806	0,194	0,000	Valid
Pengetahuan 3	0,755	0,194	0,000	Valid
Pengetahuan 4	0,830	0,194	0,000	Valid
Pengetahuan 5	0,839	0,194	0,000	Valid
Pengetahuan 6	0,757	0,194	0,000	Valid

*Sumber: data primer diolah SPSS 15.0*

d. Varibel Fasilitas

**Tabel 4. 4**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas**

<b>Item</b>	<b>R hitung</b>	<b>R tabel</b>	<b>Signifikan</b>	<b>Kesimpulan</b>
Fasilitas 1	0,828	0,194	0,000	Valid
Fasilitas 2	0,882	0,194	0,000	Valid
Fasilitas 3	0,858	0,194	0,000	Valid
Fasilitas 4	0,809	0,194	0,000	Valid
Fasilitas 5	0,820	0,194	0,000	Valid
Fasilitas 6	0,823	0,194	0,000	Valid

*Sumber: data primer diolah SPSS 15.0*

e. Variabel Promosi

**Tabel 4. 5**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Promosi**

<b>Item</b>	<b>R hitung</b>	<b>R tabel</b>	<b>Signifikan</b>	<b>Kesimpulan</b>
Promosi 1	0,747	0,194	0,000	Valid
Promosi 2	0,802	0,194	0,000	Valid
Promosi 3	0,759	0,194	0,000	Valid
Promosi 4	0,871	0,194	0,000	Valid
Promosi 5	0,805	0,194	0,000	Valid
Promosi 6	0,795	0,194	0,000	Valid

*Sumber : data primer diolah SPSS 15.0*

Berdasarkan tabel di atas, dari hasil pengolahan data uji validitas variabel kurangnya minat, lokasi, fasilitas pelayanan, pengetahuan dan promosi diperoleh hasil  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , dan nilai signifikansi yang bernilai dibawah 0.05. Dengan demikian masing-masing pertanyaan dalam kuesioner untuk variabel kurangnya minat, lokasi, pengetahuan, fasilitas dan promosi dinyatakan valid.

2. Uji Reabilitas

Uji realibilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila dapat memberikan hasil yang sama bila dilakukan berulang –

ulang terhadap objek yang sama. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur realibilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai  $\alpha \geq 0.60$ .

**Tabel 4. 6**  
**Hasil Uji Realibilitas**

Variabel	Cronbach alpha	Keterangan
Minat	0,882	Reliabel
Lokasi	0,881	Reliabel
Pengetahuan	0,872	Reliabel
Fasilitas	0,913	Reliabel
Promosi	0,885	Reliabel

*Sumber : data primer diolah SPSS 15.0*

Berdasarkan dari hasil uji realibilitas diperoleh perhitungan koefisien cronbach alpha dari kelima variabel di atas  $> 0,60$  dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan – pertanyaan baik dari variabel independen maupun variabel dependen adalah reliabel.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependent, variabel independent ataupun keduanya mempunyai distribusi data yang normal atau mendekati normal, berikut hasil uji normalitas yang ditunjukkan oleh tabel:

**Tabel 4. 7**  
**Hasil Uji Normalitas**

	Unstandarized Residual
Kolmogorov-Smirnov	0,669
Asymp.sig	0,762

*Sumber : data primer diolah SPSS 15.0*

Hasil uji normalitas dengan menggunakan kolmogorov-Sminov test ini menghasilkan kolmogorov-smirnov Z sebesar 0,669 dan asymp.sig

sebesar 0,762 lebih besar dari 0,05 yang artinya residual distribusi normal.

b. Uji Multikoleniaritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas, yaitu adanya korelasi antar variabel independent dan model regresi. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas didasarkan pada nilai VIF (variance inflation faktor) dan tolerance. Jika nilai  $VIF < 10$  maka tidak terdapat multikolinieritas diantara variabel independen.

**Tabel 4. 8**  
**Hasil Uji multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Lokasi	0,725	1,380	Non multikolinieritas
Pengetahuan	0,692	1,444	Non multikolinieritas
Fasilitas	0,727	1,375	Non multikolinieritas
Promosi	0,746	1,340	Non multikolinieritas

*Sumber : data primer diolah SPSS 15.0*

Dari data tabel dapat dilihat bahwa VIF dari seluruh variabel – variabel independen memiliki nilai VIF dibawah 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas pada model regresi.

c. Uji Heteroskedasitas

Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas maka dilakukan uji glejser. Dikatakan tidak terkena heteroskedastisitas apabila nilai signifikannya lebih besar dari 0.05.

**Tabel 4. 9**  
**Hasil Uji Heteroskedasitas**

<b>Variabel</b>	<b>Signifikan</b>	<b>Keterangan</b>
Lokasi	0,126	Non heteroskedasitas
Pengetahuan	0,925	Non heteroskedasitas
Fasilitas	0,759	Non heteroskedasitas
Promosi	0,686	Non heteroskedasitas

*Sumber : data primer diolah SPSS 15.0*

Berdasarkan hasil perhitungan tabel diperoleh hasil signifikan yaitu  $> 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil dari uji tersebut semua variabel heteroskedasitas.

#### 4. Analisis Regresi Linier Berganda

##### a. Regresi linier Berganda

Dari perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS maka diperoleh data sebagai berikut:

**Tabel 4. 10**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

<b>Variabel</b>	<b>Beta</b>	<b>T hitung</b>	<b>Sig</b>	<b>Kesimpulan</b>
Lokasi (X1)	0,276	3,901	0,000	Signifikan
Pengetahuan (X2)	0,311	3,552	0,001	Signifikan
Fasilitas (X3)	0,025	0,351	0,727	Tidak signifikan
Promosi (X4)	0,384	4,656	0,000	Signifikan
F Hitung	31,605			
Sig F	0,000			
Adjusted R Square	0,553			
Kurangnya Minat Menabung (Y)	Variabel Dependen			

*Sumber : data primer diolah SPSS 15.0*

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa variabel lokasi, pengetahuan, dan promosi memiliki nilai probabilitas lebih kecil daripada 0,05 ini menunjukkan bahwa variabel lokasi, pengetahuan, dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim di Kabupaten Batanghari untuk tidak menggunakan perbankan syariah,

sedangkan pada variabel fasilitas memiliki nilai probabilitas lebih besar daripada 0.05 ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim di Kabupaten Batanghari untuk tidak menggunakan perbankan syariah.

b. Uji T (Uji Parsial)

Dari hasil perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 4. 11**  
**Hasil uji T**

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,154	1,713		0,090	0,929
Lokasi	0,276	0,071	0,308	3,901	0,000
Pengetahuan	0,311	0,088	0,287	3,552	0,001
Fasilitas	0,025	0,072	0,028	0,351	0,727
Promosi	0,384	0,082	0,362	4,656	0,000

Sumber : data primer diolah SPSS 15.0

- 1) Hipotesis 1 menyebutkan bahwa variabel lokasi (X1) merupakan variabel yang diduga berpengaruh positif (signifikan) terhadap kurangnya minat masyarakat muslim menabung pada bank syariah. Hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai probabilitas sebesar  $0,000 < 0,05$ , hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh t hitung sebesar 3,901. Dengan demikian t tabel berada pada daerah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima maka angka tersebut menunjukkan nilai yang signifikan artinya bahwa variabel lokasi memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat untuk menabung pada bank syariah.
- 2) Hipotesis 2 menyebutkan bahwa variabel pengetahuan (X2) merupakan variabel yang diduga berpengaruh positif (signifikan) terhadap kurangnya minat masyarakat muslim menabung pada bank



syariah. hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai probabilitas sebesar  $0,001 < 0,05$ , hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh t hitung sebesar 3,552. Dengan demikian t tabel berada pada  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima maka angka tersebut menunjukkan nilai yang signifikan artinya bahwa variabel pengetahuan memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat untuk menabung pada bank syariah.

- 3) Hipotesis 3 menyebutkan bahwa variabel fasilitas ( $X_3$ ) merupakan variabel yang diduga berpengaruh positif (signifikan) terhadap kurangnya minat masyarakat muslim menabung pada bank syariah. Hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai probabilitas sebesar  $0,727 > 0,05$ , hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh t hitung sebesar 0,351. Dengan demikian t tabel berada pada  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak maka angka tersebut menunjukkan nilai yang tidak signifikan artinya bahwa fasilitas tidak memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat untuk menabung pada bank syariah.
- 4) Hipotesis 4 menyebutkan bahwa variabel promosi ( $X_4$ ) merupakan variabel yang diduga berpengaruh positif (signifikan) terhadap kurangnya minat masyarakat muslim menabung pada bank syariah.
- 5) Hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh t hitung sebesar 4.656. Dengan demikian t tabel berada pada  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima maka angka tersebut menunjukkan nilai yang signifikan artinya bahwa promosi memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat untuk menabung pada bank syariah.

c. Uji F (Simultan)

Uji F membuktikan secara simultan terhadap pengaruh variabel lokasi, pengetahuan, fasilitas, dan promosi terhadap kurangnya minat masyarakat muslim menabung pada bank syariah di Kabupaten Batanghari. Hasil pengujian tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4. 12**  
**Hasil uji F**

<b>Model</b>	<b>Sum of Squares</b>	<b>Df</b>	<b>Mean Square</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
Regression	382,515	4	95,629	31,605	.000 <sup>b</sup>
Residual	287,445	95	3,026		
Total	669,960	99			

*Sumber: data primer diolah SPSS 15.0*

Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa diperoleh F hitung sebesar 31,605 dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi, pengetahuan, fasilitas, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim untuk tidak menabung pada bank syariah di Kabupaten Batanghari.

d. Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 4. 13**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

<b>Model</b>	<b>R</b>	<b>R Square</b>	<b>Adjusted R Square</b>	<b>Std. Error of the Estimate</b>
1	0,756 <sup>a</sup>	0,571	0,553	1,739

*Sumber : data primer diolah SPSS 15.0*

Apabila nilai koefisien determinasi dalam model regresi semakin kecil (mendekati nol) menandakan kemampuan variabel – variabel independen terbatas dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya jika nilai mendekati satu (100%), maka variabel – variabel independen memberi hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen dari hasil regresi linier berganda ditemukan hasil dari 100 responden dengan nilai

Adjusted R Square sejumlah 0,553 yang dapat diartikan bahwa variabel independen lokasi (X1), pengetahuan (X2), fasilitas (X3), promosi (X4) menjelaskan variabel dependen (Y) sebanyak 55,3% dan sisanya sebesar 44,7 dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

### **Hasil Analisis**

1. Pada faktor lokasi hasil dari penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kurangnya minat menabung masyarakat muslim pada bank syariah di Kabupaten Batanghari. Hal tersebut sesuai dengan hasil uji hipotesis yang memiliki nilai koefisien beta sebesar 0,308 (positif) dan nilai signifikasinya sebesar ( $0,000 < 0,05$ ). Lokasi menjadi satu hal yang penting ketika membangun sebuah usaha atau bisnis. Memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau sering menjadi pilihan utama karena memudahkan mobilitas konsumen. Dalam dunia perbankan pun perlu, jika suatu bank memiliki lokasi yang strategis, banyak cabang dan mudah ditemui hal ini akan meningkatkan ketertarikan para masyarakat untuk menabung. Begitupun sebaliknya jika suatu bank tidak memiliki lokasi yang strategis, sulit ditemui dan sukar untuk dijangkau maka akan mengurangi ketertarikan masyarakat untuk menabung.
2. Pada faktor pengetahuan hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat menabung masyarakat muslim pada bank syariah di Kabupaten Batanghari. Hal tersebut sesuai dengan hasil uji hipotesis yang memiliki nilai koefisien beta sebesar 0,287 (positif) dan nilai signifikasinya sebesar ( $0,001 < 0,05$ ). Pengetahuan merupakan hasil tahu seseorang setelah melakukan penginderaan terhadap suatu objek. Pengetahuan seseorang terhadap suatu objek tidak sama antara orang yang satu dengan orang lainnya. Tergantung pada beberapa faktor seperti pendidikan, media, informasi dan pengetahuan ilmiah yang dimiliki seseorang. Masyarakat yang memiliki pendidikan

tinggi terutama pendidikan islamnya maka akan memilih bank syariah, daripada masyarakat yang memiliki pengetahuan islam rendah.

3. Pada faktor fasilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat menabung masyarakat muslim pada bank syariah di Kabupaten Batanghari. Hal tersebut sesuai dengan hasil uji hipotesis yang memiliki nilai koefisien beta sebesar 0,028 (positif) dan nilai signifikasinya sebesar ( $0,727 > 0,05$ ). Faktor fasilitas tidak menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung pada bank syariah dikarenakan adanya faktor – faktor lain yaitu faktor lokasi yang jauh dan sukar dijangkau, faktor pengetahuan akan perbankan islam yang sangat kurang dan faktor promosi yang tidak menarik perhatian calon nasabah membuat faktor fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menabung pada bank syariah. mau sebagus apapun fasilitas yang ditawarkan oleh perbankan syariah memang tidak akan berpengaruh terhadap calon nasabah dikarenakan terdapat faktor – faktor lain tersebut.
4. Pada faktor promosi hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat muslim untuk menabung pada perbankan syariah di Kabupaten Batanghari. Hal tersebut sesuai dengan hasil uji hipotesis yang mempunyai nilai koefisien beta sebesar 0,362 (positif) dan nilai signifikansi sebesar ( $0,000 < 0,05$ ). Promosi suatu bank dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menabung pada bank tersebut, adanya promosi yang baik akan membuat masyarakat lebih mengenal atau mengetahui tentang keadaan bank, dan bisa jadi menjadi salah satu alasan nasabah untuk meninvestasikan dananya pada bank tersebut. Namun sebaliknya, jika suatu bank tidak memiliki ajang promosi yang bagus dan menarik baik melalui media cetak, elektronik dan beberapa media lainnya maka dapat mengurangi minat masyarakat muslim untuk menabung pada bank syariah di Kabupaten Batanghari.

## IV. PENUTUP

### **Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian dan pembahasan mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi kurangnya minat menabung masyarakat muslim pada perbankan syariah di Kabupaten Batanghari. Dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Faktor lokasi berpengaruh terhadap kurangnya minat menabung masyarakat muslim di Kabupaten Batanghari.
2. Faktor pengetahuan berpengaruh terhadap kurangnya minat menabung masyarakat muslim di Kabupaten Batanghari.
3. Faktor fasilitas tidak berpengaruh terhadap kurangnya minat menabung masyarakat muslim di Kabupaten Batanghari.
4. Faktor promosi berpengaruh terhadap kurangnya minat menabung masyarakat muslim di Kabupaten Batanghari.

### **Saran**

Berdasarkan penelitian dan kesimpulan di atas peneliti mengajukan saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi pihak yang terkait. Adapun saran antara lain :

1. Bank syariah perlu melakukan promosi baik itu melalui media elektronik. Pendekatan langsung kepada masyarakat, atau bahkan dengan memberikan bonus – bonus kepada nasabah bank syariah yang nantinya akan berdampak pada masyarakat umum. Selain itu, dengan promosi yang baik akan menambah pengetahuan masyarakat terhadap bank syariah.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan peneliti selanjutnya yang akan meneliti dalam bidang perbankan islam khususnya

faktor yang mempengaruhi kurangnya minat masyarakat muslim menabung pada bank syariah.

### **Keterbatasan Penelitian**

1. Objek penelitian yang tidak terlalu besar yaitu hanya di Kabupaten Batanghari saja.
2. Kuisisioner yang digunakan peneliti masih kurang sempurna dalam menggali informasi responden.
3. Teori yang digunakan peneliti masih terlalu sedikit sehingga memiliki kontribusi penelitian yang kurang luas.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adiwarman , A. Karim. (2013). *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT. Raya Grafindo Persada.
- Adiwarman, A. (2013). *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT. Raya Grafindo Persada.
- Afifa, L. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim Tidak Menabung Di Bank Syariah Di Kota Yogyakarta. *SKRIPSI UMY, Fakultas Ekonomi*.
- Afriyanti, S. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim Di Kota. *Skripsi Usu, Fakultas Ekonomi*.
- Aji. (2017). Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Minat Non Muslim Menjadi Nasabah BMT di Yogyakarta. *UIN, Fakultas Ekonomi Islam*.
- Aliyah, A. (2016). faktor – faktor yang mempengaruhi minat guru untuk menabung di bank syariah (studi kasus pada guru Madrasah Aliyah Darunjannah kecamatan Margoyoso kabupaten Pati, provinsi Jawa Tengah). *SKRIPSI UMY, Fakultas Agama Islam*.
- Antonio. (2003). *Bank Syariah Indonesia Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insari Press.
- Arifin, Z. (2000). *Memahami Bank Syariah, Lingkup, Peluang, Tantangan dan Prospek*. Jakarta: Al Vabet.
- Arisrifanti, S. (2017). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim Di Kota Binjai Tidak Menjadi Nasabah Bank Syariah. *SKRIPSI USU, Fakultas Ekonomi*.
- Azizah, U. (2016). Analisis Faktor Faktor Preferensi Mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Terhadap Perbankakn Syariah. *SKRIPSI UMY, Fakultas Ekonomi*.

- Basuki, A., & Yuliadi, I. (2015). *Electronic Data Processing (SPSS 15 dan Eviews 17)*. Yogyakarta: Danisa Media.
- Bayu, S. (2017). Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Muhammadiyah Yogyakarta Menabung pada Bank Syariah. *SKRIPSI UMY, Fakultas Ekonomi*.
- Emmang, Gusmail. (2016). faktor faktor yang berpengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat menabung pada bank syariah. *Skripsi UIN Makassar, Fakultas Ekonomi dan Bisnis*.
- Estuningsetyowati, M. (2017). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Cabang Bantul). *UMY, Fakultas Ekonomi*.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Hurryati, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Indriyo, G. (2000). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Cetakan Keenam*. Yogyakarta: BPFE.
- Kasmir. (2003). *Dasar - Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Raya Grafindo Persada.
- Kasmir. (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raya Grafindo Persada.
- Keuangan, O. J. (2018, Februari 20). *www.ojk.go.id*. Dipetik Juni 20, 2018, dari Statistik Perkembangan Syariah: <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Desember-2017.aspx>
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler; Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks.
- Lupiyoadi, R., & A. Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Machmud, A., & Rukmana. (2010). *Bank Syariah, Teori, Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Nadia, I. (2017). Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Menabung Masyarakat pada Perbankan Syariah di Kabupaten Cilacap. *SKRIPSI UMY, Fakultas Ekonomi*.
- Notoadmojo. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Notoatmodjo, S. (2003). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Oetama, S., & Sari, D. (2017). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri (PERSERO) TBK di Sampit. *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis*.
- Philip, K., & Gary, A. (2012). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Potter, P., & Perry, A. (2005). *Fundamental Keperawatan: Konsep, Proses dan Praktik*. Jakarta: EGC.
- Rimadhani, M. (2017). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus: Kabupaten Sleman). *UMY, Fakultas Ekonomi*.
- Sari, A. (2017). Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim di Kabupaten Bantul Yogyakarta. *UMY, Faklutas Ekonomi*.
- Statistik, B. (2015, May 05). *batangharikab.bps.go.id*. Dipetik November 30, 2018, dari <https://batangharikab.bps.go.id/statictable/2015/05/05/14/ibukota-kecamatan-dan-jarak-ke-ibukota-kabupaten-menurut-kecamatan-di-kabupaten-batang-hari-2013.html>.
- Suciati. (2016). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim Tidak Melakukan Pembiayaan Di Bank Syariah (Studi Kasus Pedagang Muslim Di Pasar Kota Purwokerto). *SKRIPSI UMY, Fakultas Ekonomi*.
- Sudarsono, H. (2012). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung.
- Syahruddin, R. (2002). *Pengintegrasian Sistem Akuntabilitas Kinerja dan Anggaran*. Jakarta: Detail Rekod.
- Tjiptono, F. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Umar, H. (2000). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Wahab, Abdul, Hosen, M., & Muhari, S. (2014). Komperasi Efisiensi Bank Umum Konvensional (BUK) dan Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia dengan Metode Data Envelopment Analysis (DEA). *Al-Iqtishad*, 179-194.
- Wibowo, E., & Widodo, U. H. (2005). *Mengapa Memilih Bank Syariah?* Bogor: Ghalia Indonesia.
- Zuriah, N. (2006). *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.