

**PENGARUH PENGETAHUAN, REPUTASI, LINGKUNGAN DAN RELIGIUSITAS
TERHADAP MINAT PELAJAR SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN PRODI
PERBANKAN SYARIAH DALAM MENABUNG DI BANK SYARIAH**

Fajar Mujaddid, Pandu Tezar Adi Nugroho

Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
Email: Fajarmujaddid@uhamka.ac.id, Pandutezar@gmail.com

ABSTRACT

This paper examines the factors affecting Vocational High School students majoring Islamic banking who were interested in saving for Islamic banks. Based on the sample analysis, there were 72 respondents in VHS 20 Jakarta, VHS Al-Hasra Depok, and VHS Muhammadiyah 1 Ciputat. Using multiple linear regression analysis, this research shows 51,9 percent of the variable knowledge, reputation, environment, and religiosity define the interest of the student in saving. Meanwhile, the results of the analysis show the Reputation and Religiosity variables had a significance of 0.019 and 0.000, which means that the reputation and religiosity variables had an influence on the interest in the saving for students in Islamic banks. These findings can provide opportunities for Islamic banks to increase socialization to Muslim communities that do not yet know Islamic banks, one of them are by supporting Islamic activities such as 'Islamic Forum' (Majelis Taklim) and educating religious teachers about Islamic banks in order to promote and campaign for savings in Islamic banks.

Keywords: Saving Interest, VHS Students, Islamic Bank, Knowledge, Reputation, Environment, Religiosity, Multiple Linear Regression

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pelajar SMK perbankan syariah berminat menabung di bank syariah. Berdasarkan analisis sampel berjumlah 72 responden di SMKN 20 Jakarta, SMK Al-Hasra Depok, dan SMK Muhammadiyah 1 Ciputat dengan menggunakan analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, reputasi, lingkungan, dan religiusitas dapat menjelaskan variabel minat menabung sebesar 51,9 persen. Dengan hasil analisis yang menunjukkan bahwa variabel Reputasi dan variabel Religiusitas memiliki signifikansi 0,019 dan 0,000 yang berarti variabel reputasi dan religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung pelajar di bank syariah. Hasil temuan ini dapat memberikan peluang kepada bank syariah untuk meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat muslim yang belum mengetahui bank syariah salah satunya dengan mendukung kegiatan islami seperti pengajian, majelis taklim serta mengedukasi para ustadz tentang bank syariah agar dapat membantu mensosialisasikan dan mengkampanyekan gerakan menabung di bank syariah.

Kata Kunci: Minat Menabung, Pelajar SMK, Bank Syariah, Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan, Religiusitas, Regresi Linear Berganda

PENDAHULUAN

Perbankan adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Fungsi utama perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat serta bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional, kearah peningkatan taraf hidup rakyat banyak (OJK:2016:13). Perbankan di Indonesia menunjukkan tingkat perkembangan yang sangat pesat, dengan fasilitas kantor bank yang berkembang di Indonesia, bukan hanya bank konvensional saja tetapi bank syariah sekarang ini sudah banyak ditemukan.

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan fungsi perantara (*intermediary*) dalam penghimpunan dana masyarakat serta menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Bank syariah bukan hanya bank bebas bunga, namun memiliki orientasi pencapaian sejahtera (Al-Arif:2011:296).

Sistem bunga yang hadir dalam bank justru membawa masyarakat dalam kesulitan karena terbebani oleh bunga. Dalam mengatasi masalah tersebut, saat ini perbankan di Indonesia mulai mengembangkan sistem transaksi berbasis syariah yang menggunakan bagi hasil.

Perkembangan bank syariah dapat dikategorikan cukup baik, hingga bulan Februari 2018 jumlah jaringan Kantor Cabang Utama (KCU) maupun Kantor Cabang Pembantu (KCP) di seluruh wilayah di Indonesia seperti digambarkan pada tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1. Jaringan Kantor Bank Syariah

Kelompok Bank	KPO/KC	KCP/UPS	KK
Bank Umum Syariah	471	1.176	179
Unit Usaha Syariah	152	145	52
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	101	-	182
Total	724	1.321	413
Keterangan :			
- UUS = Unit Usaha Syariah			
- KPO = Kantor Pusat Operasional			
- KC = Kantor Cabang			
- KCP/UPS = Kantor Cabang Pembantu/ Unit Pelayanan Syariah			
- KK = Kantor Kas			

Sumber : Statistik Perbankan Syariah Februari 2018 OJK

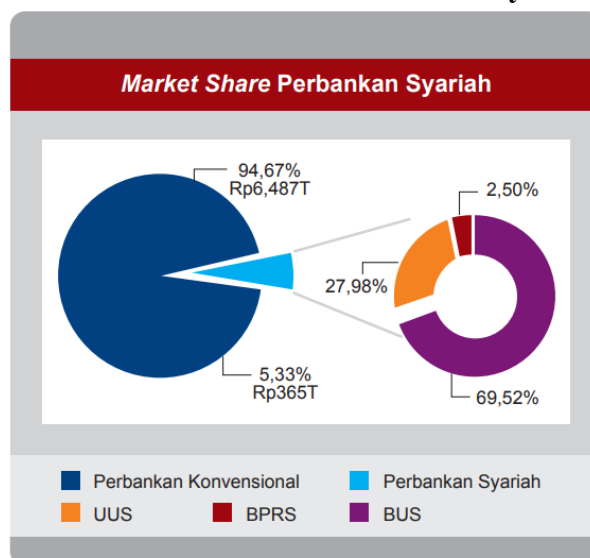
Perkembangan bank syariah di Indonesia cukup berkembang pesat, dengan jumlah KCU & KCP yang sudah cukup banyak, namun jumlah aset Bank Syariah masih kecil di dibandingkan bank konvensional. Dapat dilihat pada tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2. Perkembangan Aset Bank Umum Konvensional dan Bank Umum Syariah Berdasarkan Kegiatan Usaha (Dalam Milliar Rupiah)

Kelompok Bank	2015	2016	2017	2018	
				Januari	Februari
BUKU 1 Konvensional	131.016	100.103	64.894	65.662	67.651
BUKU 2 Konvensional	810.899	844.755	841.732	841.108	790.556
BUKU 3 Konvensional	2.245.451	2.410.757	2.463.537	2.485.931	2.572.530
BUKU 4 Konvensional	2.728.358	3.120.003	3.729.446	3.628.231	3.648.312
BUKU 1 Syariah	23.592	15.968	16.999	16.599	16.274
BUKU 2 Syariah	119.031	159.374	183.177	180.377	182.831
BUKU 3 Syariah	70.799	78.839	87.850	88.421	90.381

Sumber : Statistik Perbankan Indonesia 2018 (OJK)

Tabel 2 menjelaskan perkembangan aset Bank Umum Konvensional dan Bank Umum Syariah berdasarkan klasifikasi kegiatan usahanya, dapat dilihat dari tabel di atas bahwa bank konvensional sudah memasuki BUKU 4 sedangkan bank syariah hanya memasuki BUKU 3. Tabel 2 menjelaskan adanya perbandingan jumlah dari setiap BUKU 1 Konvensional dengan BUKU 1 Syariah, BUKU 2 Konvensional dengan BUKU 2 Syariah, BUKU 3 Konvensional dengan BUKU 3 Syariah, jumlahnya berbanding jauh antara bank konvensional dengan bank syariah. Dari data diatas juga menunjukkan bahwa setiap tahunnya bank konvensional dan bank syariah menunjukkan penambahan aset dan *upgrade* pada tingkatan BUKU, dengan ini dijelaskan bahwa bank konvensional masih dominan dibandingkan bank syariah. Perkembangan bank syariah juga dapat dilihat dengan *market share*, dapat dilihat pada grafik 1 di bawah ini:

Grafik 1. Market Share Perbankan Syariah

Sumber : Roadmap Pengembangan Keuangan Syariah Indonesia 2017-2019

Grafik 1 menjelaskan mengenai *market share* bank syariah di Indonesia masih sangat rendah dibanding dengan bank konvensional, grafik tersebut menjelaskan *market share* bank syariah hanya 5,33% berbanding jauh dengan bank konvensional yang memiliki *market share* 94,67%. Padahal jika melihat potensi yang ada sangatlah besar, mengingat Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia. Tetapi pada kenyataannya pangsa pasar bank konvensional masih lebih besar dibanding bank syariah, itu menandakan bahwa penduduk Indonesia yang mayoritasnya beragama Islam lebih memilih bank konvensional. Hal tersebut menjadi tantangan bagi bank syariah karena di tengah kondisi ekonomi global yang belum menentu, menuntut perbankan syariah untuk dapat menghadapi kondisi tersebut dan terlebih lagi bank syariah juga harus bisa bersaing dengan bank konvensional dalam menarik dana murah masyarakat.

Terlepas dari banyaknya faktor yang menghambat pertumbuhan bank syariah, hal tersebut menunjukkan bahwa respon masyarakat Indonesia dari segala jenis lapisan masyarakat yang sebenarnya mayoritas adalah muslim masih kurang peminat terhadap bank syariah.

Hal ini diperkuat dengan data Statistik Perbankan Indonesia yang dipublikasi oleh Otoritas Jasa Keuangan, menjelaskan *market share* DPK bahwa simpanan masyarakat yang ada dihimpun perbankan syariah masih cukup kecil. Total Dana Pihak Ketiga (DPK) yang dihimpun bank-bank umum di Indonesia per November 2017 sebesar Rp 5.199,48 triliun. Dari jumlah DPK Rp 5.199,48 triliun tersebut, lebih dari 95% masih dikuasai bank umum konvensional. Adapun pangsa pasar yang dikuasai oleh 13 bank umum syariah masih terbilang kecil, hanya sebesar 4,47% atau senilai Rp 232,75 triliun. (Finansial bisnis:2018:<http://finansial.bisnis.com>)

Bank Syariah didirikan dengan maksud untuk mengembangkan penerapan prinsip-prinsip syariah dalam setiap transaksinya, yang menjadi pertanyaan selanjutnya ialah bagaimana respon para pelajar tentang adanya perbankan syariah dan apakah mereka berminat untuk mempraktikkan konsep syariah. Jika melihat SMK yang memiliki program studi perbankan syariah sebagai instansi pendidikan yang mengajarkan ilmu agama, ekonomi Islam serta bermuamalah dengan syar'i, maka semakin besar peluang bank syariah untuk mempromosikan produknya kepada mereka. Namun pada kenyataannya minat menabung pelajar SMK khususnya perbankan syariah tergolong masih sangat rendah. Hal ini terbukti dari hasil pra observasi yang dilakukan pada tiga sekolah tingkat SMK khususnya program studi perbankan syariah.

Berdasarkan hasil pra observasi pada tiga SMK yang memiliki program studi Perbankan Syariah dapat dilihat pada tabel 1.3 dibawah ini:

Tabel 3. Data Pelajar Pemilik Rekening Tabungan

SMK Program Studi Perbankan Syariah				
Rekening Tabungan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah	Percentase
Bank Syariah	17	39	56	27,31%
Bank Konvensional	7	7	14	6,83%
Bank Syariah & Konvensional	7	10	17	8,30%
Tidak Menabung	39	79	118	57,56%
TOTAL	70	135	205	100%

Sumber : Hasil Olah Data

Dari Tabel 3 menjelaskan bahwa pelajar SMK yang memiliki rekening tabungan bank syariah sebesar 27,31% yang disebabkan oleh program wajib menabung dari pihak sekolah bukan karena minat menabung dari pelajar, sementara itu yang memiliki rekening tabungan bank konvensional sebesar 6,83% sebagian pelajar masih beranggapan bahwa bank syariah sama saja dengan bank konvensional serta semakin melekatnya konsep bank konvensional dikalangan pelajar, sedangkan pelajar yang memiliki kedua rekening bank syariah dan bank konvensional sebesar 8,30%, dan pelajar yang tidak menabung cukup tinggi sebesar 57,56% disebabkan kurangnya minat menabung karena terbatasnya uang saku serta kurangnya sosialisasi terkait simpanan pelajar dari bank syariah.

Faktor yang paling mendasar dalam mengembangkan produk perbankan syariah di kalangan pelajar adalah pengetahuan tentang bank syariah. Pengetahuan merupakan pengalaman yang tersimpan dalam kesadaran manusia. Pengetahuan adalah informasi, informasi bisa diperoleh melalui berbagai

media, seperti televisi, internet, iklan pada majalah, koran, radio, brosur, bulletin bahkan bisa juga melalui pengalaman seseorang.

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa (dalam hal ini produk dan jasa bank syariah), serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.(Adawiyah:2015:193)

Pengetahuan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi dalam hal minat menabung, hal ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya. Penelitian Abhimantra (Abhimantra:2013:177), Junaidi (Junaidi:2015:11) dan Eko Yuliawan (Yuliawan:2011:29) yang menyatakan faktor pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah. Tetapi berbeda dengan penelitian Sulistyono (Sulistyono:2016:20) yang menyatakan bahwa faktor pengetahuan tidak memiliki pengaruh terhadap minat menabung.

Reputasi bank syariah berasal dari tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank tersebut. Hal-hal yang berpengaruh pada reputasi bank adalah prestasi bank, manajemen, produk, pelayanan, ketaatan pada aturan, kompetensi, dan sebagainya. Hal ini didukung oleh peneliti sebelumnya, Abhimantra (Abhimantra:2013:177), dan Abdallah (Abdallah:2015:445) yang menyatakan bahwa faktor reputasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah. Lain halnya dengan penelitian Syaima (Syaima:2017:117) yang menyatakan bahwa reputasi tidak berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan nasabah menggunakan tabungan bank syariah.

Adapun kendala yang mempengaruhi minat para pelajar dalam menabung seperti bank syariah karena faktor lingkungan lokasi (jarak) bank syariah yang strategis, jaringan atm yang kurang tersebar serta rendahnya uang saku pelajar mempengaruhi minat menabung pelajar. Dalam penelitian Abdallah (Abdallah:2015:445) menyatakan bahwa faktor lokasi lingkungan berpengaruh terhadap memilih bank syariah. Lain halnya dengan penelitian Junaidi (Junaidi:2015:11) yang menyatakan lokasi tidak berpengaruh terhadap memilih bank syariah.

Selain itu faktor religiusitas (agama) dengan tujuan terhindarnya dari riba merupakan faktor pendorong untuk pengambilan keputusan menabung. Dalam penelitian Sulistyono (Sulistyono: 2016:20), Abhimantra (Abhimantra:2013:177), Abdallah (Abdallah:2015:445) dan Junaidi (Junaidi: 2015:11) menyatakan bahwa faktor keyakinan merupakan faktor dominan yang mempengaruhi

keputusan menabung di bank syariah, tetapi Hatmawan (Hatmawan:2016:109) menyatakan religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung nasabah.

Dari faktor-faktor yang dipaparkan dan hasil penelitian terdahulu yang menyatakan ketidak konsistenan hasil menjadikan perlunya pengujian kembali pada pelajar tingkat SMK khususnya program studi perbankan syariah.

KAJIAN KEPUSTAKAAN

Bank

Perbankan adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Perbankan memiliki kedudukan yang strategis, yakni sebagai penunjang kelancaran sistem pembayaran, pelaksanaan kebijakan moneter dan pencapaian stabilitas sistem keuangan, sehingga diperlukan perbankan yang sehat, transparan dan dapat dipertanggungjawabkan. (OJK:2016:13).

Bank merupakan lembaga yang dipercaya oleh masyarakat dari berbagai macam kalangan dalam menempatkan dananya secara aman. Di sisi lain, bank berperan menyalurkan dana kepada masyarakat. Pada dasarnya bank mempunyai peran dalam dua sisi, yaitu menghimpun dana secara langsung yang berasal dari masyarakat yang sedang kelebihan dana (*surplus unit*) dan menyalurkan dana secara langsung kepada masyarakat yang membutuhkan dana (*deficit unit*) untuk memenuhi kebutuhannya.(Ismail:2016:30)

Menurut Undang – Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Bank Syariah

Bank Syariah adalah bank yang menjalankan prakteknya sesuai dengan prinsip syariah. Dimana yang dimaksud dengan prinsip syariah adalah sebagai berikut:

Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*Musyarakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh

keuntungan (*murabahah*), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank ke pihak lain (*ijarah wa itiqna*). (Hasan:2014:120)

Perbankan syariah merupakan bank yang menerapkan nilai-nilai syariah salah satu di antaranya pelarangan unsur riba, seperti dijelaskan beberapa ayat Al Qur'an sebagai berikut:

Surat An Nisa ayat 161 yang memiliki makna :

وَأَخَذِهِمُ الرِّبَا وَقَدْ نُهُوا عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَأَعْتَدْنَا
لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا ﴿١٦١﴾

“Dan disebabkan mereka memakan riba, padahal sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya, dan karena mereka memakan harta benda dengan jalan yang bathil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang kafir di antara mereka siksa yang pedih”

The overall goal of an Islamic economic system, of which Islamic finance is a part of, is to realize the goals of Islamic law (maqasidal-Shari'ah) which should manifest in the economy as enabling growth and justice. One implication of maqasid is that other than fulfilling the legal stipulations, an Islamic financial system should also cater to the social needs of a society. Accordingly, there is a general agreement among proponents of Islamic finance that maqasid should inhere in the operations and products of Islamic financial institutions (Ahmed:2014:16)

Maksudnya adalah tujuan keseluruhan dari sistem ekonomi Islam, dimana keuangan Islam adalah untuk mewujudkan tujuan hukum Islam (maqasidal-Shari'ah) yang harus terwujud dalam ekonomi sebagai pertumbuhan yang memungkinkan dan keadilan. Salah satu implikasi maqasid adalah selain memenuhi hukum ketentuan, sistem keuangan Islam juga harus memenuhi kebutuhan sosial masyarakat. Demikian, ada kesepakatan umum di antara para pendukung keuangan Islam mengenai maqasid harus diletakkan di dalam operasional dan produk lembaga keuangan Islam.

Perbedaan Bank Syariah dan Bank Non Syariah

Perbankan di Indonesia menganut *dual system banking* (bank syariah dan bank non syariah), tapi keduanya memiliki perbedaan-perbedaan. Dimana perbedaan tersebut menjadikan kedua bank tersebut sangat bertolak belakang secara dasar. Perbedaan tersebut adalah: (Antonio:2007:34)

Tabel 4. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Non Syariah

Bank Syariah	Bank Non Syariah
Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli dan sewa	Memakai perangkat bunga dalam kegiatan operasionalnya
Melakukan kegiatan investasi pada sektor yang halal saja	Melakukan kegiatan investasi ke sektor yang halal
Hubungan dengan nasabah dalam bentuk kemitraan	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk kreditor-debitor
Profit dan falah oriented	Profit oriented
Terdapat Dewan Pengawas Syariah yang mengawasi kegiatan operasional perbankan	Tidak terdapat dewan sejenis

Pengetahuan

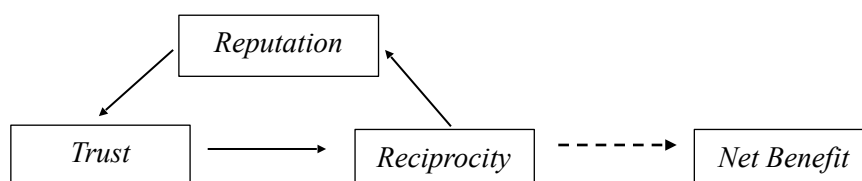
Pengetahuan konsumen adalah segala sesuatu yang diketahui dan dipahami oleh konsumen tentang suatu produk yang dipasarkan serta melekat dan dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli. Oleh karena itu melalui dukungan informasi yang tersedia dapat pula mendorong seseorang untuk melakukan suatu keputusan termasuk didalamnya hal pembelian. (Inayah:2017:197)

Pengetahuan masyarakat mengenai Bank Syariah sangat mempengaruhi sikap masyarakat tersebut terhadap produk-produk yang ditawarkan sehingga semakin baik pengetahuan masyarakat mengenai perbankan. Pengetahuan merupakan suatu tindakan yang berhubungan dengan pola pikir seseorang yang mempengaruhi minat. Jika seorang nasabah mengetahui bank syariah kemungkinan besar akan menabung di bank syariah.

Reputasi

Reputasi perusahaan adalah sikap terhadap penyedia layanan atau merek, dan didirikan dan dikembangkan dalam pikiran pelanggan melalui komunikasi dan pengalaman. Ketika pelanggan puas dengan layanan yang diberikan, sikap mereka terhadap perusahaan meningkat.

Model Gambar 1 menunjukkan kepercayaan dengan reputasi saling berpengaruh. Reputasi bank berasal dari kepercayaan masyarakat, jika masyarakat memiliki kepercayaan kepada bank maka reputasi bank akan meningkat sebaliknya jika nasabah tidak memiliki kepercayaan atau kecewa terhadap bank maka akan menurunkan reputasi bank. Dalam memperoleh keuntungan bank harus meningkatkan reputasinya terhadap masyarakat, karena adanya hubungan timbal balik antara reputasi bank dengan kepercayaan masyarakat terhadap bank.

Gambar 1. Model Reputasi

Further use the following definitiosns: (Dorcak:2017:1)

1. *Reciprocity* : mutual exchange of deeds (such as favor or revenge)
2. *Reputation* : Perception that an agent creates through past actions about its intentions and norms
3. *Trust* : a subjective expectation an agent has about another's future behavior based on the history of their ecounters.

Lingkungan

Dalam penelitian ini ruang lingkup lingkungan menjadi lingkungan sosial dan lingkungan lokasi. Lingkungan sosial adalah segala sesuatu yang menyangkut tingkah laku manusia, misalnya sikap, kejiwaan, toleransi, gotong royong dan pendidikan. Lokasi adalah letak geografis yang menyediakan berbagai fasilitas untuk tujuan tertentu. Seperti halnya pendirian bank syariah, adanya bank syariah ini untuk transaksi jasa keuangan di zaman yang semakin maju.(Junaidi:2015:8)

Religiusitas

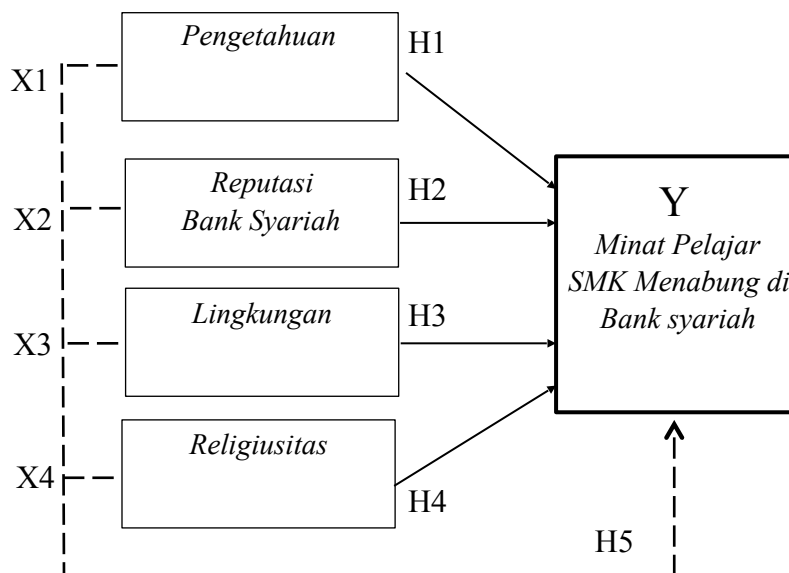
Religiusitas merupakan tingkat keyakinan, kepercayaan, dan kesalehan seseorang dalam menjalani syariat agama. Religiusitas diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan termasuk aspek ekonomi. Lembaga perbankan tersebut termasuk ke dalam aspek syariat yang berhubungan dengan kegiatan muamalah. Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI) tahun 2003 bahwa bunga tidak sesuai dengan syariat Islam. Bunga bank mengandung unsur riba. Agama selain Islam seperti Nasrani, Yahudi, Hindu, dsb pun melarang adanya Riba. Hal inilah yang menyebabkan intensi untuk berpindah dari Bank Konvensional menuju Bank syariah. (Suwarsih:2017:185)

Minat

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi terhadap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Minat beli sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Minat beli merupakan instruksi diri konsumen untuk melakukan pembelian atas suatu

produk, melakukan perencanaan, mengambil tindakan-tindakan yang relevan seperti mengusulkan (pemrakarsa) merekomendasikan (*influencer*), memilih, dan akhirnya mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.(Andespa:2017:44)

Kerangka Berpikir



Hipotesis

sesuai dengan tujuan penelitian dan kerangka berfikir diatas, maka hipotesis yang peneliti ambil adalah:

1. H₁: Pengetahuan mempengaruhi minat pelajar SMK menabung di bank syariah
2. H₂: Reputasi bank syariah mempengaruhi minat pelajar SMK menabung di bank syariah
3. H₃: Lingkungan mempengaruhi minat pelajar SMK menabung di bank syariah
4. H₄: Religiusitas mempengaruhi minat pelajar SMK menabung di bank syariah
5. H₅: Pengetahuan, reputasi, lingkungan, dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap minat pelajar SMK menabung di bank syariah.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif, yaitu mengumpulkan data primer mengenai minat pelajar SMK menabung di bank syariah. Variabel X (*variable independent*) penelitian ini yaitu:

X₁ = Pengetahuan

X₂ = Reputasi

X_3 = Lingkungan

X_4 = Religiusitas

Variabel Y (*dependent variable*) dalam penelitian ini adalah “Minat Pelajar SMK Menabung di Bank Syariah”

Populasi penelitian ini adalah Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Program Studi Perbankan Syariah dapat dilihat pada Tabel 5:

Tabel 5. Jumlah Pelajar SMK Program Studi Perbankan Syariah

Nama Sekolah	Kelas	Jumlah Pelajar
SMK Negeri 20 Jakarta	XI Perbankan Syariah	70
	XII Perbankan Syariah	31
SMK AI – Hasra Depok	XI Perbankan Syariah	26
	XII Perbankan Syariah	39
SMK Muhammadiyah 1 Ciputat	XI Perbankan Syariah	40
	XII Perbankan Syariah	47
TOTAL		253

Berdasarkan Tabel 5 total pelajar SMK dengan program studi perbankan syariah dengan populasi sebanyak 253 orang.

Melihat luasnya populasi tersebut, maka peneliti membatasi untuk pengambilan sampel. Penentuan sampel dipenelitian ini menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Jadi:

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

$$= \frac{253}{1 + 253(0,1)^2} = 71,67 \text{ dibulatkan menjadi } 72$$

Jadi, jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 72 Pelajar. maka pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive random sampling* (pengambilan sampel secara acak dengan pertimbangan). Maka pembagian sampel dijelaskan pada tabel 6:

Tabel 6. Sampel Penelitian

Nama Sekolah	Kelas	Sampel Pelajar
SMK Negeri 20 Jakarta	XI Perbankan Syariah	12
	XII Perbankan Syariah	12
SMK Al – Hasra Depok	XI Perbankan Syariah	12
	XII Perbankan Syariah	12
SMK Muhammadiyah 1 Ciptat	XI Perbankan Syariah	12
	XII Perbankan Syariah	12
Total		72

Metode Pengumpulan data yang digunakan yaitu menggunakan kuesioner, dan pra observasi. Pengumpulan data dengan memberikan/ membagikan lembar pertanyaan yang berkaitan dengan minat pelajar diantaranya pengetahuan tentang bank syariah, reputasi bank syariah, faktor lingkungan, serta religiusitas terhadap minat menabung di Bank Syariah.

Sumber Data, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data yang dikumpulkan langsung dari responden (pelajar) dengan menggunakan teknik pengumpulan data seperti yang dijelaskan diatas (kuesioner). Sumber data primer (responden) yang menjadi populasi penelitian ini adalah pelajar SMK Negeri 20 Jakarta, SMK Al-Hasra Depok dan SMK Muhammadiyah 1 Ciptat dengan program studi perbankan syariah

Bentuk persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dalam penelitian ini dimana :

Y = Minat Pelajar SMK Menabung di Bank Syariah

X₁ = Pengetahuan Pelajar SMK tentang Bank Syariah

X₂ = Reputasi Bank Syariah

X₃ = Lingkungan

X₄ = Religiusitas

a, b = koefisien regresi

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Regresi Linier Berganda

1. Uji Regresi Linier Berganda

Berdasarkan data penelitian yang telah dikumpulkan baik untuk variabel bebas (X_1 pengetahuan, X_2 reputasi, X_3 lingkungan, X_4 Religiusitas) maupun variabel terikat Y (minat menabung), maka diperoleh hasil perhitungan regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	-,360	2,373		-,152	,880	
Pengetahuan	,128	,078	,139	1,644	,105	
Reputasi	,263	,109	,254	2,410	,019	
Lingkungan	,061	,081	,066	,750	,456	
Religiusitas	,536	,113	,490	4,723	,000	

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan hasil regresi pada Tabel 18 diperoleh persamaan garis regresi linier sebagai berikut:

$$Y \text{ minat menabung} = -0,360 + 0,128 \text{ Pengetahuan} + 0,263 \text{ Reputasi} + 0,061 \text{ Lingkungan} + 0,536 \text{ Religiusitas} + \text{error.}$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda di atas maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai Konstanta -0,360 menyatakan bahwa jika tidak ada pengetahuan, reputasi, lingkungan dan religiusitas maka minat menabung bernilai -0,360. Dalam arti, jika pengetahuan, reputasi, lingkungan dan religiusitas menurun, maka minat menabung akan mengalami penurunan.
- b. Koefisien regresi X_1 , sebesar 0,128 menyatakan bahwa setiap menambahkan 1 model X_1 , pengetahuan akan meningkatkan minat menabung sebesar 0,128 dan sebaliknya.
- c. Koefisien regresi X_2 , sebesar 0,263 menyatakan bahwa setiap menambahkan 1 model X_2 , reputasi akan meningkatkan minat menabung sebesar 0,263 dan sebaliknya.
- d. Koefisien regresi X_3 , sebesar 0,061 menyatakan bahwa setiap menambahkan 1 model X_3 , lingkungan akan meningkatkan minat menabung sebesar 0,061 dan sebaliknya.

- e. Koefisien regresi X_4 , sebesar 0,536 menyatakan bahwa setiap menambahkan 1 model X_4 , religiusitas akan meningkatkan minat menabung sebesar 0,061 dan sebaliknya.

2. Uji Parsial (t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_4) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y), dimana jika nilai t hitung $>$ t tabel maka uji regresi dikatakan signifikan. Atau dengan melihat angka signifikansinya, jika nilai sig. lebih kecil dari 0,05 maka secara parsial atau sendiri-sendiri variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_4) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Nilai t hitung diperoleh dari rumus $t = (a/2 ; n-k-1)$, $t = (0,05/2 ; 72-4-1)$, $t = (0,025 ; 67)$, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,99601. Berdasarkan hasil uji hasil SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,360	2,373		-,152	,880
Pengetahuan	,128	,078	,139	1,644	,105
Reputasi	,263	,109	,254	2,410	,019
Lingkungan	,061	,081	,066	,750	,456
Religiusitas	,536	,113	,490	4,723	,000

a. Dependent Variable: Minat

Dari tabel 19 hasil uji parsial (uji t) sebagai berikut:

- a. Hasil uji parsial terlihat bahwa diperoleh t hitung untuk variabel pengetahuan (X_1) sebesar 1,644 lebih kecil dari t tabel yaitu 1,99601 dengan tingkat sig. 0,105 (lebih besar dari taraf signifikan 0,05). Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung Pelajar SMK dengan program studi perbankan syariah. Hal ini menjawab H_1 ditolak dan H_0 diterima.
- b. Hasil uji parsial terlihat bahwa diperoleh t hitung untuk variabel reputasi (X_2) sebesar 2,410 lebih besar dari t tabel yaitu 1,99601 dengan tingkat sig. 0,019 (lebih kecil dari taraf signifikan 0,05). Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel reputasi berpengaruh terhadap

minat menabung Pelajar SMK dengan program studi perbankan syariah. Hal ini menjawab H_2 diterima dan H_0 ditolak.

- c. Hasil uji parsial terlihat bahwa diperoleh t hitung untuk variabel lingkungan (X_3) sebesar 0,750 lebih kecil dari t tabel yaitu 1,99601 dengan tingkat sig. 0,456 (lebih besar dari taraf signifikan 0,05). Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel lingkungan tidak berpengaruh terhadap minat menabung Pelajar SMK dengan program studi perbankan syariah. Hal ini menjawab H_3 ditolak dan H_0 diterima.
- d. Hasil uji parsial terlihat bahwa diperoleh t hitung untuk variabel religiusitas (X_4) sebesar 4,723 lebih besar dari t tabel yaitu 1,99601 dengan tingkat sig. 0,000 (lebih kecil dari taraf signifikan 0,05). Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung Pelajar SMK dengan program studi perbankan syariah. Hal ini menjawab H_4 diterima dan H_0 ditolak.

3. Uji Simultan (f)

Uji simultan atau uji F adalah uji statistik yang digunakan untuk menilai apakah uji regresi yang dilakukan mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak, dimana jika nilai F hitung lebih besar dari pada F tabel maka uji regresi dikatakan signifikan. F tabel diperoleh dari rumus $F = (k ; n-k)$, $F = (4; 72-4)$, $F = (3; 68)$, $F = 2,51$. Atau dengan melihat angka signifikansinya. Jika nilai sig. lebih kecil dari 0,05 maka secara simultan bersama-sama pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah signifikan. Berdasarkan hasil uji hasil SPSS versi 23.0 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 20
Hasil Uji f

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	312,524	4	78,131	20,127	,000 ^b
	Residual	260,087	67	3,882		
	Total	572,611	71			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Pengetahuan, Lingkungan, Reputasi

Berdasarkan Tabel 4.27, hasil uji F didapatkan F hitung sebesar 20,127 lebih besar dari F tabel yaitu 2,51 dengan tingkat signifikansi 0,000 (kurang dari 0,05), hasil uji statistik

menunjukkan bahwa variabel independen (pengetahuan, reputasi, lingkungan dan religiusitas) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung Pelajar SMK dengan program studi perbankan syariah. Hal ini menjawab H_5 diterima dan H_0 ditolak.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi memiliki fungsi untuk mengetahui besarnya variasi variabel independen dalam menerangkan variabel dependen atau untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (pengetahuan, reputasi, lingkungan dan religiusitas) terhadap variabel dependen (Minat menabung).

Berdasarkan Tabel 4.28. *model summary*, Angka *R Square Adjusted* sebesar 0,519 artinya variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 51,9% sedangkan 48,1% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 21:

Tabel 21
Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,739 ^a	,546	,519	1,970

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Pengetahuan, Lingkungan, Reputasi

B. Pembahasan

Kurangnya minat menabung pelajar merupakan hasil yang di dapat pada ini. Dikarenakan pelajar saat ini terbiasa dengan gaya hidup yang konsumtif dengan kebiasaan membeli pulsa untuk internetan, bermain game online, *fashionable* dengan membeli barang mewah serta terkenal dan lain sebagainya. Sehingga tidak ada uang yang mereka sisihkan untuk ditabung. Menabung merupakan salah satu kebiasaan yang wajib ditanamkan sejak dini, mulai belajar berhemat dan bertanggung jawab dalam memegang uang.

Jika para pelajar memiliki gambaran dan pengetahuan yang utuh tentang manfaat melakukan perencanaan keuangan sedari dini. Para pelajar juga sudah mendapatkan edukasi mengenai literasi keuangan, mereka akan lebih mudah mengelola keuangan dengan mengakses layanan dan fasilitas keuangan, termasuk tabungan.

Sehingga target tabungan pelajar akan semakin meningkat dari waktu ke waktu, seiring dengan peningkatan jumlah uang saku mereka. Maka untuk memenuhi kebutuhan, mereka tidak akan meminta kepada orang tua, tetapi berusaha sendiri untuk mewujudkannya. Jiwa gigih dan tekun pelajar ini menjadi nilai tambah tersendiri dalam membangun kebiasaan menabung.

Semakin terhubung dengan ekonomi mewajibkan individu pelajar harus memiliki banyak uang, sedangkan sumber pendapatannya hanya itu saja. Solusinya yaitu ajak anak berdiskusi tentang berapa sisa uang saku dan bagaimana cara anak menentukan pilihannya. Sekarang ini, banyak bank syariah yang mempunyai produk serta fasilitas simpanan pelajar atau tabungan khusus untuk anak.

Dengan setoran minimal yang sangat terjangkau, Kebiasaan untuk menabung akan semakin baik lagi apabila pelajar diajak oleh orang tua mereka untuk menabung ke bank. Ketika pelajar ke bank, maka mereka akan merasa seperti nasabah yang memiliki tanggung jawab tersendiri untuk mengelola uang dan menabung. Sebelum membelanjakan uangnya, ajari anak untuk bisa membedakan keinginan atau kebutuhan akan barang yang akan di belinya.

selain orang tua, peran sekolah juga diperlukan untuk membantu pelajar dalam menabung. Salah satunya adalah dengan mengadakan edukasi mengenai menabung untuk para pelajar, dengan bank syariah yang mengunjungi sekolah. Kegiatan ini merupakan salah satu solusi cerdas, dalam kegiatan ini, para pelajar diberikan edukasi mengenai pentingnya menabung sejak dini. Sebagai institusi keuangan di Indonesia, bank syariah harus berkomitmen untuk membagikan pengetahuan dan keterampilan perencanaan keuangan sejak dini, salah satunya melalui kebiasaan menabung. Adapun hasil dari variabel penelitian ini yaitu:

1. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Pelajar SMK Perbankan Syariah Menabung di Bank Syariah.

Pengetahuan konsumen adalah segala sesuatu yang diketahui dan dipahami oleh konsumen tentang suatu produk yang dipasarkan yang melekat dan dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli. Oleh karena itu melalui dukungan informasi yang tersedia dapat pula mendorong seseorang untuk melakukan suatu keputusan termasuk didalamnya hal pembelian. (Inayah:2017:197)

Berbeda dengan teori yang dipaparkan, dalam penelitian ini diperoleh hasil perhitungan koefisien regresi beta sebesar 0,128 dengan tingkat signifikansi t sebesar 0,105 lebih besar (>) dari 0,05. Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa variabel pengetahuan tidak

memiliki pengaruh terhadap minat menabung pelajar SMK dengan program studi perbankan syariah.

Hasil tersebut menyatakan variabel pengetahuan tidak memiliki pengaruh terhadap minat menabung pelajar SMK dengan program studi perbankan syariah. Hal ini dapat diartikan bahwa pengetahuan yang dimiliki oleh pelajar SMK khususnya program studi perbankan syariah tidak mempengaruhi minat menabung di bank syariah, dikarenakan ada faktor lain yang lebih mempengaruhi minat menabung. Berdasarkan identifikasi pengetahuan pelajar, bahwa banyak dari mereka yang masih beranggapan bahwa bank syariah tidak jauh berbeda dengan bank konvensional dalam sistem pelayanan operasional maupun transaksinya.

Faktor lain yang mempengaruhi kurangnya minat menabung pelajar pada bank syariah karena kurangnya pembelajaran mengenai bank syariah secara praktik, seperti menambah fasilitas Bank Mini Syariah sehingga pelajar bisa lebih memahami bank syariah melalui praktikum bank syariah dan menumbuhkan minat menabung pelajar pada bank syariah.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Sulistyono (Sulistyono:2016:20) yang menyatakan bahwa faktor pengetahuan tidak memiliki pengaruh terhadap minat menabung.

2. Pengaruh Reputasi Terhadap Minat Pelajar SMK Perbankan Syariah Menabung di Bank Syariah

Reputasi adalah berbagai persepsi keseluruhan terhadap perusahaan, brand, produk, atau jasa yang dipegang oleh *stakeholder* diluar perusahaan, dan reputasi merupakan faktor penyumbang penting bagi keputusan belanja konsumen. (Utari:2015:2) Dalam hasil penelitian ini diperoleh perhitungan koefisien regresi beta sebesar 0,263 dengan tingkat signifikansi t sebesar 0,019 lebih kecil ($<$) dari 0,05. Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa variabel reputasi memiliki pengaruh positif terhadap minat menabung pelajar SMK program studi perbankan syariah.

Hasil tersebut menyatakan variabel reputasi memiliki pengaruh positif terhadap minat menabung pelajar SMK dengan program studi perbankan syariah, maka jika semakin baik reputasi yang dimiliki oleh suatu bank maka akan baik pula popularitasnya di mata masyarakat, dan hal itu akan mempengaruhi seseorang untuk memilih bank yang memiliki reputasi tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa reputasi yang dimiliki bank syariah dapat menarik perhatian masyarakat khususnya kalangan pelajar, yang dikarenakan pelajar jauh lebih tertarik dan terobsesi pada suatu merk yang sudah sangat terkenal.

Dengan meningkatkan prestasi bank melalui kinerja, kualitas produk, pelayanan terbaik, sehingga bank akan terus mengembangkan dirinya untuk terus menciptakan hal-hal baru dengan tujuan pemenuhan kebutuhan nasabah, maka masyarakat akan merasa puas dan memiliki kepercayaan yang tinggi, maka reputasi bank tersebut akan meningkat, sebaliknya jika nasabah merasa kecewa dan tidak adanya kepercayaan terhadap suatu bank maka akan menurunkan reputasi bank tersebut.

Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu Abhimantra (Abhimantra:2013:177) dan Abdallah (Abdallah:2015:445) menyatakan bahwa faktor reputasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

3. Pengaruh Lingkungan Terhadap Minat Pelajar SMK Perbankan Syariah Menabung di Bank Syariah

Faktor Lingkungan berperan dalam membantu konsumen pada saat proses pengambilan keputusan pembelian. Sudah menjadi pengetahuan umum bahwa manusia adalah makhluk sosial. Manusia tidak dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya tanpa berinteraksi antara satu dengan yang lain. Manusia hidup berada dalam lingkungan. Lingkungan tersebut akan memberikan pengaruh, baik kuat maupun tidak, pada perilaku individu manusia tersebut. (Lailasari:2017:145)

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien regresi beta sebesar 0,061 dengan tingkat signifikansi t sebesar 0,456 lebih besar ($>$) dari 0,05. Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa variabel lingkungan tidak memiliki pengaruh terhadap minat menabung pelajar SMK dengan program studi perbankan syariah.

Hasil penelitian ini menyatakan variabel lingkungan tidak memiliki pengaruh terhadap minat menabung pelajar SMK dengan program studi perbankan syariah, dikarenakan ada faktor lain yang lebih mempengaruhi minat menabung. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Junaidi (Junaidi:2015:11) yang menyatakan lingkungan tidak berpengaruh terhadap memilih bank syariah.

Salah satu faktor kurangnya minat menabung pelajar disebabkan lingkungan keluarga yang kurang mengajarkan tentang pentingnya menabung, sehingga kebiasaan yang melekat pada pelajar saat ini dengan gaya hidup yang konsumtif. Sosialisasi bank syariah yang datang ke lingkungan sekolah dengan program membuka rekening simpanan pelajar dapat menjadi alternatif untuk meningkatkan minat menabung pelajar.

4. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Pelajar SMK Perbankan Syariah Menabung di Bank Syariah

Berdasarkan teori religiusitas diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan termasuk aspek ekonomi. Lembaga perbankan tersebut termasuk ke dalam aspek syariat yang berhubungan dengan kegiatan muamalah. Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI) tahun 2003 bahwa bunga tidak sesuai dengan syariat islam. Bunga bank mengandung unsur riba. Agama selain Islam seperti Nasrani, Yahudi, Hindu, juga melarang adanya Riba. Hal inilah yang menyebabkan intensi untuk berpindah dari Bank Konvensional menuju Bank syariah. (Suwarsih:2017:185)

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien regresi beta sebesar 0,536 dengan tingkat signifikansi t sebesar 0,000 lebih kecil (<) dari 0,05. Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa variabel lingkungan memiliki pengaruh positif terhadap minat menabung pelajar SMK dengan program studi perbankan syariah. Hal ini menguatkan teori bahwa religiusitas berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah.

Hasil tersebut menyatakan variabel religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap minat menabung pelajar SMK program studi perbankan syariah, hal ini dapat diartikan faktor Religiusitas (agama) dengan tujuan menjalankan apa yang diperintahkan Allah SWT dan menjauhi apa yang dilarang-Nya. Bentuk upaya dalam transaksi perbankan untuk terhindarnya dari *riba, gharar, dan maysir* merupakan faktor pendorong untuk pengambilan keputusan menabung di bank syariah. Potensi yang dimiliki bank syariah sangatlah besar, mengingat Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia. Hal ini menjadi faktor pendorong dalam pengambilan keputusan menabung di bank syariah. Tingkat kesadaran yang tinggi dalam menjalankan perintah agama merupakan salah satu bentuk amalan dalam menjalankan syariat Islam dengan cara menabung di bank syariah. Dengan tingginya tingkat religiusitas yang ada pada masyarakat, akan meningkatkan minat masyarakat khususnya pelajar menabung di bank syariah.

Untuk memperoleh peluang yang dimiliki bank syariah, perlu adanya sosialisasi kepada masyarakat muslim yang belum mengetahui bank syariah salah satunya dengan mendukung kegiatan islami seperti pengajian, majelis taklim. Setelah munculnya kegiatan bela aksi Islam 212, fenomena kebangkitan, kesadaran serta kebersamaan umat hingga mendirikan koperasi syariah dan mini market syariah. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh bank syariah untuk

mengkampanyekan gerakan menabung di bank syariah. Serta meningkatkan promosi dan sosialisasi melalui kegiatan-kegiatan islami, seperti mengadakan kajian ekonomi Islam dengan mengundang Ustadz yang sudah sangat dikenal masyarakat.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdallah (Abdallah:2015:445) dan Junaidi (Junaidi:2015:11) menyatakan bahwa faktor religiusitas merupakan faktor dominan yang mempengaruhi terhadap keputusan menabung di bank syariah.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pada pelajar SMK khususnya program studi perbankan syariah melalui kuesioner berjumlah 72 reponden dengan judul pengaruh pengetahuan, reputasi, lingkungan dan religiusitas terhadap minat pelajar SMK perbankan syariah menabung di bank syariah. maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah dengan koefisien regresi hasil uji parsial (uji t) terlihat bahwa diperoleh t hitung untuk variabel pengetahuan (X_1) sebesar 1,644 lebih besar dari t tabel 1,99601 ($1,644 < 1,99601$) dengan tingkat sig. 0,105 (lebih besar dari taraf signifikan 0,05) ($0,105 > 0,05$).
2. Reputasi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah dengan koefisien regresi hasil uji parsial (uji t) terlihat bahwa diperoleh t hitung untuk variabel reputasi (X_2) sebesar 2,410 lebih besar dari t tabel 1,99601 ($2,410 > 1,99601$) dengan tingkat sig. 0,019 (lebih kecil dari taraf signifikan 0,05) ($0,019 < 0,05$). Semakin baik reputasi bank syariah maka semakin banyak pula pelajar yang berminat menabung di bank syariah.
3. Lingkungan tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah dengan koefisien regresi hasil uji parsial (uji t) terlihat bahwa diperoleh t hitung untuk variabel lingkungan (X_3) sebesar 0,750 lebih kecil dari t tabel 1,99601 ($0,750 > 1,99601$) dengan tingkat sig. 0,456 (lebih besar dari taraf signifikan 0,05) ($0,456 > 0,05$).
4. Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah dengan koefisien regresi hasil uji parsial (uji t) terlihat bahwa diperoleh t hitung untuk variabel religiusitas (X_4) sebesar 4,723 lebih besar dari t tabel 1,99601 ($4,723 > 1,99601$) dengan tingkat sig. 0,000 (lebih besar dari taraf signifikan 0,05) ($0,000 < 0,05$). Mengingat penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam maka semakin besar peluang bank syariah.

Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Didapatkan F hitung sebesar 20,127 dengan tingkat signifikansi 0,000 (kurang dari 0,05), hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel independen (pengetahuan, reputasi, lingkungan, dan religiusitas) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pelajar di bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdallah, Muhammad dan Irsyad Lubis. “ Analisis Minat Menabung Pada Bank Syariah di Kalangan Siswa SMA di Kota Medan (Studi Kasus: Siswa Madrasah Aliyah Negeri).” *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol.3 No.7*, 2015, 436-447.
- Abhimantra, Ananggadipa, dkk. ”Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) dalam Memilih Menabung pada Bank Syariah”. *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil)*, 8-9 Oktober 2013, 170-177.
- Adawiyah, Wiwiek Rabiatul. “Pertimbangan, Pengetahuan, Dan Sikap Konsumen Individu Terhadap Bank Syariah.” *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Volume.11, Nomor. 2, 2015, 191-201.
- Agung, Anak Agung Putu. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang : Universitas Brawijaya Press, 2012.
- Ahmed, Habid. “Islamic Banking and Shari’ah Compliance: A Product Development Perspective”. *Journal of Islamic Finance*, Vol. 3 No. 2, 2014, 15-29.
- Al-Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Solo : Era Adicitra Intermedia, 2011.
- Andespa, Roni. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah.” *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Vol.2, No. 1,2017, hal.43-57.
- Antonio, Syafi’i. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani,2007.
- Basuki, Agus Tri dan Nano Prawoto. “Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi&Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS & eviews.” Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.
- Dorcak, Peter, dkk. “Reputation Management, Selected Assessment and Measurement Tools Theoretical Overview.” *International Journal of Business Administration and Management Research*, Vol. 3, No. 4, Dec 2017, 1-4.
- Hatmawan, Aglis Andhita dan Any Widiasmara. “Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Niat Pada Perilaku Nasabah Menabung Di Perbankan Syariah Dengan Agama Sebagai Variabel Kontrol.” *Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*, Volume 5, Nomor 2, Oktober 2016, 101-112.
- Hasan, Nurul Ichsan. *Perbankan Syariah Sebuah Pengantar*. Jakarta: GP Press Group, 2014.
- <http://finansial.bisnis.com/read/20180202/90/733092/market-share-dpk-bank-umum-syariah-per-november-2017-naik-tipis> diakses pada 9 Mei 2018.
- Inayah, Nurul dan Siti Sudiarti. “Analisis Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus di PT. BPRS Puduarta Insani).” *Jurnal At-Tawassuth*, Vol. 2, No. 1, 2017, 191-214.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2011.

- Junaidi. “Persepsi Masyarakat Untuk Memilih Dan Tidak Memilih Bank Syariah (Studi Kota Palopo)”. *Jurnal Fokus Bisnis*, Volume.14, Nomor. 2, Desember 2015, 1-13.
- Lailasari, dkk. “Analisis Pengaruh Faktor Lingkungan Eksternal Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Layar Sentuh Merek Samsung Di Kalangan Mahasiswa FE Unisma” *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen* 2017, 139-151
- Otoritas Jasa Keuangan. *Booklet Perbankan Indonesia 2016 Edisi 3*. Jakarta :OJK, 2016.
- Pratiwi, Alini Anggun Eka. “Pengaruh Total Asset Turnover, Net Profit Margin dan Return On Equity terhadap harga saham pada perusahaan food and beverage yang listing di BEI tahun 2009-2011.” *e-Journal Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi* , 2014, 1-17.
- Sulistiyono, Muhammad Aris. “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi Dan Tingkat Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Pt. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Kas FE Condongcatur Yogyakarta).” *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil, Vol, 1, No 1, 2016*, 1-25.
- Suwarsih, Aqidah Asri. “Identifikasi Potensi Nasabah Baru Bank Syariah Ditinjau Dari *Customer Switching Intention*.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 2, Juli-Des 2017, 169-190.
- Syaima, Neng Nadiyya. “Pengaruh Merek, Reputasi, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Di BJB Syariah KCP.Ciputat.” Skripsi S1 UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2017, 117
- Utari, Desi Suci. “Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Jasa Asuransi (Kasus Pada Pt.Asuransi Bsam Cabang Pekanbaru).” *Jurnal Jom FISIP*, Volume 2 No.2 – Oktober 2015, 1-8.
- Yuliawan, Eko. “Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Pt. Bank Syariah Cabang Bandung.” *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil-Volume 1, Nomor 01, April 2011*. 21-30