



Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank X Sukabumi

Kamilah Shalihah, Deden Gandana Madjakusumah*

Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung, Indonesia..

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 12/09/2022

Revised : 13/12/2022

Published : 21/12/2022



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 1

No. : 2

Halaman : 91 - 96

Terbitan : Desember 2022

ABSTRAK

Religiusitas merupakan tingkat keyakinan dan ketaatan seseorang terhadap agama yang sedang diyakini. Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas dan pengetahuan terhadap minat nasabah bank x Sukabumi secara parsial dan simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Sampel penelitian ini sebanyak 94 responden. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *simple Random Sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan observasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, uji analisis regresi berganda, uji simultan dan uji parsial. Hasil penelitian yang diolah dengan menggunakan program SPSS menunjukkan bahwa minat nasabah bank x sukabumi yang dipengaruhi oleh religiusitas dan pengetahuan.. Hasil uji F (simultan) menunjukkan nilai religiusitas dan pengetahuan secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat nasabah. Hasil uji T (parsial) menunjukkan bahwa nilai pengetahuan X1 tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah Y dan variabel pengetahuan X2 menunjukkan bahwa berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah Y.

Kata Kunci : Religiusitas; Pengetahuan; Minat

ABSTRACT

Religiosity is the level of one's belief and adherence to the religion being believed in. Consumer knowledge is all information that consumers have about kinds of products and services, also other knowledge about products, services, and information as consumers. This study aims to determine the influence of religiosity and knowledge on the interests of Bank x customer in Sukabumi partially and simultaneously. The research method used is quantitative. The sample was 94 respondents. The sampling technique is *simple Random Sampling*. The types of data are primary and secondary data. Data collection techniques use questionnaires and observations. The data analysis techniques are descriptive analysis, validity test, reliability test, classical assumption test, hypothesis test, multiple regression analysis test, simultaneous test and test partial. The results is processed by SPSS program showed that the interest of Bank x customers in Sukabumi was influenced by religiosity and knowledge. The results of the F test (simultaneously) show the religiosity and knowledge simultaneously have a significant and positive effect on customer interest. The results of the T test (partial) showed that the knowledge value of X1 hadn't significant effect on customer interest Y and the knowledge variable X2 showed that it had significant effect on customer interest Y.

Keywords : Religiosity; Knowledge; Interest

A. Pendahuluan

Bank adalah suatu jenis lembaga keuangan yang melaksanakan berbagai macam jasa, seperti memberikan pinjaman, mengedarkan mata uang, pengawasan terhadap mata uang, bertindak sebagai tempat penyimpanan benda-benda berharga, membiayai usaha perusahaan-perusahaan dan lain-lain (Prof. Dr. Thamrin Abdullah, n.d.). Indonesia memiliki dua sistem perbankan salah satunya adalah system perbankan syariah. Perbankan syariah atau bank syariah adalah sebuah lembaga keuangan milik oleh suatu negara dimana menyalurkan kredit serta layanan lain dalam bisnis pembayaran dan peredaran uang yang dijalankan dengan memakai hukum Syariah dan ajaran Islam (Andespa, 2017).

Secara umum bank harus memahami dan mengetahui perilaku nasabah yang menjadi sasaran bank hal tersebut dapat memengaruhi minat nasabah dalam produk yang ditawarkan oleh bank, selain itu religious dan pengetahuan masyarakat juga dapat memperangaruhi minat nasabah. Oleh karena itu pemahaman dan pengetahuan tentang perilaku nasabah memiliki pengaruh besar terhadap strategi pemasaran produk-produk perusahaan agar menarik minat nasabah. Ketika tingkat religious seseorang meningkat maka semakin besar juga tingkat kehati-hatian seseorang dalam memilih produk yang akan digukan. Dalam penelitian lain oleh Astuty & Umiyati, hasilnya menunjukkan bahwa ada pengaruh antara agama dan bunga tabungan bank syariah (Astuty, 2018). Kualitas agama orang mempengaruhi pemahaman dan penerapan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari. Salah satunya adalah minat memilih bank syariah untuk menghindari riba (Gunawan, 2021).

Menurut data OJK Oktober 2021, perkembangan bank syariah di Jabar cukup pesat perkembangannya, dengan Jabar kedua setelah DKI Jakarta dalam total aset RP. Rp. 49.834 triliun, Rp. 31.219 triliun, DPK Rp. 38.856 triliun (Keuangan, 2021). Kota sukabumi adalah salah satu kota di jawa barat yang memiliki 7 kecamatan diantaranya: cikole, gunung puyuh, warudoyong, citamiang, cibeurem, lembur situ dan baros. Sukabumi pada tahun 2020 memiliki jumlah penduduk 346,32 ribu jiwa dengan mayoritas penduduk beragama islam dengan jumlah 338,116 ribu jiwa penduduk dari total jumlah penduduk disukabumi (Sukabumi, 2021). Meskipun mayoritas islam, kota sukabumi masih dinilai lambat dalam perkembangan bank syariah.

Kota	Assets Gross	Pembiayaan	DPK
Kota Bandung	27.336	17.608	16.974
Kota Bekasi	10.963	7.816	9.665
Kota Bogor	10.514	6.598	8.234
Kota Cirebon	6.424	4.515	4.459
Kota Tasikmalaya	3.063	2.582	1.547
Kota Sukabumi	1.108	857	884
Kota Cimahi	740	428	710

Sumber: Data Penelitian yang sudah Diolah, 2022

Dari table diatas dapat dilihat bahwa dari delapan kota yang ada di jawa barat kota sukabumi berada di peringkat ke tujuh dalam hal pembiayaan dan Dana Pihak Ketiga. Kota sukabumi adalah kota yang memiliki berbagai macam agama, namun mengingat jumlah agama islam sekitar 96% dari jumlah penduduk kota Sukabumi (Badan Pusat Statistik Kota Sukabumi, 2019). Maka mayoritas agama kota sukabumi adalah agama islam mengingat hal tersebut seharusnya pangsa pasar masyarakat kota sukabumi lebih bisa dimanfaatkan menjadi peluang bank syariah untuk membuat msyarakat berminat untk menggunakan jasa perbankan syariah.

Menurut buku Aqidah Asri Suraswati Religious menyatakan bahwa, “tingkat keyakinan dan ketaatan seseorang terhadap agama yang sedang diyakini, religious juga merupakan tingkat kesalahan seseorang terhadap syariat agamanya.” Wujud dari religious seseorang dapat dinilai dari aspek ekonomi. Salah satunya Lembaga perbankan yang sesuai dengan aspek syariat yang berhubungan dengan muamalah. (Suwarsih, n.d.) Menurut buku Muhammad Alim ada beberapa hal yang dijadikan indicator religious yaitu: Komitmen terhadap perintah, larangan Allah dan produk perbankan syariah, Bersemangat mengkaji ajaran agama, Aktif dalam kegiatan agama, Menghargai simbol-simbol keagamaan, Mempertgunakan pendekatan agama dalam menentukan pilihan, Ajaran agama dijadikan sebagai sumber pengembangan ide (Muhammad Alim, 2011).

Menurut Michael John C. Mowen, “Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen tentang berbagai jenis produk dan layanan, serta pengetahuan lain yang terkait dengan produk dan layanan tersebut, dan sebagai konsumen. Informasi yang berkaitan dengan fungsi.” Muhammad Buku Alim memiliki beberapa kegunaan sebagai indikator agama. Yaitu, pengetahuan tentang informasi produk bank syariah, determinan nasabah, dan informasi terkait [10].

Menurut Andespa Minat merupakan bagian penting dari “perilaku konsumen dalam bertindak sebelum mengambil keputusan membeli sesuatu. 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). Menurut penelitian Miranti Wulandari menjelaskan terdapat beberapa indikator minat antara lain yaitu : Prosedur, Kepercayaan, Kepuasan, Tingkat Pengetahuan, Loyalitas (Pengaruh Pengetahuan Dan Religius Nasabah Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Pada PT. Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang, 2018).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka tujuan dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut. Untuk menganalisis pengaruh religiusitas dan pengaruh pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah di bank X, Untuk menganalisis pengaruh religiusitas dan pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah di BANK X secara simultan dan parsial.

Berdasarkan fenomena di atas, terlihat adanya masalah minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah dan perbedaannya dilihat dari hasil penelitian sebelumnya (research gap).

B. Metode Penelitian

Metode Penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif-kuantitatif. metode pendekatan kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono, 2019) Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif atau penelitian survey yang menganalisis data-data secara kuantitatif kemudian menginterpretasikan suatu kumpulan. (J. Supranto, 2000) Sumber data penelitian yang digunakan adalah data primer dan sekunder.

Populasi yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah nasabah bank X Kota Sukabumi martadinata yang masih aktif yaitu 1.600. Kami menerima sampel penelitian sebanyak 94 orang dengan menggunakan teknik sampling yaitu target sampling. Metode analisis data yang digunakan dalam survei ini adalah angket, wawancara, dan observasi. Variable penelitian yang digunakan yaitu variable independent didalamnya terdapat variable X1 religiusitas dan variable X2 pengetahuan dan variable dependen didalamnya terdapat variable Y minat nasabah. Adapun Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata – rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi) (Ghozali, 2018). Teknik pengujian instrument yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan uji asumsi klasik dan uji hipotesis yang digunakan yaitu uji simultan dan uji parsial. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda (Gunawan Ce, 2020).

C. Hasil dan Pembahasan

Berikut adalah penelitian mengenai pengaruh religiusitas dan pengetahuan terhadap minat nasabah.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	7.104	2.032		3.496
	RELIGIUSITAS	.003	.091	.004	.037
	PENGETAHUAN	1.070	.153	.675	6.983

a. Dependent Variable: MINAT

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	254.889	2	127.444	38.537
	Residual	300.941	91	3.307	
	Total	555.830	93		

a. Dependent Variable: MINAT

b. Predictors: (Constant), PENGETAHUAN , RELIGIUSITAS

Berdasarkan tabel di atas, kita dapat melihat bahwa nilai pada t tabel adalah 1,986. Oleh karena itu, kita dapat melihat setiap variabel, yaitu: Uji F Dalam penelitian ini terdapat pengaruh X yang signifikan terhadap Y. Pada penelitian ini terdapat nilai signifikansi sebesar 0,971 > 0,05 sehingga memiliki tidak pengaruh signifikan X1 terhadap Y. Penelitian ini memiliki t hitung 6,983 >Tabel 1,986, sehingga dapat disimpulkan bahwa berpengaruh signifikan terhadap X2 terhadap Y. Dari tabel uji simultan di atas, kita dapat melihat bahwa uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh simultan X1 dan X2 terhadap Y secara bersamaan. Jika f hitung 38.537 >F-tabel 3.10, maka dapat disimpulkan bahwa berpengaruh signifikan terhadap agama (X1) dan (X2) variabel secara bersamaan. meningkat. Tentang minat pelanggan (Y).

Uji regresi berganda untuk menentukan apakah variabel terikat dipengaruhi oleh lebih dari satu variabel bebas (x). Hasilnya dapat diperoleh dari tabel berikut.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.677 ^a	.459	.447	1.819

a. Predictors: (Constant), PENGETAHUAN , RELIGIUSITAS

b. Dependent Variable: MINAT

Dari tabel diatas dapat kita lihat bahwa besarnya nilai dari hubungan tersebut adalah 0,677. (R-squared) determinan 0,459. Artinya pengaruh variabel independen (keagamaan dan pengetahuan) terhadap variabel dependen (minat pelanggan) adalah 45,9%. Pengambilan keputusan dalam pengujian regresi berganda: -(R-kuadrat) adalah 0,459. Artinya variabel bebas (agama dan pengetahuan) berpengaruh terhadap variabel terikat (minat nasabah) sebesar 45,9%.

Analisis pengaruh religiusitas terhadap minat menjadi nasabah di Bank X kota sukabumi.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel agama adalah X1 sampai dengan Y. Jika nilai signifikan $<0>$ t tabel maka variabel X berpengaruh terhadap Y. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,971 > 0,05$. Dengan nilai t sebesar $0,037 < t < t$ Tabel $1,986$ dapat disimpulkan bahwa fluktuasi agama tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah, tetapi berpengaruh positif terhadap minat nasabah. Hasil ini menjelaskan bahwa Bank x Kota Sukabumi tidak mengendalikan pengaruh agama terhadap kepentingan nasabah. Oleh karena itu, penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, yaitu oleh Fajar Mujaddid, Pandu Tezar, dan Adi Nugroho. Perbedaannya adalah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengaruh pengetahuan tidak mempengaruhi minat, tetapi penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan sangat mempengaruhi minat.

Analisis pengaruh pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah Bank X kota sukabumi

Hasil analisis menunjukkan variable pengetahuan X2 terhadap Y adalah jika nilai signifikan $< 0,05$ atau t hitung $> t$ table maka variable X terhadap Y berpengaruh signifikan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan nilai signifikan $0,001 < 0,05$ dan t hitung $6,983 > t$ table $1,986$, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah (Y). Berdasarkan hasil diatas dengan indikator pengetahuan maka variable pengetahuan mempunyai kontribusi pengaruh terhadap minat bank x kota sukabumi.

Maka penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Fajar Mujaddid, Pandu Tezar dan Adi Nugroho, perbedaannya adalah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengaruh pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat sedangkan penelitian ini pengetahuan sangat berpengaruh terhadap minat nasabah.

Analisis pengaruh religiusitas dan pengetahuan terhadap minat nasabah di Bank X kota sukabumi

Hasil analisis menunjukkan bahwa X1 dan X2 berpengaruh signifikan terhadap Y. Jika nilai Ftabel signifikan, maka variabel X1 dan X2 berpengaruh signifikan terhadap Y. Hasil penelitian ini memiliki nilai signifikan yaitu $0,001 < 0>$ F Tabel $3,10$, sehingga pengaruh minat yang signifikan adalah $0,59$ untuk (R squared) dalam penelitian ini. Artinya pengaruh variabel independen (agama dan pengetahuan) terhadap variabel dependen (preferensi pelanggan) adalah $5,9\%$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel agama (X1) dan pengetahuan (X2) memiliki pengaruh yang sangat positif dan signifikan terhadap minat nasabah Bank x di Sukabumi. Oleh karena itu, penelitian ini mirip dengan penelitian sebelumnya oleh Miranti Wulandari. Persamaan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel agama X1 dan pengetahuan X2 memiliki pengaruh yang besar dan menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan terhadap minat.

Analisis pengaruh religiusitas dan pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah di Bank X simultan dan parsial

Hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh agama dan pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah BANK X sekaligus nilai signifikan pengaruh X1 dan X2 terhadap Y adalah $0,001 < 0>$ F Tabel $3,10$ meningkat. Dapat disimpulkan bahwa H3 diterima atau sekaligus berpengaruh signifikan terhadap variabel agama (X1) dan (X2) terhadap minat pelanggan (Y). Dari temuan di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa agama dan pengetahuan dari variabel mempengaruhi minat pelanggan kami.

Oleh karena itu, penelitian ini sama dengan penelitian sebelumnya, dan kesamaan dalam penelitian ini adalah, pada saat yang sama, variabel agama dan pengetahuan, yang bersama-sama memiliki implikasi penting. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh agama dan pengetahuan terhadap minat BANK X menjadi nasabah secara parsial menunjukkan nilai sig. Karena pengaruh X1 terhadap Y adalah $0,971 > 0,05$ dan t hitung $0,037 < t > t$ Tabel $1,986$, maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima dan X2 berpengaruh signifikan terhadap Y. Dari temuan di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa agama tidak mempengaruhi minat, tetapi pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat.

Maka penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu penelitian terdahulu secara parsial variable religiusitas berpengaruh terhadap minat sedangkan penelitian ini secara parsial tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Variabel pengetahuan sama dengan penelitian terdahulu variable pengetahuan sama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis maka penulis dapat menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut: Berdasarkan hasil analisis dan pembahasannya bahwa variabel religiusitas X1 dapat dijelaskan bahwa X1 tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah Y, sehingga masyarakat muslim harus lebih mencari tahu lagi tentang produk bank syariah agar terhindar dari riba. Penelitian ini berpengaruh positif karena nasabah memahami manfaat menggunakan produk bank X dan mengetahui larangan riba, Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan variabel pengetahuan X2 dapat disimpulkan bahwa X2 sangat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah Y. Penelitian ini berpengaruh positif terhadap minat karena nasabah mengetahui tentang bank X kota Sukabumi, Berdasarkan religiusitas X1 dan pengetahuan X2 bersama-sama berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel minat Y. Dalam penelitian yang dilakukan penulis bahwa variabel berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih produk bank., Berdasarkan hasil analisis variabel X1 religiusitas dan variabel X2 pengetahuan secara simultan berpengaruh signifikan dan berpengaruh positif terhadap minat nasabah bank X kota Sukabumi. Berdasarkan hasil analisis secara parsial variabel religiusitas X1 tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah bank X kota Sukabumi Y tetapi berhubungan positif, sedangkan variabel pengetahuan X2 secara parsial berpengaruh signifikan dan berpengaruh positif terhadap minat nasabah bank X kota Sukabumi Y.

Daftar Pustaka

- Andespa, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan, Vol.2, No.*, 43–57.
- Astuty, P. & U. (2018). Influence Of Religiosity Towards The Saving Interest At Islamic Banking With The Knowledge Of The People as Moderator Variable (Case Study On The People of South Tangerang City). *Journal of Islamic Economics and Business.*, Vol. 3, hal 1-16.
- Badan Pusat Statistik Kota Sukabumi. (2019). *Jumlah Penduduk Menurut Agama dan Kecamatan di Kota Sukabumi 2020*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- Gunawan. (2021). PENGARUH RELIGIUSITAS DAN PENGETAHUAN PERBANKAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BNI SYARIAH KC SUKABUMI. *Jurnal Studi Islam*, 2, 93. <https://doi.org/https://doi.org/10.47281/fas.v2i2.29>
- Gunawan Ce. (2020). *Mahir Menguasai SPSS panduan praktis mengolah data penelitian*. Deepublish.
- J. Supranto. (2000). *Metode Ramalan Kuantitatif Untuk Perencanaan Ekonomi dan Bisnis*. Pt. Rineka Cipta.
- Keuangan, O. J. (2021). *Statistik Perbankan Syariah*.
- Muhammad Alim. (2011). *Pendidikan Agama Islam*. PT Remaja Rodakarya.
- Prof. Dr. Thamrin Abdullah, S. P. . M. M. D. I. S. W. M. M. (n.d.). *Bank dan Lembaga keuangan edisi 2*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan : Kuantitatif, Kualitatif Kombinasi, R dan D, dan Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- Sukabumi, B. P. S. kota. (2021). *BERITA RESMI STATISTIK*.
- Suwarsih, A. A. (n.d.). Identifikasi Potensi Nasabah Baru Bank Syariah Ditinjau Dari Customer Switching Intention. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, Vol. 3, No*, 169–190.
- Pengaruh Pengetahuan dan Religius Nasabah tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Memilih Produk pada PT. Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang, Palembang: UIN Raden Fatah Palembang. SKRIPSI (2018).