
Pengaruh Tingkat Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi pada Masyarakat Desa Carebbu, Kec. Awangpone, Kab. Bone)

Kasmiati^{1*}, Zulkifli², Hartas Hasbi³

^{1,2,3} Institut Agama Islam Negeri Bone, Sulawesi Selatan, Indonesia

Email: syakariae@gmail.com^{1*}, zulkifli@iain-bone.ac.id², hartashasbi@gmail.com³

Abstrak

Pengetahuan masyarakat tentang bank syariah juga akan mempengaruhi pandangan masyarakat mengenai bank syariah itu sendiri. Minat adalah ketertarikan terhadap sesuatu yang dapat menimbulkan perasaan senang, tertarik, dan sejahtera. Penelitian ini membahas mengenai pengaruh tingkat pengetahuan masyarakat terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui tingkat pengetahuan masyarakat terhadap menggunakan produk bank syariah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Data penelitian ini menggunakan data primer dengan penyebaran kuesioner sebanyak 97 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik simple random sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berpengaruh secara parsial antara tingkat pengetahuan masyarakat terhadap minat menggunakan produk bank syariah dengan nilai 15,280. Sedangkan uji koefisien didapat nilai sebesar 70,8% dan sisahnya dipengaruhi oleh faktor lain. Jadi, sebagian kecil variabel terkait dijelaskan oleh variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian.

Kata Kunci: Tingkat Pengetahuan, Minat, Bank Syariah

Abstract

Public knowledge about Islamic banks will also affect the public's view of Islamic banks themselves. Interest is an interest in something that can cause feelings of pleasure, interest, and prosperity. This study discusses the influence of the level of public knowledge on interest in using Islamic bank products. This research was conducted with the aim of finding out the level of public knowledge about using Islamic bank products. This study uses a quantitative research method. The data of this study used primary data with the distribution of questionnaires as many as 97 respondents. The sampling technique uses a simple random sampling technique. The results of this study show that there is a partial effect between the level of public knowledge on the interest in using Islamic bank products with a value of 15,280. Meanwhile, the coefficient test obtained a score of 70.8% and the rest was influenced by other factors. Thus, a small number of related variables are explained by the independent variables used in the study.

Keywords: Knowledge Level, Interest, Sharia Bank

PENDAHULUAN

Di tanah air, pionir perbankan syariah ialah Bank Muamalat Indonesia. Bank ini didirikan pada tahun 1991 oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), pemerintah, Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI), dan beberapa pemilik usaha Muslim. Bank ini terkena dampak krisis keuangan menjelang akhir tahun 90an sehingga nilainya hanya tinggal 33% dari modal dasarnya. IDB kemudian memberikan pemasukan aset ke bank tersebut (Sutrisno, 2022).

Dalam kurun waktu 1999-2002, bank ini mempunyai pilihan untuk melakukan pemulihan dan menciptakan keuntungan. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Terkait Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan saat ini mengatur letak bank syariah di Tanah Air. Pertumbuhan bank syariah di dunia serta di tanah air mengenai hambatan dikarenakan bank syariah berada di tengah kemajuan serta implementasi keuangan konven yang saat ini menjadi perhatian masyarakat sekitar. Pemasalahn yang diratapi perbankan (organisasi moneter) syariah enggan terlepas dari tidak adanya pedoman SDM dan hukum yang memadai (Muthaher, 2019). Karena diketahui, di Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam, hanya ada satu pilihan: menabung di bank konvensional. Sedangkan bank adat menganut sistem premi yang menurut beberapa peneliti, sistem premi itu haram, karena premi itu riba, maka dari itu penting untuk mendirikan bank syariah.

Ada beberapa alasan mengapa umat Islam di Indonesia tidak memiliki akses terhadap sistem perbankan: mereka tidak memiliki akses terhadap sistem perbankan, mereka tidak memiliki akses terhadap sistem perbankan tradisional, kelompok tidak mempunyai koneksi terhadap sistem perbankan yang mana enggan mengizinkan mereka melakukan hal tersebut, mereka tidak mempunyai koneksi terhadap sistem perbankan yang tidak mengizinkan mereka melakukan hal tersebut; mereka tidak memiliki akses terhadap sistem perbankan yang tidak mengizinkan mereka melakukan hal tersebut dan mereka tidak memiliki akses terhadap sistem perbankan.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pangsa pasar bank syariah berdasarkan total passsar nasional harus mencapai 4,87% pada tahun 2015 atau melebihi target minimal 5%. Ada sejumlah faktor yang berkontribusi terhadap rata-rata tingkat tabungan masyarakat di perbankan syariah. Salah satu faktor yang paling penting adalah proporsi karyawan, nasabah, dan individu lain yang kurang terwakili dalam sistem perbankan (Manggu, 2018).

Sejak Bank Muamalat Indonesia didirikan enam belas tahun yang lalu, perbankan syariah telah menjadi bisnis yang semakin mapan dan canggih di Indonesia (Masse & Rusli, 2017). Dengan disahkannya Undang-Undang Perbankan Nomor 7 Tahun 1992 dan revisinya dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, yang mana khususnya mengakui pendirian serta pengoperasian Bank Bagi Hasil, atau Bank Umum Syariah, maka perbankan syariah telah mempunyai landasan yang kokoh di Indonesia. Oleh karena itu, bagi hasil menjadi landasan operasional bank ini. Dalam menjalankan bisnis bank, salah satu prinsip muamalah berdasarkan syariah adalah bagi hasil (Habibah & Hasanah, 2021).

Pengetahuan pelanggan mencakup semua informasi yang mereka ketahui tentang berbagai barang serta pelayanan, informasi tambahan mengenai barang serta jasa tersebut, dan informasi tentang peran mereka sebagai pelanggan. Pendapat asosiasi kepada bank syariah sendiri akan dipengaruhi dari pengetahuan asosiasi pada lembaga tersebut (Huda et al., 2017). Sederhananya, persepsi masyarakat terhadap bank syariah didasarkan pada pengetahuannya. Pengetahuan merupakan perubahan perilaku individu yang bersumber dari pengalaman. Tingkat pengetahuan produk yang berbeda dapat digunakan untuk menafsirkan informasi baru dan membuat keputusan. Ada tiga kategori pengetahuan produk: informasi tentang fitur dan keunggulan produk, pengetahuan tentang atributnya, dan pengetahuan tentang tingkat kesenangan yang diterima pelanggan dari barang atau jasa (Khairina, 2019).

Kekhawatiran dan pengetahuan asosiasi pada konsep perbankan syariah dan tingkat minat memanfaatkan produk yang disediakan bank syariah, akan menjadi subjek penelitian mengenai pengetahuan dan minat memanfaatkan produk perbankan syariah di Desa Carebbu. Pemahaman mereka terhadap produk perbankan syariah, keunggulannya, dan prinsip panduannya merupakan contoh variabel pengetahuan. Sementara variabel minat dapat melibatkan keinginan dan niat masyarakat untuk menggunakan produk-produk tersebut berdasarkan pemahaman mereka. Penelitian semacam itu dapat memberikan wawasan penting bagi pengembangan layanan perbankan syariah di tingkat Desa terutama di Desa Carebbu.

Ketertarikan terhadap suatu hal yang dapat menimbulkan perasaan senang, tertarik, dan sejahtera disebut minat (Syirazi, 2022). Menurut Utama & Pratiwi, (2023) minat mempunyai banyak atribut, misalnya minat menimbulkan sentimen baik terhadap suatu hal. Minat adalah sesuatu yang menyenangkan dan berasal dari pokok bahasan yang ada. Termasuk juga rasa penghargaan yang berujung pada cita-cita dan tindakan yang dilakukan untuk mewujudkan cita-cita tersebut. (1) Faktor pendorong internal, artinya mengarah pada kebutuhan yang muncul dari dalam diri individu, adalah faktor yang berkaitan dengan dukungan aktual, minat, keinginan yang muncul dari dalam praktis tidak ada dampak eksternal, dan lain-lain, merupakan indikator yang menentukan minat bagi mereka yang memilikinya. tidak pernah disimpan. (2) Faktor motif sosial yang bermakna mengarah pada penyesuaian diri terhadap lingkungan agar dapat diterima dan dikenali oleh lingkungan atau mencapai suatu tujuan yang berkaitan dengan interaksi dengan orang lain merupakan indikator yang menentukan minat. (3) Faktor emosional atau perasaan yang artinya minat erat kaitannya dengan perasaan atau emosi juga memegang peranan penting (Nurdin, 2021).

Daerah pedesaan saat ini sudah terbiasa mendengar kata bank. karena layanan perbankan terkait erat dengan hampir semua aktivitas yang berhubungan dengan keuangan. Kehadiran bank sangat penting bagi perekonomian suatu negara. Bank konvensional dan bank syariah ialah dua jenis bank; Bank konvensional menerapkan struktur bunga, sedangkan bank syariah mengenakan sistem bagi hasil. Berdasarkan data, bank telah berkembang, namun sebagian besar masyarakat miskin masih belum menabung, dibandingkan dengan mereka yang menabung di bank. Banyak warga Desa Carebbu yang masih kekurangan tabungan di bank, baik di bank konvensional maupun bank syariah.

Penelitian ini akan difokuskan pada bagaimana tingkat pengetahuan individu tentang produk perbankan dapat memengaruhi minat mereka untuk menggunakan produk tersebut, serta sejauh mana faktor-faktor ini berkontribusi pada keputusan penggunaan produk bank di masyarakat.

Meskipun terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang telah meneliti hubungan antara pengetahuan dan minat dalam konteks penggunaan produk bank, fokus penelitian ini berbeda karena penelitian ini akan mengeksplorasi lebih dalam tentang karakteristik spesifik masyarakat di daerah tertentu dan bagaimana hal tersebut dapat memengaruhi sikap mereka terhadap produk bank. Beberapa kajian terdahulu telah menunjukkan adanya hubungan positif antara tingkat pengetahuan tentang produk perbankan dan minat untuk menggunakannya (Ibrahim & Zainuddin, 2019; Rani & Reddy, 2021). Namun, peneliti ingin mengidentifikasi variabel-variabel lain yang mungkin memengaruhi hubungan ini, seperti demografi, budaya lokal, dan aksesibilitas informasi.

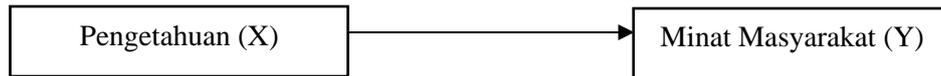
Dengan fokus ini, penelitian ini tidak hanya akan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh tingkat pengetahuan dan minat masyarakat, tetapi juga akan memperkaya literatur yang ada dengan analisis kontekstual yang lebih mendalam. Hal ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang lebih relevan bagi lembaga keuangan dan pemangku kepentingan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penggunaan produk perbankan di masyarakat.

Peneliti mempunyai keyakinan bahwa minat masyarakat pada pemanfaatan produk Bank Syariah dipengaruhi pada tingkat pengetahuan yang melatarbelakangi permasalahan tersebut. Landasan di atas adalah mengingat pentingnya penanda informasi terhadap pendapatan masyarakat dalam memanfaatkan produk Bank Syariah, maka penulis terdorong untuk memimpin penelitian karena tingkat pengetahuan individu terhadap premi dalam memanfaatkan produk Bank Syariah sampai batas tertentu dan sekaligus. Parsial adalah komponen dari keseluruhan yang lebih besar yang dapat mempengaruhi sesuatu. Sementara itu, sinkron adalah keseluruhan peristiwa yang dapat mempengaruhi sesuatu. Misalnya saja derajat informasi masyarakat mengenai pendapatan dalam pemanfaatan barang-barang Bank

Syariah. Tujuan dari kajian ini ialah agar dapat mengumpulkan pengetahuan mengenai subjek tersebut. Peneliti tertarik untuk mengarahkan ujian dengan judul tersebut “Pengaruh Tingkat Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Carebbu, Kec. Awangpone, Kab. Bone)”

Kerangka pikir

Dalam penelitian ini, penulis akan menyajikan kerangka konseptual yang berfungsi sebagai peta jalan dan landasan kontemplasi selama proses penelitian. Pengembangan kerangka ini diperlukan untuk mengumpulkan fakta dan informasi yang diperlukan untuk pembuatan tesis ini guna menjawab permasalahan penelitian secara ilmiah. Kerangka yang dimaksud adalah:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Minat masyarakat dipengaruhi oleh faktor pengetahuan dimana pengetahuan disini memiliki hubungan linear atau searah. Artinya, semakin tinggi pengetahuan seseorang maka semakin tinggi pula minat masyarakat dalam menggunakan produk Bank Syariah.

Keterangan:

X : Pengetahuan (Variabel Bebas)

Y : Minat (Variabel Terikat)

Hipotesis

Hipotesis dapat dikembangkan berdasarkan kerangka kerja, tinjauan literatur, dan informasi latar belakang yang diberikan di atas, yaitu:

H₀: pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Carebbu dalam menggunakan produk bank syariah

H₁: pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat Desa Carebbu dalam menggunakan produk bank syariah

METODE PENELITIAN

Penelitian semacam ini dikenal dengan penelitian lapangan deskriptif kuantitatif. Penelitian lapangan adalah bagian dari penelitian yang memerlukan pelaksanaan penelitian di lapangan secara diam-diam sambil menggunakan metode yang dipikirkan dengan matang dan pengamatan yang cermat terhadap suatu item untuk mengumpulkan informasi yang relevan dengan subjek penelitian (Rusliana, 2020). Penelitian survei digunakan oleh peneliti dalam penelitian lapangan. Penelitian survei adalah penelitian yang menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data dari sampel untuk mengkarakterisasi berbagai aspek populasi (Handarni, 2020b).

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif sangat menekankan pada pemeriksaan data numerik, atau angka, yang kemudian diperiksa dengan menggunakan teknik statistik yang tepat. Penelitian kuantitatif dilakukan dengan jumlah sampel yang ditetapkan dengan mempertimbangkan populasi yang ada. Rumus khusus digunakan untuk menghitung ukuran sampel. Jenis studi dan homogenitas demografis dipertimbangkan ketika memilih formula yang akan digunakan (Handarni, 2020a). Penelitian semacam ini digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana tingkat kesadaran masyarakat mempengaruhi minat memanfaatkan barang-barang Bank Syariah.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di masyarakat, tepatnya di Desa Carebbu, Kec. Awangpone, Kab. Bone. Waktu yang digunakan oleh peneliti ini dimulai bulan Juni sampai Agustus tahun 2024.

Data dan Sumber Data

Asal atau sumber informasi yang akan digunakan untuk mengumpulkan data disebut sebagai sumber data. Sumber data primer dan sekunder akan digunakan dalam penyelidikan ini.

1. Data primer

Dengan memberikan kuesioner kepada 97 warga Desa Carebbu Kec. Awangpone, Kab. Bone, data primer yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan langsung dari partisipan penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh secara tidak langsung dari para responden. Dalam penelitian ini menggunakan berbagai sumber referensi yang diperoleh secara langsung, baik melalui pembelian buku maupun akses melalui website serta jurnal yang relevan diakses secara daring yang berkaitan dan dapat menunjang penelitian ini.

Populasi dan Sampel

Penduduk Desa Carebbu yang telah membuat rekening merupakan populasi yang diteliti. Jumlah total populasi tidak pasti. Sampel adalah himpunan bagian dari semua sifat yang dimiliki populasi. Selain itu, Simple Random Sampling merupakan teknik pengumpulan sampel yang digunakan, yaitu anggota sampel dipilih secara acak dari populasi tanpa memperhitungkan strata yang ada di dalamnya. Artinya terdapat peluang yang sama untuk dijadikan sampel penelitian bagi setiap responden atau penduduk Desa Carebbu Bone. Berikut cara menghitung sampel penelitian ini dengan menggunakan rumus Lemeshow:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d}$$
$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1-0,5)}{0,01^2} = 96$$

Keterangan:

n = total sampel yang dicari

z = nilai distribusi z pada CI 5%

p = proporsi kasus yang diselidiki, karena nilai p tidak diketahui, digunakan nilai p terbesar, yaitu p = 0,5 sedangkan q adalah proporsi terjadinya suatu kejadian. Dalam penelitian ini, p terbesar digunakan sehingga q = 1-p = 1-0,5

d = toleransi kesalahan 10%

Hasil dari perhitungan rumus adalah 96. Namun, peneliti menetapkan 97 sampel dalam penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan yaitu data primer dengan memberika kuesioner kepada masyarakat Desa Carebbu.

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pengamatan dan pendokumentasian gejala-gejala yang diselidiki secara metodis. Penulis dalam hal ini melakukan pengamatan yang tidak memihak mengenai antusiasme masyarakat dalam memanfaatkan barang-barang Bank Syariah.

2. Kuesioner (angket)

Kuesioner adalah alat untuk mengumpulkan data di mana peserta menanggapi serangkaian pertanyaan tertulis. Kuesioner ini dimaksudkan untuk membantu peneliti

mengumpulkan data empiris atau data lapangan guna mengatasi permasalahan penelitian dan mengevaluasi praduga.

Skala Likert akan digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur persepsi partisipan terhadap faktor-faktor yang diteliti, yaitu tingkat kesadaran masyarakat terhadap keinginan memanfaatkan produk perbankan syariah. Variabel yang diukur diubah menjadi variabel indikator dengan menggunakan skala likert. Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini memiliki rentang skor satu sampai lima, seperti terlihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Skala Likert

No	Pernyataan	Kode	Skor
1	Sangat setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Kurang setuju	KS	3
4	Tidak setuju	TS	2
5	Sangat tidak setuju	STS	1

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi Penelitian merupakan suatu metode pengumpulan data dimana objek penelitian tidak dilihat secara langsung. Dokumen merupakan sumber informasi berharga untuk studi lapangan yang akan dilakukan karena dapat digunakan sebagai sumber data eksplisit dan tersedia dalam berbagai format.

Penulis memerlukan catatan penelitian lebih lanjut dan informasi pendukung untuk melengkapi data yang dikumpulkan. Hal ini dapat berupa makalah, laporan, korespondensi resmi, pamflet, dan, jika diperlukan, foto yang menggambarkan proses pengumpulan data. menggunakan dokumentasi, yaitu mencari informasi tentang objek atau variabel dalam buku, transkrip, catatan, dan bahan lainnya.

Alat Analisis Data

Alat pengolah data pada penelitian ini adalah program SPSS for Windows versi 25. Analisis statistik, termasuk evaluasi instrumen penelitian, pengujian persyaratan analisis, uji regresi berganda, pengujian hipotesis, dan analisis regresi linier berganda, sering dilakukan dengan menggunakan program SPSS for Windows versi 25. Dalam penelitian ini akan diteliti bagaimana minat masyarakat dalam memanfaatkan produk perbankan syariah dipengaruhi oleh variabel independen (bebas) yaitu tingkat pemahamannya. Data utama yang diperoleh dari survei diolah dengan menggunakan uji statistik sebagai bagian dari teknik/alat pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini. Berikut uji statistiknya:

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Data dianggap sah jika pertanyaan kuesioner mampu menunjukkan apa pun yang diukur oleh kuesioner tersebut. Item dari kuesioner dinilai berdasarkan variabel terkait. Mengevaluasi seberapa efektif suatu tes melakukan peran pengukuran yang dimaksudkan adalah tujuan pengujian validitas. Suatu alat ukur dikatakan sah bila dapat memperoleh hasil yang diinginkan atau mengukur hal-hal yang seharusnya diukur (Umar, 2015). Uji validitas dilakukan terhadap item kuesioner untuk memverifikasi keakuratan data. Dengan menentukan korelasi antara skor keseluruhan dan skor setiap pertanyaan, pendekatan Korelasi Product Moment Pearson dapat digunakan untuk menentukan validitas suatu kuesioner.

Dengan menerapkan teknik koneksi Product Moment Pearson untuk menghitung hubungan antara setiap pernyataan dengan skor, peneliti mampu menguji keabsahan data dalam penelitian ini secara statistik. Jika r ditentukan pada tingkat signifikansi 0,05 (5%) maka data dianggap asli.

b. Uji Realibilitas

Angka indeks yang mewakili konsistensi suatu alat ukur dalam menilai fenomena yang sama disebut uji reliabilitas. Koefisien Croanbach Alpha digunakan untuk menghitung ketergantungan.

Jika nilai Croanbach Alpha alat ukur lebih besar dari 0,60 maka dianggap dapat diandalkan (Ghozali, 2018).

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah sebaran data penelitian normal atau tidak. Uji *Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk melakukan uji normalitas data (Nasution, 2017). Sebagai daftar variabel uji sasaran, uji *Kolmogorov-Smirnov* dijalankan secara bersamaan antara variabel dan residunya (*unstandardized residual*). Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa data terdistribusi secara teratur.

b. Uji Linearitas

Tujuan dari uji linearitas adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linier yang substansial antara dua atau lebih variabel yang diteliti. Variabel bebas (x) dan variabel terikat (Y) hendaknya mempunyai hubungan linier dengan data yang baik. Anda dapat menemukannya dengan memeriksa Tabel ANOVA (Umar, 2013). Kriteria pengambilan keputusan uji linieritas menyatakan terdapat hubungan linier yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat jika nilai signifikansi F pada garis Deviasi dari Liabilitas lebih besar atau sama dengan 0,05 (5%). Namun hubungan tersebut tidak linier jika nilai signifikan F kurang dari 0,05 (5%).

c. Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antar variabel independen dalam model regresi, dilakukan uji multikolinearitas. Jika ditemukan korelasi maka permasalahan multikolinearitas perlu diselesaikan. Multikolinearitas tidak diinginkan dalam model regresi yang layak. Memeriksa angka toleransi (Tol) dan faktor variasi (VIF) akan membantu Anda menemukannya. Apabila nilai Tol lebih dari atau sama dengan nilai VIF kurang dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen.

d. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah terdapat ketimpangan varians antar residu pengamatan yang berbeda dalam model regresi. Pendekatan Glejser, yang melibatkan regresi nilai absolut dari residu variabel independen, digunakan sebagai uji heteroskedastisitas dalam penyelidikan ini. Jika variabel independen dalam model ini berpengaruh signifikan terhadap nilai absolut residu, maka akan timbul gejala heteroskedastisitas. Tidak adanya gejala heteroskedastisitas jika nilai probabilitas lebih tinggi dari nilai alpha (Sig. > 0,05) atau jika $t_{hitung} < t_{tabel} = \text{nihil}$.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (t test)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji t disajikan pada Tabel Koefisien. Hipotesis diterima jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa faktor independen tertentu berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji t digunakan untuk menguji premis penelitian yaitu pengaruh pengetahuan masyarakat terhadap minat memanfaatkan produk perbankan syariah.

b. Koefisien Determinasi

Kesesuaian model penelitian dengan fakta aktual hasil penelitian ditandai dengan koefisien determinasi (R^2). Model penelitian semakin efektif jika nilainya mendekati 100% atau 0,100.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden Penelitian

Tabel 2. mencantumkan karakteristik responden penelitian yang menunjukkan bahwa responden perempuan lebih banyak (62,9%) dibandingkan responden laki-laki (37,1%). Selain itu, mayoritas responden ($100\%=23,7\%+48,5\%+20,6\%+4,1\%+3,1\%$) berada dalam rentang usia 16 hingga 60 tahun.

Tabel 2. mencantumkan karakteristik responden penelitian, yang mencakup atribut-atribut berikut.

Table 2. Karakteristik Responden Penelitian

Kriteria/Kategori	Frekuensi	Persentasi
Masyarakat Desa Carebbu	97	100%
Jenis kelamin		
Laki-laki	36	37,1%
Perempuan	61	62,9%
Jumlah	97	100%
Usia		
16-20	23	23,7%
21-30	47	48,5%
31-40	20	20,6%
41-50	4	4,1%
51-60	3	3,1%
Jumlah	97	100%

Dirangkum dan dikelola dari data primer (angket), 2024

Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian merujuk pada penjelasan tanggapan responden dari variabel yang dimanfaatkan dalam skripsi ini. Tabel 3. menyajikan hasil survei. Dari 97 peserta sampel, 41 responden (43%) menyatakan setuju, dan 9 responden (10%) sangat setuju dengan variabel pengetahuan masyarakat (X) dan minat menggunakan produk perbankan syariah (Y). Sisa responden (42%), setuju (41%) dan sangat setuju (10%) menyatakan pendapatnya.

Tabel 3. Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel/Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persentase
Tingkat Pengetahuan Masyarakat (X)		
Sangat Tidak Setuju	1	1%
Tidak Setuju	23	24%
Kurang Setuju	23	24%
Setuju	41	42%
Sangat Setuju	9	9%
Jumlah	97	100%
Minat Menggunakan Produk Bank Syariah (Y)		
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	7	7%
Kurang Setuju	41	42%
Setuju	40	41%
Sangat Setuju	9	9%
Jumlah	97	100%

Dirangkum dan dikelola dari data primer (angket), 2024

Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Penelitian ini menggunakan SPSS versi 25 dengan korelasi person untuk uji validitasnya. Jika signifikansi $< 0,05$ atau rhitung $> r$ tabel, maka kuesioner dianggap sah. Dengan jumlah responden 97 ($n=97$) data yang diuji validitasnya dalam penelitian ini, nilai r tabel pada taraf signifikansi 5% adalah 0,1975.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Tingkat Pengatahuan Masyarakat

Variabel	Item Pertanyaan	Person Correlation	Sig	Keterangan
Tingkat pengetahuan	Item 1	0,785	0,000	Valid
	Item 2	0,866	0,000	Valid
	Item 3	0,847	0,000	Valid
	Item 4	0,827	0,000	Valid
	Item 5	0,690	0,000	Valid
	Item 6	0,854	0,000	Valid
	Item 7	0,803	0,000	Valid
	Item 8	0,753	0,000	Valid

Dirangkum dan dikelola dari data primer (angket),2024

Tabel 4. menunjukkan bahwa pada uji validitas rhitung $> r$ tabel, dimana r tabel sebesar 0,1975 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka seluruh item pertanyaan pada variabel tingkat pengetahuan masyarakat dianggap sah. Akibatnya, semua pertanyaan yang sah digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang berbagai tingkat pengetahuan masyarakat..

Table 5. Hasil Uji Kuesioner variabel Minat Menggunakan Produk Bank Syariah

Variabel	Item Pertanyaan	Person Correlation	Sig	Keterangan
Minat Menggunakan Produk Bank Syariah	Item 1	0,624	0,000	Valid
	Item 2	0,735	0,000	Valid
	Item 3	0,631	0,000	Valid
	Item 4	0,710	0,000	Valid
	Item 5	0,625	0,000	Valid
	Item 6	0,753	0,000	Valid
	Item 7	0,781	0,000	valid
	Item 8	0,510	0,000	Valid

Dirangkum dan dikelolah dari data primer (angket), 2024

Tabel 5. menunjukkan bahwa untuk variabel pengelolaan keuangan keluarga seluruh item pertanyaan dianggap valid dengan uji validitas rhitung > rtabel, dengan rtabel sebesar 0,1975 dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Akibatnya, data tentang variabel minat mengadopsi produk perbankan syariah dikumpulkan menggunakan semua item pertanyaan yang sah.

2. Uji Reliabilitas

Teknik Cronbach alpha digunakan untuk melakukan uji reliabilitas, dan suatu instrumen pertanyaan dianggap dapat dipercaya jika nilai Cronbach-nya lebih dari 0,60.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Tingkat pengetahuan masyarakat	0,917	Reliabel
Minat menggunakan produk bank syariah	0,849	Realiabel

Dirangkum dan dikelola dari data primer (angket), 2024

Berdasarkan data statistik ketergantungan di atas, nilai *Cronbach alpha* untuk setiap konstruk lebih dari 0,60. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa tingkat kesadaran dan minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah yang fluktuatif dapat dipercaya dan layak dijadikan sebagai alat penelitian.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Dengan menggunakan SPSS versi 25, teknik uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) digunakan untuk uji normalitas pada penelitian ini. Pengujian nonparametrik wajib dilakukan apabila nilai signifikansinya kurang dari 0,05 yang menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut tidak berdistribusi normal. Jika tingkat signifikansinya melebihi 0,05 maka sebaran datanya normal.

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.15361578
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.055
	Negative	-.094
Test Statistic		.094
Asymp. Sig. (2-tailed)		.034 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.337
Point Probability		.000

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Dirangkum dan dikelola dari data primer (angket), 2024

Exact Sig. (2-tailed) sebesar $0,337 > 0,05$ berdasarkan temuan uji normalitas pada tabel 4.7. Dengan demikian dapat dikatakan tidak ada data yang terlalu tinggi atau rendah karena nilai residunya berdistribusi normal. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada kesalahan yang dilakukan saat mengumpulkan atau memasukkan data penelitian.

2. Uji Linieritas

Tes ini digunakan dalam penelitian untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier pada data. Derajat pengetahuan masyarakat (X) dan minat memanfaatkan produk perbankan syariah (Y) menjadi salah satu variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Jika datanya linier seperti yang diklaim, tingkat signifikansinya kurang dari 0,05. Berikut temuan pengujian linearitas variabel tingkat pengetahuan masyarakat:

Tabel 8. Hasil Uji Linieritas
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between	(Combined)	2651.569	24	110.482	12.242	.000
	Groups	Linearity	2346.592	1	2346.592	260.022	.000
		Deviation	304.977	23	13.260	1.469	.111
		from Linearity					
Within Groups			649.771	72	9.025		
Total			3301.340	96			

Dirangkum dan dikelola dari data primer (angket), 2024

Variabel tingkat kesadaran masyarakat menunjukkan perbedaan yang cukup besar dengan nilai linearitas $0,111 > 0,05$ yang ditunjukkan oleh hasil *uji linearitas*. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa minat masyarakat dalam memanfaatkan produk perbankan syariah dan tingkat pengetahuannya berkorelasi secara linier.

3. Uji Multikolinieritas

Mengetahui ada tidaknya hubungan antara faktor-faktor bebas dalam suatu model relaps merupakan tujuan dari uji multikolinieritas. Dalam model regresi yang sesuai, tidak boleh ada hubungan antar variabel independen. Multikolinieritas ditemukan dengan menguji nilai toleransi dan nilai Variance Inflation Factor (VIF). Dengan asumsi bahwa ketahanan melampaui 0,10 atau nilai VIF di bawah 10, multikolinieritas ditunjukkan:

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.596	1.241		7.729	.000		
X	.689	.045	.843	15.280	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y

Dirangkum dan dikelola dari data primer (angket), 2024

Dari temuan uji multikolinieritas terlihat nilai toleransi dan VIF variabel kurang dari 10 dan lebih dari 0,10. Dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat kesadaran masyarakat (1.000) tidak menunjukkan tanda-tanda multikolinieritas.

4. Uji Heteroskedastitas

Teknik Glajser digunakan dalam penelitian ini untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yang melibatkan regresi nilai absolut residu pada variabel independen. Jika variabel independen dalam model ini berpengaruh signifikan terhadap nilai absolut residu, maka akan timbul gejala heteroskedastisitas. Gejala heteroskedastisitas tidak ada jika nilai probabilitas lebih tinggi dari nilai alpha ($Sig > 0,05$).

Tabel 10. Hasil Uji heteroskedastitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	2.190	.805			2.719	.008
X	.007	.029	.026		.254	.800

a. Dependent Variable: ABC

Dirangkum dan dikelola dari data primer(angket),2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel tingkat pengetahuan masyarakat mempunyai nilai signifikansi $> 0,05$. Oleh karena itu, dapat dikatakan model tidak menunjukkan heteroskedastisitas, telah lolos uji heteroskedastisitas, dan siap digunakan sebagai data uji dalam analisis regresi.

Uji Hipotesis

Untuk menilai tingkat kesadaran masyarakat terhadap keinginan mengadopsi produk perbankan syariah yang bervariasi pada masyarakat Desa Carebbu, baik secara individu maupun kolektif, dilakukan pengujian hipotesis.

1. Uji Parsial (Uji-t)

Untuk mengetahui bagaimana tingkat kesadaran masyarakat yang berbeda-beda mempengaruhi minat memanfaatkan produk perbankan syariah, dilakukan pengujian secara parsial. Signifikansi 0,05 digunakan untuk melakukan pengujian ini, dan hasilnya dilihat dengan membandingkan thitung dan ttabel.

Tabel 11. Hasil Uji Parsial Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.596	1.241		7.729	.000
	Total_X	.689	.045	.843	15.280	.000

a. Dependent Variable: Y

Dirangkum dan dikelola dari data primer (angket), 2024

Nilai signifikansi variabel tingkat pengetahuan masyarakat mengenai minat menggunakan produk perbankan syariah sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05, dan nilai thitung sebesar 15,280 melebihi nilai ttabel (1,984), sesuai dengan hasil uji t. pada tabel 4.10. Nilai ttabel sebesar 1,984 dihasilkan dengan menggunakan rumus ($\alpha:n-k$) yang menghasilkan hasil sebesar (0,05:97-1). Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan thitung lebih besar dari ttabel, maka dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat pengetahuan masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memanfaatkan produk perbankan syariah. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R^2 disebut juga dengan uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana kontribusi variabel independen (X) terhadap penjelasan variabel dependen (Y). Tabel di bawah ini menampilkan temuan uji koefisien determinasi:

Tabel 12. Hasil uji koefisien determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.843 ^a	.711	.708	3.170

a. Predictors: (Constant), Tingkat Pengetahuan Masyarakat (X)

Dirangkum dan dikelola dari data primer (angket), 2024

Berdasarkan temuan output, R^2 adalah 70,8% atau 0,708. Berdasarkan koefisien determinasi, variabel independen (pengetahuan masyarakat) mempunyai pengaruh sebesar 70,8% terhadap variabel dependen (minat memanfaatkan produk perbankan syariah), sedangkan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian mempunyai pengaruh terhadap sisanya sebesar 29,2%.

Pengaruh Tingkat Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah

Untuk mengetahui hubungan antar variabel, penelitian ini menggunakan analisis kuesioner untuk masing-masing variabel, analisis prasyarat (uji normalitas), dan analisis hipotesis (uji parsial, uji koefisien determinan).

Hasil uji t pada variabel tingkat pengetahuan masyarakat diperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,000 0,05 dan nilai thitung > ttabel sebesar 15,280 > 1,984 menunjukkan bahwa

terdapat hubungan parsial antara tingkat pengetahuan masyarakat dengan minat terhadap menggunakan produk perbankan syariah.

Pada uji *coefisien of assurance* terlihat bahwa nilai R^2 pada tinjauan ini sebesar 0,708 atau 70,8%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan masyarakat berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan produk perbankan syariah. Terlebih lagi, sisanya dimaknai oleh faktor-faktor lain di luar yang dimanfaatkan, sehingga sebagian kecil dimaknai oleh faktor-faktor bebas yang digunakan dalam eksplorasi.

Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan thitung lebih besar dari ttabel, maka dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat pengetahuan masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memanfaatkan produk perbankan syariah. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima.

Dalam Kusumadmo, pengetahuan adalah pemanfaatan seutuhnya data dan informasi, serta potensi keterampilan, kompetensi, gagasan, intuisi, komitmen, dan motivasi pihak-pihak yang terlibat. Tindakan, inovasi terfokus, keahlian, keahlian kolektif, hubungan, dan aliansi khusus adalah semua bentuk pengetahuan. Kaitannya dengan penelitian Zaira Khairina dapat dilihat sebagai aplikasi konkret dari konsep pengetahuan Kusumadmo, dengan memanfaatkan data, keterampilan, gagasan, dan hubungan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah. penelitian Yeni Susmita tentang pengaruh tingkat pemahaman masyarakat terhadap pendapatan dalam memilih bank syariah bisa dilihat sebagai aplikasi konkret dari konsep pengetahuan Kusumadmo, dengan menggunakan data, keterampilan, gagasan, dan motivasi untuk mengeksplorasi dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan finansial. penelitian Laras Cantika Dewi tentang pengaruh variabel informasi terhadap pendapatan simpanan di Bank Syariah mencerminkan penerapan konsep pengetahuan menurut Kusumadmo dengan memanfaatkan data, keterampilan, gagasan, keahlian kolektif, dan motivasi untuk mencapai pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan simpanan. penelitian Yesi Feramita tentang pengaruh variabel pengetahuan terhadap minat dengan tingkat signifikansi 0,001 mencerminkan penerapan konsep pengetahuan Kusumadmo. Penelitian ini memanfaatkan data, keterampilan, gagasan, dan motivasi untuk mencapai pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana pengetahuan mempengaruhi minat, serta menunjukkan pentingnya keahlian dan komitmen dalam proses penelitian. penelitian Very Sidi tentang hubungan antara faktor informasi dan kepentingan yang berada pada hubungan yang memadai mencerminkan penerapan konsep pengetahuan Kusumadmo. Penelitian ini memanfaatkan data, keterampilan, gagasan, keahlian kolektif, dan motivasi untuk memahami dan menjelaskan hubungan yang signifikan antara variabel-variabel tersebut.

Berdasarkan hasil pengujian, minat memanfaatkan produk perbankan syariah didorong oleh variabel tingkat pengetahuan masyarakat. Hal ini digunakan untuk mengeksplorasi yang dipimpin oleh Zaira Khairina bahwa tingkat informasi masyarakat tentang produk perbankan syariah di kecamatan Peukan Bada wilayah Aceh Besar adalah masyarakat baru mengetahui tentang bank syariah, sedangkan sebagian besar masyarakat umum sudah mendekati nol. pengenalan item-item bank syariah. Menurut Yeni Susmita, tingkat pemahaman masyarakat tidak terlalu mempengaruhi pendapatan dalam memilih bank syariah. Berdasarkan Laras Cantika Dewi, variabel informasi berpengaruh terhadap pendapatan simpanan di Bank Syariah sebesar 23,702 dan 76,292 dipengaruhi oleh unsur yang berbeda. Yesi Feramita, menyatakan bahwa variabel pengetahuan mempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,001 terhadap minat. Sedangkan Menurut Very Sidi, hubungan antara faktor informasi dan kepentingan berada pada hubungan yang memadai.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan serta setelah dilakukan penyelidikan, peneliti memberikan 97 kuesioner kepada warga desa Carebbu. Setelah itu peneliti menggunakan program SPSS 25 untuk menganalisis data kuesioner. Berdasarkan hal tersebut mereka dapat mengetahui bahwa dengan nilai sebesar 15.280 terdapat hubungan parsial antara tingkat pengetahuan dengan minat memanfaatkan produk perbankan syariah. Sementara itu, faktor lain memberikan pengaruh terhadap sisa hasil uji koefisien sebesar 70,8%. Dengan demikian, faktor independen yang dimasukkan dalam penelitian hanya dapat menjelaskan sebagian variabel terkait.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2018). aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS., *Semarang: UNDIP, 1(1)*, h.129.
- Habibah, G. W. I. A., & Hasanah, A. N. (2021). Pengetahuan Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi pada Masyarakat Desa Pagar Puding Kec. Tebo Ulu). *Jurnal Margin: Journal Of Islamic Banking, 1(1)*, 44–57.
- Handarni. (2020a). metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. *Cet. 1; Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 1(1)*, hal.238-240.
- Handarni. (2020b). metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. *Cet.1; Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 1(1)*, hal 54.
- Huda, N., Hudori, K., Fahlevi, R., Mazaya, D., & Sugiarti, D. (2017). *Pemasaran Syariah: Terori & Aplikasi*. Kencana.
- Khairina, Z. (2019). *Tingkat Pengetahuan Masyarakat Tentang Produk Perbankan (Studi Kasus Kec. Peukan Bada Aceh Besar)*. UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Manggu, S. A. R. (2018). *Analisis Persepsi Masyarakat terhadap Bank Syariah di Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat*.
- Masse, R. A., & Rusli, M. (2017). *Arbitrase Syariah Formalisasi Hukum Islam dalam Ranah Penyelesaian Sengketa Ekonomi Syariah Secara Non Litigasi*. Trust Media Publishing.
- Muthaher, O. (2019). Sejarah Perkembangan Akuntansi Syariah dan Perkembangan Bank Syariah. *Pustaka.Ut.Ac.Id*, 1–60.
- Nasution, S. (2017). metode research: Penelitian Ilmiah. *Ed. 1, Cet.12; Jakarta: Bumi Aksara, 1(1)*, h.77.
- Nurdin, N. (2021). *Pengaruh Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Desa Kadong-Kadong Menabung Di Bank Syariah Belopa*. Institut agama islam Negeri (IAIN Palopo).
- Rusliana, I. (2020). *Menulis Itu Mudah Panduan Praktis Menulis Untuk Guru dan Mahasiswa*. Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Sutrisno, A. (2022). *Pengaruh Inflasi dan Kurs terhadap NPF pada PT. Bank Muamalat Indonesia*. Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Syirazi, M. H. (2022). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Pasar Stasiun Terhadap Produk Mitra Express iB Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo Selama Masa Pandemi Covid-19*. IAIN Ponorogo.
- Umar, H. (2013). *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*.
- Umar, H. (2015). Research methods in finance and banking. *Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1(1)*, h.135.
- Utama, H. H. U., & Pratiwi, E. P. (2023). Pengaruh Stigma Terhadap Minat Penggunaan

Layanan BPJS Kesehatan. *Journal of Economics, Management, Business, and Entrepreneurship*, 1(2), 81–89.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.