



Pengaruh Bagi Hasil, *Disposable Income*, Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Cilongok)

Elsa Nurardiva Windatania¹, Siti Ma'sumah², Riztina Dwi Setyasih³, Tiyas Ayu Ningrum Anggita Putri Perdani

Email: elsa84185@gmail.com¹, sitimasumah@uinsaizu.ac.id², riztinadwi@gmail.com³, tiyass90@gmail.com

^{1,3}Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto, Indonesia

²UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, Indonesia

Abstract

This study aimed to determine the influence of profit sharing, disposable income, promotion, and knowledge on savings interest in Islamic banks among residents of Cilongok District. This study employed quantitative research methods. Data were collected through a questionnaire involving 100 residents of Cilongok District as the population and sample. The results indicate that profit sharing and knowledge significantly influence the interest of residents of Cilongok District to save in Islamic banks, while disposable income and promotion did not show significant results. Simultaneously, profit sharing, disposable income, promotion, and knowledge significantly influence the interest of residents of Cilongok District to save in Islamic banks.

Keywords: Profit Sharing, Disposable Income, Promotion, Knowledge, Saving Interest, Islamic Bank

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk dapat mengetahui adanya pengaruh pada Bagi Hasil, *Disposable Income*, Promosi dan Pengetahuan dengan Minat Menabung pada Masyarakat Kecamatan Cilongok di Bank Syariah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Data pada penelitian dikumpulkan melalui kuisisioner dengan melibatkan 100 masyarakat dari Kecamatan Cilongok sebagai populasi dan sampel. Hasilnya menunjukkan bahwa bagi hasil dan pengetahuan secara signifikan berpengaruh terhadap minat masyarakat Kecamatan Cilongok untuk menabung di bank syariah, sedangkan *disposable income* dan promosi tidak menunjukkan hasil yang signifikan. Secara simultan, bagi hasil, *disposable income*, promosi dan pengetahuan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Kecamatan Cilongok untuk menabung di bank syariah.

Kata Kunci: *Bagi Hasil, Disposable Income, Promosi, Pengetahuan, Minat Menabung, Bank Syariah*

PENDAHULUAN

Menabung merupakan kegiatan atau aktivitas yang memerlukan adanya keinginan dalam diri seseorang untuk menyisihkan dan menyimpan uangnya di bank atau lembaga keuangan lainnya. Pada kegiatan menabung, masyarakat dapat menggunakan jasa perbankan untuk menyimpan uang yang dimilikinya. Menurut Setyasih & Maghfiroh (2020) perbankan merupakan salah satu lembaga keuangan yang memiliki peran penting dalam perekonomian negara, termasuk pada perbankan syariah. Dalam perkembangannya, sektor perbankan tidak hanya terdiri dari bank konvensional saja. Perbankan syariah juga hadir guna melayani kebutuhan perbankan masyarakat yang membutuhkan layanan bank secara islami. Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah menyatakan bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat pertumbuhan penduduk yang tinggi serta mayoritas penduduknya beragama Islam. Namun, hal ini masih belum bisa menjadikan perbankan syariah menjadi lembaga keuangan yang besar. Hal ini disebabkan oleh rendahnya ketertarikan serta minat pada masyarakat.

Tabel 1 Indeks Keuangan Indonesia 2024

Indikator	Indeks Literasi Keuangan	Indeks Inklusi Keuangan
-----------	--------------------------	-------------------------

Pengaruh Bagi Hasil, Disposable Income, Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Cilongok)

Bank Syariah	39,11 %	12,88 %
Bank Konvensional	65,43 %	75,02 %

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) merilis indeks literasi dan inklusi keuangan keuangan penduduk Indonesia pada 2024. Terlihat bahwa sektor konvensional timpang dengan sektor syariah. Atas fakta tersebut, Ekonomi dan Direktur Ekonomi *Digital Center of Economic and Law Studies (Celios)* berkata bahwa produk keuangan syariah belum mampu menggeser perbankan konvensional dalam hal penetrasi pasar. Secara asset pun, bank syariah terbesar di Indonesia (BSI) masih belum mampu masuk ke jajaran bank di KBMI IV dan masih kalah dibandingkan bank besar seperti BCA, BRI, BNI dan Bank Mandiri. Alhasil, penetrasi pasar mereka juga masih bisa dibilang kalah dengan keempat bank tersebut (www.finansial.bisnis.com).

Persaingan yang semakin ketat diantara perbankan syariah dan perbankan konvensional menyebabkan bank syariah harus berusaha untuk menarik minat masyarakat menjadi nasabah bank tersebut. *Perusahaan* yang mampu menghasilkan profitabilitas menunjukkan efektivitas dan efisiensi pengelolaan sumber daya-nya dalam menghasilkan keuntungan (Prayogi et al., 2023). Tantangan bagi perusahaan perbankan syariah saat ini adalah bagaimana membangun suatu budaya sehingga semua orang yang ada dalam perusahaan perbankan bertujuan menarik minat nasabah untuk berinvestasi pada produk tabungan *mudharabah* bank syariah.

Minat merupakan keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai tujuan tertentu. Terdapat faktor yang dapat mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah. Diantaranya adalah faktor bagi hasil, faktor *disposable income*, faktor promosi dan faktor pengetahuan. Faktor yang pertama yaitu bagi hasil merupakan sistem pembagian keuntungan antara penyedia dan pengelola dana, yang menjadi daya tarik utama bank syariah karena bebas riba.

Faktor kedua yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah adalah *disposable income*. *Disposable income* merupakan *pendapatan* yang siap digunakan, secara logis mempengaruhi kemampuan dan keinginan menabung, semakin tinggi pendapatan, semakin besar potensi menabung. (Fachrurrozi et al., 2024) *Total Asset Turnover (TATO)* adalah rasio yang dapat melihat sejauh mana aktiva suatu perusahaan dapat digunakan dan sejauh mana perputarannya dalam waktu periode tertentu. Semakin tinggi *disposable income*, maka hasrat atau keinginan untuk menabung akan semakin tinggi. Sebaliknya, semakin rendah *disposable income* maka keinginan menabung akan semakin rendah.

Faktor ketiga yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah adalah promosi. Promosi merupakan suatu komponen yang digunakan untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan. Tujuannya adalah menginformasikan dan mempengaruhi pasar, sehingga promosi yang efektif diharapkan dapat meningkatkan minat menabung di bank syariah.

Faktor keempat yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah adalah pengetahuan. Pengetahuan masyarakat tentang bank syariah, termasuk prinsip dan produknya, sangat krusial karena pemahaman yang baik mendorong keputusan menabung yang lebih tinggi. Menurut Setiawan et al. (2020) Perilaku tersebut dinamakan perilaku kewajiban (mandatory behavior), perilaku yang diwajibkan adalah perilaku yang bukan atas kemauannya sendiri tetapi karena memang tuntutan atau kewajiban dari kerja. Semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki tentang bank syariah, maka semakin meningkat pula keputusan menabung di bank syariah. Sebaliknya, jika pengetahuan tentang bank syariah rendah, maka keputusan menabung di bank syariah juga semakin menurun.

Kecamatan Cilongok merupakan sebuah kecamatan yang berada di Kabupaten Banyumas. Mayoritas masyarakat Kecamatan Cilongok beragama Islam, namun tidak menjamin bahwa masyarakat akan menggunakan bank syariah. Masyarakat Kecamatan

Cilongok juga masih termasuk dalam lingkup penelitian, dimana variabel-variabel pada penelitian ini masih memiliki keterkaitan dengan kecamatan tersebut. Tidak hanya itu, Kecamatan Cilongok juga memiliki potensi yang besar dalam menggali faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menabung di bank syariah. Pelaksanaan otonomi daerah berkonsekuensi bagi pemerintah daerah untuk lebih mampu merumuskan kebijakan yang dapat mengakomodasi aspirasi masyarakat dan mampu meningkatkan pelayanan kepada masyarakat yang pada akhirnya bermuara pada peningkatan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan (Mustafa et al., 2022). Menurut Khotimah et al. (2021) partisipasi masyarakat didefinisikan sebagai keterlibatan dalam berbagai kegiatan mulai proses perencanaan/ pengambilan keputusan, dan pelaksanaan, hingga evaluasi keputusan. Salah satu alasan utama adalah jumlah keluarga yang cukup besar, sekitar 43.364 keluarga (BPS Kabupaten Banyumas, 2022), yang menunjukkan bahwa banyak keluarga yang berpotensi untuk menabung. Dengan banyaknya keluarga yang berpenghasilan tetap, Kecamatan cilongok, dengan mayoritas penduduk muslim dan jumlah keluarga berpenghasilan tetap yang signifikan, menjadi lokasi studi yang relevan untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap minat menabung di bank syariah.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan *Microsoft excel* untuk mengolah data yang berupa angka dan pengujiannya menggunakan SPSS (*Statistical Package Social Science*).

Sumber data dalam penelitian yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer merupakan data langsung yang berasal dari sumbernya atau dari lapangan. Sedangkan data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono,2013). Sumber data primer pada penelitian ini diperoleh dari hasil kuisisioner yang diberikan kepada masyarakat Kecamatan Cilongok dengan menguji variabel bagi hasil, *disposable income*, promosi dan pengetahuan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah. Sedangkan data sekunder diperoleh dari jurnal, website, buku, maupun website resmi pemerintah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan menggunakan uji regresi linear berganda pada variabel independen yang terdiri dari bagi hasil (X_1), disposable income (X_2), promosi (X_3), pengetahuan (X_4), dan variabel dependen minat menabung (Y).

Tabel 2 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien β
(Constant)	13,078
Bagi Hasil	0,284
Disposable Income	-0,024
Promosi	0,045
Pengetahuan	0,278

Sumber: data diolah, 2025

Dari hasil uji regresi linear berganda pada tabel 7 dapat diketahui persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + (\beta_1 X_1) + (\beta_2 X_2) + (\beta_3 X_3) + (\beta_4 X_4) + e$$

$$Y = 13,078 + 0,284X_1 + (-0,024X_2) + 0,045X_3 + 0,278X_4 + e$$

Berdasarkan uji linear berganda diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Nilai *constant* (α) adalah 13,078. Artinya, apabila tidak ada perubahan variabel independen nilai bagi hasil (X_1), *disposable income* (X_2), promosi (X_3) dan pengetahuan (X_4) nilainya adalah 0. Yang artinya minat menabung (Y) yaitu sebesar 13,078 satuan.
 - Nilai koefisien regresi variabel bagi hasil (β_1) sebesar 0,284. Yang artinya, setiap penambahan nilai sebesar 1 satuan pada variabel bagi hasil (X_1) maka nilai variabel minat menabung (Y) akan meningkat sebanyak 0,284 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
 - Nilai koefisien regresi variabel disposable income (β_2) sebesar 0,024. Yang artinya, setiap penambahan nilai sebesar 1 satuan pada variabel disposable income (X_2) maka nilai variabel minat menabung (Y) akan menurun sebanyak 0,024 satuan, dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
 - Nilai koefisien regresi variabel promosi (β_3) sebesar 0,045. Yang artinya, setiap penambahan nilai sebesar 1 satuan pada variabel promosi (X_3) maka nilai variabel minat menabung (Y) akan meningkat sebanyak 0,045 satuan, dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
 - Nilai koefisien regresi variabel pengetahuan (β_4) sebesar 0,278. Yang artinya, setiap penambahan nilai sebesar 1 satuan pada variabel pengetahuan (X_4) maka nilai variabel minat menabung (Y) akan meningkat sebanyak 0,278 satuan, dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
- Kriteria hipotesis diterima atau ditolak ditentukan apabila t hitung $>$ t tabel dengan nilai $\text{sig.} \leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 3 Hasil Uji t

Variabel	t	Sig.	Keterangan
Bagi Hasil	3,282	0,001	Ha diterima
<i>Disposable Income</i>	-0,425	0,672	Ha ditolak
Promosi	0,585	0,560	Ha ditolak
Pengetahuan	3,189	0,002	Ha diterima

Sumber: data diolah, 2025

- Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:
- Hasil Uji Hipotesis 1 Pengaruh Bagi Hasil terhadap Minat Menabung (H_1)
Hasil uji hipotesis pada tabel 4.12 dapat diketahui bahwa t hitung $>$ t tabel yaitu $3,282 > 1,985$ dengan nilai $\text{sig.} 0,001 \leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Artinya, hipotesis pertama **diterima**.
 - Hasil Uji Hipotesis 2 Pengaruh *Disposable Income* terhadap Minat Menabung (H_2)
Hasil uji hipotesis pada tabel 4.12 dapat diketahui bahwa $-t$ hitung $\geq -t$ tabel yaitu $-0,425 \geq -1,985$ dengan nilai $\text{sig.} 0,672 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel disposable income tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Artinya, hipotesis kedua **ditolak**.
 - Hasil Uji Hipotesis 3 Pengaruh Promosi terhadap Minat Menabung (H_3)
Hasil uji hipotesis pada tabel 4.12 dapat diketahui bahwa t hitung $\leq t$ tabel yaitu $0,585 \leq 1,985$ dengan nilai $\text{sig.} 0,560 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Artinya, hipotesis ketiga **ditolak**.
 - Hasil Uji Hipotesis 4 Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Menabung (H_4)
Hasil uji hipotesis pada tabel 4.12 dapat diketahui bahwa t hitung $>$ t tabel yaitu $3,189 > 1,985$ dengan nilai $\text{sig.} 0,002 \leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Artinya, hipotesis keempat **diterima**.

Kriteria pengambilan keputusan dalam uji F jika nilai sig. $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan jika nilai sig. $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4 Hasil Uji F

Model		<i>Sum of Squares</i>	df	<i>Mean Square</i>	F	Sig.
1	<i>Regresion</i>	481,701	4	120,425	23,222	,000 ^b

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan tabel 9 dapat dijelaskan bahwa nilai F hitung $\geq F$ tabel. Dimana F hitung sebesar $23,222 \geq F$ tabel sebesar 2,46 dengan nilai sig. $0,000 \leq 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa bagi hasil, disposable income, promosi dan pengetahuan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Artinya, hipotesis kelima **diterima**.

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui besaran presentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,703 ^a	,494	,473	2,277

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diatas dapat dilihat bahwa Adjusted R Square adalah sebesar 0,473 atau 47,3%. Artinya, variabel independen (bagi hasil, disposable income, promosi dan pengetahuan) mempunyai pengaruh sebesar 47,3% terhadap minat menabung. Sedangkan sisanya 52,7% dipengaruhi oleh variabel independen lain yang tidak di uji dalam model ini seperti kepercayaan (Riyanti et al, 2023), lingkungan keluarga (Azzahra & Hakim, 2024), atau gaya hidup (Andriani et al, 2023).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas terkait pengaruh bagi hasil, *disposable income*, promosi dan pengetahuan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut, 1) bagi hasil memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Sebagian besar responden merasa bahwa menabung di bank syariah lebih aman karena terdapat sistem bagi hasil yang tidak mengandung unsur riba, sesuai dengan prinsip syariah yang mereka anut. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai sig. $0,001 \leq 0,05$; 2) *disposable Income* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Meski memiliki *disposable income* yang tinggi, ketidakpastian penghasilan dan kurangnya pemahaman tentang pentingnya menabung dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk tidak menabung secara teratur. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig. $0,672 > 0,05$; 3) promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Meskipun promosi memiliki potensi untuk meningkatkan minat, jenis promosi yang diterapkan oleh bank syariah belum cukup sesuai dengan preferensi masyarakat yang menginginkan hadiah instan sebagai bentuk penghargaan atas keputusan mereka untuk menabung. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai sig. $0,560 > 0,05$; 3) pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Responden yang memiliki pemahaman yang lebih baik tentang produk-produk perbankan bank syariah, seperti bagi hasil, keamanan, dan sesuai dengan prinsip-prinsip agama cenderung lebih tertarik dan lebih memilih untuk menabung di bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai sig. $0,002 \leq 0,05$; dan 4) bagi hasil, *disposable income*, promosi dan pengetahuan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bank syariah perlu terus memperhatikan dan mengembangkan aspek-aspek yang berkaitan dengan bagi hasil, promosi dan penyuluhan

mengenai pengetahuan produk mereka agar dapat lebih menarik minat masyarakat untuk menabung di bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian secara simultan dalam tabel anova nilai sig. $0,000 \leq 0,05$.

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas. (2023), *Kecamatan Cilongok dalam Angka 2023*. <https://banyumaskab.bps.go.id/id/publication/2023/09/26/07d17fa4d5fcb0fc505bc092/kecamatan-cilongok-dalam-angka-2023.html>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.
- Fachrurrozi, M. F. P., Ma'sumah, S., & Rossana, L. (2024). Pengaruh Roa, Cr, Tato, Der, Dan Roe Terhadap Return Saham Perusahaan Sektor Transportasi Dan Logistik Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2019-2022. *Jurnal Riset Keuangan Dan Akuntansi*, 10(1), 86–102. <https://doi.org/10.25134/jrka.v10i1.9845>
- Khotimah, C., Bawono, I. R., & Mei, R. (2021). *J r a k*. 11(1), 185–203. <https://doi.org/10.22219/jrak.v11i1.15164>
- Prayogi, A., Murdianingsih, D., Setyasih, R. D., & Rosyadi, N. (2023). Leverage dan Prediksi Financial Distress: Efek Moderasi Profitabilitas. *Monex Journal Research Accounting Politeknik Tegal*, 12(2), 233–250. <https://doi.org/10.30591/monex.v12i2.5242>
- Setiawan, A., Setyasih, R. D., & Hosana, L. J. (2020). Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Financial Technology Pada Sistem Pembayaran Transportasi Online. *Jurnal MONEX*, 9(1), 30–37.
- Setyasih, R. D., & Maghfiroh, S. (2020). Pengaruh Perbandingan Komposisi Pembiayaan Bagi Hasil, Murabahah, dan Ijarah Terhadap Kinerja Lembaga keuangan Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam | Islamic Economics Journal Vol. 8 No. 1 Januari-Juni 2020*, 8(1-Jizya), 27–49. <http://ejournal.uinsaizu.ac.id/index.php/eljizya/article/view/3992%0Ahttp://ejournal.uinsaizu.ac.id/index.php/eljizya/article/download/3992/2166/>