

Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah

Very Sidi¹, Fichamelina²

^{1),2)}Universitas Islam Riau

fichamelina@fis.uir.ac.id

Abstract

This research was motivated by the lack of society interest in using sharia banking product. The purpose in this research examined to know the influence of knowledge on society interest in using sharia banking product. This research used field research with quantitative method, and the sample in 97 respondents. Data analysis technique used simple linear regression by using T test (partial) and determination coefficient test (R^2) where the computation method used SPSS version 25. This research finding showed that knowledge variable gave significant influence on society interest in using sharia banking product. T test result where significant score (sig) = 0.000 < 0.05 and $T_{counted}$ 6.568 > T_{table} 1.986. it could be meant that there was any significant influence about knowledge variable (X) on interest (Y) partially. Meanwhile, determination coefficient test result showed 31.2%. it meant that knowledge influence society interest in using sharia banking product in 31.2% and others 68.8% influenced by other factors that did not include in this research.

Keywords: Knowledge, Interest in Using Sharia Banking product, Sharia Bank.

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kurangnya minat masyarakat menggunakan produk perbankan syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah. Jenis Penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) yang menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden. dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan uji T (Parsial) dan uji Koefisien Determinasi (R^2) dimana proses perhitungannya menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk perbankan syariah. Dengan hasil uji T yaitu Nilai signifikansi (sig) = 0,000 < 0.05 dan nilai T_{hitung} 6,568 > T_{tabel} 1,986. Hal ini dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel pengetahuan (X) terhadap minat (Y) secara parsial. Sedangkan, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan sebesar 31,2 %. Ini berarti bahwa pengetahuan mempengaruhi minat masyarakat menggunakan produk perbankan syariah sebesar 31,2 % dan sisanya 68,8% dipengaruhi faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Pengetahuan, Minat Menggunakan Produk Perbankan Syariah, Bank Syariah.

PENDAHULUAN

Perbankan syariah adalah lembaga keuangan yang mempunyai fungsi sebagai lembaga

intermediasi keuangan (*financial intermediary*), yakni menghimpun dana dari masyarakat (kelebihan dana) dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali dana yang sudah dihimpun kepada masyarakat (kekurangan dana) dalam bentuk kredit serta memberikan jasa lainnya dalam bentuk transfer yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. (Umam, Khatibul, 2016:1).

Di era modern, kedudukan bank begitu besar dalam mendorong perkembangan ekonomi suatu negara. Nyaris seluruh sektor usaha, yang terdiri dari sektor industri, pertanian, perdagangan, perkebunan, jasa serta perumahan sangat memerlukan bank selaku mitra dalam melaksanakan transaksi keuangan. Seluruh sektor usaha ataupun individu disaat ini pada waktu yang akan datang tidak akan lepas dari sektor perbankan bahkan jadi kebutuhan dalam melaksanakan kegiatan keuangan dalam menunjang kelancaran usaha. Kedudukan bank untuk masyarakat individu, ataupun masyarakat bisnis sangat berarti apalagi untuk suatu negara, sebab bank sebagai suatu lembaga yang sangat berfungsi serta mempengaruhi dalam perekonomian suatu negara.

Bank syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan syariah di Indonesia telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan (*tiga dekade*) ini inovasi produk meningkatkan layanan serta mengembangkan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi koperasi tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Dalam konsep operasionalnya bank syariah memiliki sistem yang berbeda dengan bank konvensional. Bank syariah memberikan layanan bebas bunga kepada para nasabahnya. Dalam sistem operasional bank syariah, pembayaran dan penarikan bunga dilarang dalam semua bentuk transaksi. Bank syariah tidak mengenal sistem bunga, baik bunga yang diperoleh dari nasabah yang meminjam uang atau bunga yang dibayar kepada penyimpan dana di bank syariah. Menurut islam bunga adalah riba yang haram (terlarang) hukumnya (Ismail, 2011 : 31), dan Allah secara terang-terangan melarang manusia untuk memakan riba sebagaimana firmanNya dalam Q.S Al-Baqarah [2] : 275.

Artinya : "Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya

Betapa buruknya sanksi dan juga dampak riba serta betapa besarnya dosa yang didapat dari mengambil riba itu sendiri. Bukan hanya pelakunya saja yang mendapatkan dosa, bahkan dalam pembayarannya, penulisannya dan saksinya pun juga mendapatkan dosa. Allah SWT menyediakan kekekalan didalam neraka bagi pemakannya. Nabi SAW menyebut bahwa dosa riba yang terkecil itu sama dengan dosa seorang lelaki yang berzina dengan ibu kandungnya sendiri.

Desa Rambah Tengah Utara adalah suatu desa yang berada dikecamatan Rambah, Kabupaten Rokan Hulu, Provinsi Riau, Indonesia. Yang dimana kecamatan Rambah adalah salah satu kecamatan dari 16 kecamatan di Kabupaten Rokan Hulu yang sebagian besar wilayahnya terletak di pusat Kota Pasir Pengaraian yang merupakan ibu kota dari Kabupaten Rokan Hulu.

Minat adalah keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Minat adalah rasa suka (senang) dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh atau biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut.

Pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang bank syariah terhadap minat juga akan mempengaruhi pandangan masyarakat mengenai bank syariah itu sendiri. Dengan kata lain bahwa pandangan masyarakat terhadap bank syariah tergantung dengan apa yang mereka ketahui. Maka dari itu peneliti secara khusus tertarik untuk menguji apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan produk perbankan syariah.

Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Abdurrahman Zain (2017) dengan judul Pengaruh Pengetahuan Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Modern Ummul Quro Al-Islami) menunjukkan bahwa hasil dari uji koefisien determinasi (R^2), dimana koefisien determinasinya sebesar 0,231 atau 23,1%, ini menunjukkan bahwa variabel minat memilih produk perbankan syari'ah yang dapat dijelaskan oleh variabel pengetahuan santri tentang perbankan syariah adalah sebesar 23,1%. Sedangkan sisanya sebesar 0.769 atau 76,9 % variabel yang lain atau variabel yang tidak di teliti penulis.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Irdayanti (2019) dengan judul Pengaruh Pengetahuan dan Lokasi Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Masyarakat Desa Ladongi Kecamatan Malangke Kabupaten Luwu Utara) menunjukkan bahwa hasil signifikansi pengetahuan $0,000 < 0,05$ dengan nilai T_{hitung} (5,988) $>$ nilai T_{tabel} (1,987). Hal ini bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya variabel

pengetahuan (X1) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat.

Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Rahma Bellani Oktravindria Iranati (2017) dengan judul Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Tangerang Selatan) menunjukkan bahwa, hasil uji regresi linear sederhana $Y = 4,754 + 0,186.X$, maka diperoleh nilai konstanta sebesar 4,754 dan memperoleh koefisien regresi sebesar 0,186% menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel X (Pengetahuan) akan meningkatkan variabel Y (Minat) sebesar 0,186%. Sebaliknya, jika pengurangan 1 satuan pada variabel X (Pengetahuan) maka akan menurunkan variabel Y (Minat Menabung) sebesar 0,186%. Penelitian ini akan mengkaji tentang pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat menggunakan produk perbankan syariah di Desa Rambah Tengah, Kecamatan Rambah, Kabupaten Rokan Hulu, Provinsi Riau.

KERANGKA TEORI

Pengetahuan

Secara *etimologi* pengetahuan berasal dari kata dalam bahasa Inggris yang disebut *knowledge*. Dalam *Encyclopedia of philosophy* yang menjelaskan bahwa pengertian dari pengetahuan yaitu kepercayaan pada kebenaran (*Knowledge is justified true belief*). Sedangkan secara terminologi yang dikemukakan menurut Drs. Sidi Gazalba, pengetahuan merupakan suatu objek yang diketahui atau hasil dari pekerjaan tahu, yang dimaksud pekerjaan tahu yaitu hasil dari kenal, sadar, insaf, mengerti dan pandai. Dengan begitu disimpulkan bahwa pengetahuan yaitu hasil proses dari usaha manusia untuk tahu. (Bakhtiar, 2014 : 85).

Menurut Drucker, mengartikan pengetahuan itu sebagai suatu informasi yang dapat mengubah seseorang. Hal ini disebabkan karena informasi sebagai media dasar seseorang dalam melakukan tindakan. Dimana pengetahuan itu memberikan kemampuan terhadap seseorang dalam mengambil tindakan yang berbeda dari yang lain serta suatu tindakan yang lebih efektif dibanding dengan tindakan seseorang yang tidak mempunyai suatu pengetahuan. (Ghani and Bantul 2016).

(Simarmata, dkk, 2020:10) Pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang, sebab dari pengalaman apabila perilaku yang didasari oleh pengetahuan akan lebih baik daripada tidak dengan pengetahuan.

Adapun pengetahuan yang dicakup didalam domain kognitif memiliki 6 tingkatan,

diantaranya : 1) Tahu (*know*) 2) Memahami (*comprehension*) 3) Aplikasi (*aplication*) 4) Analisis (*analysis*) 5) Sintesis (*synthesis*) 6) Evaluasi (*evaluation*).

Adapun indikator-indikator yang menjadi tolak ukur dari pengetahuan antara lain (Sumarwan, 2011): 1). Pengetahuan produk, 2). Pengetahuan pembelian, 3) Pengetahuan pemakaian.

Minat

Minat adalah salah satu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu kepada objek tertentu seperti, pelajaran, benda, pekerjaan dan orang. Minat memiliki hubungan antara suatu hal yang bisa memberikan keuntungan dan menimbulkan kepuasan bagi dirinya. Adapun minat bersifat tetap (*persistent*) dan ada juga unsur untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan. Semakin sering minat diekspresikan didalam kegiatan maka semakin kuat pula minat tersebut, begitu pula sebaliknya minat itu akan menjadi pupus apabila tidak ada kesempatan dalam mengekspresikannya. (Jahja, 2011:63).

Minat merupakan sesuatu rasa suka maupun ketertarikan pada sebuah objek ataupun aktivitas, tanpa ada dorongan orang lain untuk menyukai suatu objek tersebut. Pada dasarnya minat yaitu sebuah penerimaan akan suatu relasi antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin dekat dan kuat hubungan itu, maka semakin besar pula minat. (Slameto, 2013:180).

Menurut Dewa Ketut Sukardi yang mengutip pendapat dari Carl Safran, menyatakan bahwa ada 3 cara yang dapat dipergunakan dalam menentukan minat, yaitu: 1) Minat yang diekspresikan/*Expressed Interest* 2) Minat yang diwujudkan/*Manifest Interest* 3) Minat yang diinventarisasi/*Inventoral Interest*.

Menurut Kotler dan Keller dalam Donni Juni Priansa (2017) yang menjabarkan mengenai indikator dari minat dalam konsumen diantaranya; 1) Perhatian (*Attention*), 2). Ketertarikan (*Interest*), 3). Hasrat atau keinginan (*Desire*) dan 4). Tindakan (*Action*).

Bank Syariah

Bank merupakan badan usaha yang kegiatan utamanya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka upaya meningkatkan taraf hidup masyarakat (Lubis, 2021). Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang kegiatan usahanya mengacu pada hukum islam, dan didalam kegiatannya tidak membebankan bunga ataupun tidak membayarkan bunga tersebut kepada nasabah. Imbalan yang diterima kepada bank syariah ataupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari perjanjian dan akad antara nasabah dan pihak bank. (Ismail, 2011:25)

Perbankan syariah adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali dana yang sudah dihimpun kepada masyarakat

dalam bentuk kredit serta memberikan jasa lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. (Umam, 2016:1)

Menurut Ascarya, 2013 Adapun produk-produk bank syariah sebagai berikut : 1) Produk Pendanaan diantaranya : a) Pola Titipan, *Wadia'h yad Dhamanah* (Giro, Tabungan) b) Pola Pinjaman, *Qardh* (Giro, Tabungan) c) Pola Bagi Hasil, *Mudharabah Mutlaqah, Mudharabah Muqayyadah* (Tabungan, Deposito, Obligasi) d) Pola Sewa, *Ijarah* (Obligasi) 2) Produk Pembiayaan diantaranya : a) Pola Bagi Hasil, *Mudharabah, Musyarakah (Investment Financing)* b) Pola Jual Beli, *Mudharabah, Salam, Istishna'* (*Trade Financing*) c) Pola Sewa, *Qardh* (Talangan) 3) Produk Jasa perbankan diantaranya : a) Pola Lainnya, *Wakalah, Kafalah, Hawalah, Rahn, Ujr, Sharf* (Jasa Keuangan) b) Pola Titipan, *Wadia'h yad Amanah* (Jasa non Keuangan) 4) Sosial diantaranya : a) Pola Pinjaman, *Qardhul Hasan* (Pinjaman Kebajikan)

Menurut Andrianto, 2019, Adapun prinsip-prinsip dasar pada bank syariah antara lain: 1) Larangan yang diharamkan terhadap transaksi yang mengandung barang atau jasa. 2) Larangan yang diharamkan terhadap transaksi melalui sistem dan prosedur perolehan keuntungannya. Adapun larangan yang diharamkan karena sistem dan prosedur perolehan keuntungan adalah sebagai berikut: a) *Tadlis* (penipuan) b) *Gharar* (ketidakpastian) c) *Bai'ikhtikar* d) *Bai'najasy* e) *Maysir* (perjudian) f) *Riba*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana dimana memiliki dua variabel penelitian yaitu variabel independent (Pengetahuan) dan variabel dependent (Minat).

Menurut Kuncoro, 2017, koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh dalam kemampuan model untuk menerangkan variasi dalam variabel terikat. Nilai dalam koefisien determinasi (R^2) yaitu diantara 0 dan 1. Nilai koefisien determinasi yang kecil merupakan kemampuan variabel-variabel independen yang menjelaskan variasi variabel dependen yang amat terbatas. Nilai yang mendekati nilai 1 yaitu variabel-variabel independen yang memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksikan variasi variabel dependent. Adapun proses pengolahan data dengan menggunakan SPSS versi 25.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Desa Rambah Tengah Utara yang berjumlah 3.287 Jiwa. Adapun teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu penetapan sampel dengan kriteria-kriteria tertentu. Kriteria-kriteria tersebut bertujuan untuk memberikan suatu informasi yang lebih maksimal diantaranya : 1) beragama islam 2) berusia ≥ 17 tahun 3) Berdomisili di wilayah Desa Rambah Tengah Utara. Adapun jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus *Slovin*, yaitu:

$$N$$

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Error atau persentasi kesalahan yang diinginkan atau ditolerir dengan populasi dan presisi yaitu 10%.

Diketahui: $N = 3.287$
 $e = 10\%$

$$n = \frac{3.287}{1 + 3.287 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{3.287}{1 + 3.287 (0,01)}$$

$$n = \frac{3.287}{1 + 32,87}$$

$$n = \frac{3.287}{33,87}$$

$$n = 97,04 \rightarrow 97$$

Dan jumlah sampel yang akan digunakan oleh peneliti adalah 97 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Dikatakan data berdistribusi normal jika nilai pada tingkat signifikannya > 0.05 , sebaliknya, dikatakan tidak normal jika nilai pada tingkat signifikannya < 0.05 . Dalam uji normalitas dapat memberikan bentuk dengan hasil melalui *Kolmogorov-Smirnov*. Adapun hasil output SPSS versi 25 untuk uji normalitas dapat dilihat pada gambar berikut:

Tabel 1
 Hasil Uji Normalitas Data (*Kolmogorov Smirnov*)
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

N		Unstandardized Residual
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	97
	Std. Deviation	,0000000
Most Extreme Differences	Absolute	5,91256441
		,084

	Positive	,084
	Negative	-,056
Test Statistic		,084
Asymp. Sig. (2-tailed)		,092 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data Olahan SPSS 25, 2022

Berdasarkan tabel 18 diatas, diketahui bahwa uji *Kolmogorov-smirnov test* memiliki nilai signifikansi $0.092 > 0.05$, maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Uji Linearitas

Uji linearitas memiliki tujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan linear secara signifikan atau tidak. Dikatakan berkorelasi jika terdapat hubungan linear antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Dengan ketentuan nilai signifikannya $> 0,05$. Sebaliknya jika nilai signifikannya $< 0,05$ maka tidak ada hubungan linear secara signifikan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Berikut hasil output SPSS data pengujian linearitas:

Tabel 2
Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table			Sum	of	df	Mean	F	Sig.
			Squares			Square		
Y * X	Between	(Combined)	2966,490		32	92,703	3,101	,000
	Groups	Linearity	1523,765		1	1523,765	50,970	,000
		Deviation from Linearity	1442,725		31	46,540	1,557	,068
	Within Groups		1913,283		64	29,895		
	Total		4879,773		96			

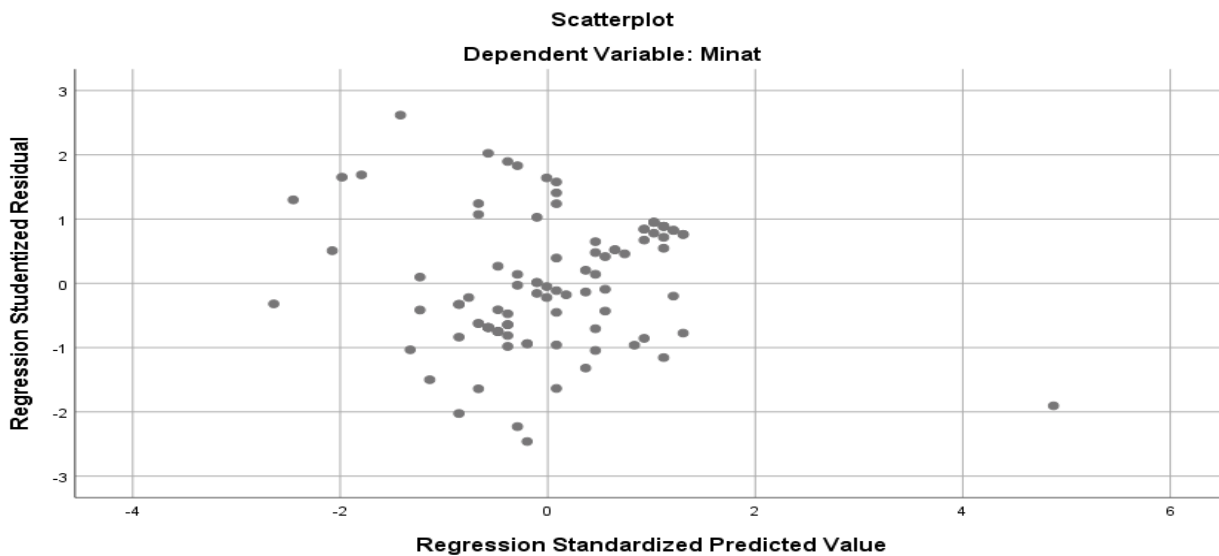
Sumber. Data Olahan SPSS 25, 2022

Berdasarkan hasil output diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan ($0,068 > 0.05$) ini berarti bahwa terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel Pengetahuan (X) dengan variabel Minat (Y).

Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas dengan melihat pola titik-titik pada *scatterplot* regresi. Jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada output *Regression* pada gambar *Scatterplot*.

Gambar 1
Hasil uji heteroskedastisitas (*scatterplot*)



Sumber. Data Olahan SPSS 25, 2022

Berdasarkan gambar 5 diatas, dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel independent secara individual menerangkan variasi variabel dependent. Adapun proses pengolahan data dengan menggunakan SPSS versi 25, terhadap data yang telah ditentukan dalam penelitian didapatkan hasil persamaan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	36,239	5,227		6,933	,000
Pengetahuan	,374	,057	,559	6,568	,000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber. Data Olahan SPSS 25, 2022

Berdasarkan analisis dari tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa Konstanta = 36,239 dan Koefisien X = 0,374. Dengan diperoleh persamaan regresi linier sederhana yaitu : $Y = 36,239 + 0,374.X$

Uji Parsial (T)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel hasil uji regresi linier sederhana menjelaskan bahwa Nilai signifikansi (sig) pada Variabel X adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} 6,568 > T_{tabel} 1,986$. sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk perbankan syariah.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi memiliki tujuan untuk mengukur berapakah persen dari pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat menggunakan produk perbankan syariah. Adapun hasil output dari uji determinasi sebagai berikut :

Tabel 4
Hasil uji koefisien determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,559 ^a	,312	,305	5,94360

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan

Sumber. Data Olahan SPSS 25, 2022

Nilai *R square* 0.312 atau sama dengan 31,2 %. Angka tersebut mengandung arti bahwa, Variabel Pengetahuan berpengaruh terhadap Variabel Minat sebesar 31,2 % dan sisanya 68,8 % dipengaruhi faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Uji Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kekuatan hubungan yang terjadi antara variabel independen (X) serta variabel dependen (Y). Hasil uji koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel 5.

Berdasarkan output uji korelasi tabel 5, diketahui nilai signifikansi atau sig (2-tailed) antara variabel X dengan Variabel Y adalah sebesar $0.000 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan (nyata) antara variabel X (pengetahuan) dengan variabe Y (minat).

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengungkap pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat menggunakan produk perbankan syariah pada Desa Rambah Tengah Utara Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu secara parsial dimana memiliki 2 variabel penelitian yaitu variabel bebas (Pengetahuan) dan variabel terikat (Minat).

Tabel 5
Hasil Uji Koefisien Korelasi

Correlations		Pengetahuan	Minat
Pengetahuan	Pearson Correlation	1	,559**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	97	97
Minat	Pearson Correlation	,559**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber. Data Olahan SPSS 25, 2022

Dari hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan persamaan $Y = 36,239 + 0,374.X$, maka diperoleh nilai konstanta sebesar 36,239 dan memperoleh koefisien regresi sebesar 0,374% menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel X (Pengetahuan) akan meningkatkan variabel Y (Minat) sebesar 0,374%. Sebaliknya, jika pengurangan 1 satuan pada variabel X (Pengetahuan) maka akan menurunkan variabel Y (Minat) sebesar 0,374%.

Berdasarkan hasil dari uji koefisien determinasi (R^2), dimana koefisien determinasi merupakan besaran yang menunjukkan seberapa besar kontribusi pengaruh variabel X (Pengetahuan) terhadap variabel Y (Minat), dari hasil analisis diketahui bahwa besarnya nilai kontribusi antara pengetahuan terhadap minat sebesar 31,2 % dan sisanya 68,8 % dipengaruhi faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Selanjutnya uji parsial (T) antara pengetahuan terhadap minat, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat pada Desa Rambah Tengah Utara Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu. Dari pengujian tersebut dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh antara pengetahuan terhadap minat, ini diketahui dari nilai T_{hitung} 6,568 > dari nilai T_{tabel} 1,986. Ini berarti secara parsial dapat diketahui bahwa variabel X (Pengetahuan) berpengaruh terhadap variabel Y (Minat).

Pengujian terakhir adalah uji koefisien korelasi, dimana koefisien korelasi merupakan bentuk lain yang digunakan untuk menentukan jenis korelasi (hubungan) antara Pengetahuan terhadap Minat. Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui bahwa besarnya koefisien korelasi pengetahuan terhadap minat adalah sebesar 0,559. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara Variabel X (pengetahuan) dengan Variabel Y (minat) adalah “cukup”.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari pembahasan yang telah diuraikan pada pembahasan sebelumnya yang membahas pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat menggunakan produk *Pengaruh Pengetahuan Terhadap MinatVery Sidi dan Ficha Melina*

perbankan syariah pada masyarakat Desa Rambah Tengah Utara Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu berdasarkan hasil Uji Parsial (T) dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berartikan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat masyarakat menggunakan produk perbankan syariah. Hasil dari uji koefisien korelasi dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel pengetahuan dan variabel minat adalah berada di hubungan yang “cukup”.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminuddin, M. (2016), Pengaruh Pengetahuan Santri, Lokasi Dan Fasilitas Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Al Huda Doglo Cepogo Kabupaten Boyolali), *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Salatiga.
- Andrianto, Anang Firmansyah. (2019). *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek)*, Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media
- Arikunto, Suharsimi, (2014). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Ascarya. (2013). *Produk & Akad Bank Syariah*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Bakhtiar, Amsal, (2014). *Filsafat Ilmu*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ghani, Abdul, and Wukirsari Imogiri Bantul. (2016). “Analisis Pengaruh Pendidikan Dan Faktor Sosial Terhadap Pengetahuan Masyarakat Tentang Bank Syariah (Studi Kasus Di Dusun Pandean Pundung Wukirsari Imogiri Bantul)” *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Volume VI, No. 1: 12-22.
- Haniah Lubis. (2021). *Lembaga Keuangan Syariah*. Pekalongan: Penerbit NEM
- Iskandar. (2008). *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif Dan Kualitatif)*, Jakarta: Gaung Persada.
- Ismail. (2011). *Perbankan syariah*, Jakarta: Prenadamedia Group
- J.Paul Peter & Jerry.c Olson. (2000). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen 2nd.ed.4*, Jakarta: Erlangga.
- Jahja, Yudrik. (2011). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Prenada Media
- Juni Priansa, Donni. (2017). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta
- Khairani Makmun. (2014). *Psikologi Belajar*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo
- Kuncoro, Mudrajad. (2007). *Metode Kuantitatif : Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Unit Penerbitan dan Percetakan (UPP) STIM YKPN.
- Mardani. (2017). *Ayat-ayat dan Hadist Ekonomi Syariah*, Jakarta: Rjawali Press.
- Meifiani, Nur. (2021). “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Riau”, *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, Volume 4, p-ISSN 2621-6833.\
- Muhammad. (2017). *Manajemen Dana Bank Syariah*, Depok: PT Rajagrafindo Persada
- Nainggolan, Basari. (2016). *Perbankan Syariah di Indonesia*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Putri Nuraini, Mufti Hasan Alfani, Zulfadli Hamzah. (2020). Literasi Produk Perbankan Syariah Bagi Guru Pondok Pesantren Di Kota Pekanbaru Literation “COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting.” *Journal of Economic, Business and Accounting* 4: 274–81.
- Remy Sjahdeini, Sutan. (2014). *Perbankan Syariah:Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*, Prenadamedia Group, Indonesia.
- Rozi Andriani. (2020). Pelayanan Bank Syariah Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Syariah Dan Hukum Uin Suska Riau), *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, Volume 3, p-ISSN 2621-683.

- Simarmata, Janner. Mhd Ebit Taufiq. Jafar Sidiq. Dkk. (2020). *Pengantar Manajemen Sistem Informasi*, Yayasan Kita Menulis.
- Sinamkulo, Cindra. (2019). Analisis Minat Masyarakat Untuk Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Kasus Desa Air Lanang Kecamatan Curup Selatan Kabupaten Rejang Lebong), *Skripsi*, Fakultas Syari'ah Dan Ekonomi Islam, Curup.
- Siregar, Syofian. (2014). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan aplikasi SPSS versi 17*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Umar, Husein. (2014). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers