

PENGARUH *FINANCIAL KNOWLEDGE*, PERSEPSI, *RELIGIUSITAS* DAN *DISPOSIBLE INCOME* TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH (STUDI PADA PELAKU UMKM DI KECAMATAN TERBANGGI BESAR LAMPUNG TENGAH)

¹ Muhammad Kurniawan, ² Eka Septiana

¹ozakurniawan147@gmail.com. ²ekaseptina@gmail.com.

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung¹²

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Financial Knowledge*, Persepsi, Religiusitas, dan *Disposable Income* Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Pelaku UMKM di Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah).

Penelitian ini menggunakan metode *kuantitatif* dengan populasi yaitu Pelaku UMKM sebanyak 550 usaha dengan sampel yang digunakan yaitu teknik *stratified random sampling* yaitu sampel yang digunakan 41 Pelaku UMKM.

Berdasarkan hasil uji secara parsial dapat disimpulkan bahwa *Financial Knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pelaku UMKM di bank syariah. Hal ini berdasarkan perhitungan uji T yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,408 > 2,02809$. Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pelaku UMKM di bank syariah. Hal ini berdasarkan perhitungan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,490 > 2,02809$. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pelaku UMKM di bank syariah. Hal ini berdasarkan perhitungan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,237 > 2,02809$. *Disposable Income* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pelaku UMKM di bank syariah. Hal ini berdasarkan perhitungan $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1,976 < 2,02809$. Dan berdasarkan uji simultan bahwa dapat disimpulkan *Financial Knowledge*, Persepsi, Religiusitas, dan *Disposable Income* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung pelaku UMKM di bank syariah. Hal ini dapat dilihat dari nilai F_{hitung} sebesar 4,204 yang lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,63.

Kata kunci : *Financial Knowledge*, Persepsi, Religiusitas, *Disposable Income* dan Minat.

I. PENDAHULUAN

Lembaga keuangan adalah semua badan yang usaha kegiatannya berkaitan dalam bidang keuangan, melakukan penghimpunan dan menyalurkan dana kepada masyarakat terutama guna membiayai investasi perusahaan, kegiatan konsumsi dan kegiatan distribusi barang dan jasa. Sesuai dengan sistem keuangan yang ada, maka dalam operasionalnya lembaga keuangan dapat berbentuk lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan syariah. Setiap institusi dalam lembaga keuangan syariah menjadi bagian integral dari sistem keuangan syariah. Lembaga keuangan syariah bertujuan membantu mencapai tujuan sosio ekonomi masyarakat Islam (Andri Soemitra, 2010).

Perbankan syariah merupakan suatu lembaga intermediasi yang menyediakan jasa keuangan bagi masyarakat dimana seluruh aktivitasnya dijalankan berdasarkan etika dan prinsip-prinsip Islam sehingga bebas dari unsur riba (bunga), bebas dari kegiatan spekulatif seperti perjudian (*maysir*), bebas dari kegiatan yang meragukan (*gharar*), bebas dari perkarayang tidak sah (*bathil*), dan hanya membiayai usaha-usaha yang halal.

Dalam operasinya, bank syariah memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip syariah jual-beli dan bagi hasil sehingga bank ini sering juga dipersamakan dengan bank tanpa bunga meskipun. Mayoritas penduduk Indonesia adalah kaum muslim, tetapi pengembangan produk syariah berjalan lambat dan belum berkembang sebagaimana halnya bank konvensional. Keberadaan bank syariah maupun bank konvensional secara umum memiliki fungsi strategis sebagai lembaga intermediasi dan memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran namun karakteristik dari kedua bank tersebut dapat mempengaruhi calon nasabah dalam menentukan pilihan mereka terhadap kedua bank tersebut.

Permasalahan perbankan syariah adalah bagaimana menaikkan dan bagaimana strategi dari bank syariah untuk menawarkan produk yang ada agar menarik konsumen untuk bertransaksi di perbankan syariah khususnya *funding* (menyimpan dana) seperti menabung. Menabung merupakan aktivitas yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dimasa yang akan datang. Perilaku menabung biasanya didahului dengan adanya keinginan terlebih dahulu dari orang yang akan menabung. Menabung memerlukan niat dan perencanaan agar dapat terlaksana dengan baik.

Sebelum seorang individu memutuskan untuk menabung di bank, terlebih dahulu dipertimbangkan apa tujuan dan manfaat dari menabung. Selanjutnya mulai mengumpulkan

informasi tentang bank apa yang cocok dengan kebutuhan maupun seleranya. Setelah itu dilakukan kegiatan mencari dan menilai jenis tabungan yang dibutuhkan, baru kemudian memutuskan untuk memakai tabungan tersebut. Sehingga dapat dikatakan untuk merealisasikan aktivitas menabung, diperlukan sebuah kemauan atau niat serta perencanaan untuk melakukannya. Dalam perilaku konsumen terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi individu dalam membuat keputusan diantaranya faktor kebudayaan, faktor sosial (referensi keluarga, status, dan peranan sosial), faktor pribadi (usia, pekerjaan dan pendapatan, gaya hidup, kepribadian), dan faktor psikologis (motivasi, pengetahuan, persepsi).

Selain faktor-faktor tersebut, religiusitas juga merupakan faktor yang penting, terlebih dikaitkan dengan perbankan syariah (perbankan yang menerapkan prinsip Islam). Khususnya dalam Islam ketika seorang individu mengkonsumsi sesuatu atau bertransaksi harus memperhatikan halal dan haramnya. Oleh karena itu, setiap manusia dalam melakukan aktivitasnya didasarkan pada ketentuan agamanya yang sesuai dengan perintah Tuhannya yang bertujuan untuk mendapatkan ridha-Nya. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Nur El Latifah dapat disimpulkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah (Nur El Latifah, 2019).

Selanjutnya, jumlah pendapatan seseorang sangat berdampak pada kehebatan seseorang dalam mengatur kekayaan karena motif keuangan ada tiga, spekulasi, kebutuhan dan investasi. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Atik Masruroh dapat disimpulkan bahwa *disposable income* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi *disposable income* maka semakin tinggi pula minat menabung mahasiswa (Atik Masruroh, 2015).

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi perilaku menabung seseorang adalah *financial knowledge*. Semakin seseorang mempunyai ilmu keuangan yang bagus maka semakin bagus pula pengelolaan keuangannya. Penelitian yang dilakukan oleh Welldan Adityandani dan Nadia Asandimitra Haryon dapat disimpulkan bahwa *Financial Knowledge* memiliki pengaruh terhadap minat menabung (Welldan Adityandani dan Nadia Asandimitra Haryon, 2019).

Persepsi adalah suatu penggunaan pengetahuan yang dimiliki untuk memperoleh dan menginterpretasi rangsangan yang diterima oleh alat indra manusia. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ayu Andriani dapat disimpulkan bahwa persepsi berpengaruh secara positif

dan signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah. Sedangkan menurut Nandanisasi Anjarkasih bahwa persepsi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung di perbankan syariah (Nandanisasi Anjarkasih, 2019).

Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UKM Lampung Tengah jumlah usaha yang ada di Kecamatan Terbanggi Besar pada tahun 2019 berjumlah 550 unit usaha, mulai dari Perdagangan, Aneka Usaha dan Jasa (*Dokumentasi*, Dinas Koperasi dan UKM Lampung Tengah, 2020). Jadi, jika seluruh pelaku UMKM menggunakan bank syariah, akan dapat mendorong perkembangan perbankan syariah akan menjadi lebih pesat lagi. Pelaku UMKM menggunakan bank syariah sebagai alat penting dalam melakukan kegiatan operasional usahanya, seperti halnya dalam melakukan transaksi dengan rekan kerjanya ataupun hanya untuk sekedar menabung. UMKM dapat dijadikan sebagai salah satu penunjang untuk meningkatkan perkembangan perbankan syariah, karena dapat diketahui bahwa pelaku UMKM sangat sering menggunakan produk dan jasa di dunia perbankan untuk kegiatan usahanya. Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti terkait permasalahan yang ada seperti berikut ini:

1. Apakah *Financial Knowledge* Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah?
2. Apakah Persepsi Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah?
3. Apakah *Religiusitas* Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah?
4. Apakah *Disposable Income* Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah?
5. Apakah *Financial Knowledge*, Persepsi, *Religiusitas*, Dan *Disposable Income* Secara Bersama-Sama Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah?

II. TINJAUAN PUSTAKA

1. *Financial Knowledge*

Pengetahuan keuangan menurut marsh adalah sesuatu yang mengacu pada apa yang diketahui seseorang tentang masalah keuangan pribadinya, yang kemudian diukur dengan tingkat pengetahuan mereka tentang segala konsep keuangan pribadi. Menurut kholilah dan iramoni adalah sikap penguasaan seseorang tentang berbagai hal yang berkaitan dengan dunia keuangan (Irine Herdjiono dkk, 2016). Menurut astuti mengacu pada pendapat Felicia, pengetahuan keuangan adalah kemampuan untuk memahami dan mengelola keuangan untuk membuat suatu keputusan keuangan yang tepat agar terhindar darimasalah keuangan. Seorang individu yang memiliki pengetahuan keuangan yang lebih baik akan memiliki perilaku keuangan seperti membayar semua tagihan tepat waktu, membukukan pengeluaran setiap bulan, dan memiliki dana akurat. Seseorang dapat memperoleh pengetahuan karena melakukan menyimpan dan mengumpulkan kekayaan, atau memungkinkan karena memiliki pengalaman keuangan keluarga (Fihri Setya Marwati,dkk, 2017).

2. *Persepsi*

Persepsi merupakan suatu proses yang memungkinkan kita mengorganisir informasi dan menginterpretasi sesuatu terhadap lingkungan sekitarnya. Persepsi juga didefinisikan sebagai suatu proses dimana seseorang memilih mengorganisir, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berada di lingkungan sekitar (Kristiyadi dkk, 2016). Menurut teori Gestalt, sebagian besar dari prinsip persepsi merupakan prinsip pengorganisasian. Ia mengatakan bahwa persepsi bukanlah hasil penjumlahan bagian yang diindra seseorang, tetapi lebih dari itu, merupakan keseluruhan (*the whole*). Teori Gestalt menjabarkan beberapa prinsip yang dapat menjelaskan cara seseorang menata sensasi menjadi suatu bentuk persepsi. Prinsip persepsi yang utama adalah prinsip *figure and ground*. Prinsip ini menggambarkan bahwa manusia, secara sengaja maupun tidak, memilih dari serangkaian stimulus, mana yang menjadi fokus atau bentuk utama (*figure*) dan mana yang menjadi latar (*ground*).

3. *Religiusitas*

Religiusitas berasal dari bahasa religius yaitu agama. Dalam bentuk harfiah yang terpadu, kata “agama” berarti “tidak pergi, tetap ditempat, langgeng, abadi yang diwariskan secara

terus-menerus dari satu generasi kepada generasi yang lainnya. Pada hakikatnya agama adalah kepercayaan terhadap adanya tuhan yang menurunkan wahyu kepada para nabi-Nya untuk umat manusia demi kebahagiaannya di dunia dan akhirat. Mukti Ali mengatakan, barangkali tidak ada kata yang paling sulit diberi pengertian dan definisi selain dari kata agama. Pernyataan ini didasarkan kepada tiga alasan. Pertama, bahwa pengalaman agama adalah soal batini, subjektif, dan sangat individualis sifatnya. Kedua, barangkali tidak ada orang yang begitu bersemangat dan emosional dari pada orang yang membicarakan agama. Karena itu, setiap pembahasan tentang arti agama selalu ada emosi yang melekat erat sehingga kata agama itu sulit didefinisikan. Ketiga, konsepsi tentang agama dipengaruhi oleh tujuan dari orang yang memberikan definisi tersebut (Abuddin Nata, 2014).

4. *Disposable Income*

Pendapatan yang siap digunakan, baik untuk keperluan konsumsimaupun ditabung setelah dikurangi dengan kewajibannya (seperti pajak, zakat dan sebagainya). Jadi, pendapatan pertama-tama dikeluarkan untuk keperluan konsumsi, sedangkan sisanya, kala memang masih ada akan ditabung (Suherman Rosyidi, 2017). Menurut keynes, pendapatan adalah tabungan ditambah konsumsi dan besarnya tabungan yang dilakukan oleh rumah tangga bukan tergantung bukan tergantung kepada tinggi rendahnya suku bunga, melainkan terutama tergantung kepada besar kecilnya pendapatan rumah tangga, maka makin besar pula jumlah tabungan yang dilakukan olehnya (Raja Sakti Putra Harahap, 2016).

5. *Minat Menabung*

Minat merupakan suatu keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mendapatkan sesuatu yang akan dituju. Minat bisa digambarkan keadaan seseorang sebelum melakukan tindakan, yang bisa dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut (Kristiyadi dkk, 2016). Menurut Kotler dan Amstrong, minat menabung diasumsikan sebagai minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian.

III. METODOLOGI

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian asosiatif, yaitu suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiarto, 2017). Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, 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. Teknik yang digunakan dalam menganalisis data yang telah diperoleh adalah analisis deskriptif yang digunakan untuk mengkaji dan mengukur nilai rata-rata dari variable *financial knowledge*, persepsi, religiusitas, *disposable income* terhadap minat menabung pelaku UMKM di Kecamatan Terbanggi Besar.

Untuk ^{mengukurnya} dilakukan dengan cara menyebar angket serta memberi skor menggunakan skala likert, dengan jawaban angket yang akan diisi, dengan ketentuan sebagai berikut:

- | | | |
|---------------------------|------------|-----|
| a. SangatTidakSetuju(STS) | bobotnilai | : 1 |
| b. TidakSetuju(TS) | bobotnilai | : 2 |
| c. Netral(N) | bobotnilai | : 3 |
| d. Setuju(S) | bobotnilai | : 4 |
| e. Sangatsetuju(SS) | bobotnilai | : 5 |

1. Analisis Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Untuk mengetahui butir item yang valid atau tidak valid, dilakukan dengan cara membandingkan nilai T_{hitung} dengan T_{tabel} pada taraf kepercayaan 90%, dengan kata lain tingkat kesalahan yang ditolerir dalam penelitian ini adalah 10% atau 0,1 untuk tingkat signifikan pada uji dua arah. Apabila nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka instrument dinyatakan valid, begitupun sebaliknya jika nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka item instrumennya dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang jika dicoba berulang-ulang akan menghasilkan data yang sama, dengan asumsi tidak terdapat perubahan dengan si

responden. Pengukuran reliabilitas menggunakan metode Alpha Cronbach, jika $(\alpha) > 0,60$ maka realibilitas pernyataan bisa diterima.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Untuk menguji apakah distribusi normal dilakukan dengan cara menggunakan uji kolmogrov-smirnov. Dasar pengambilan keputusan adalah jika probabilitas signifikannya diatas kepercayaan 5% maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolonieritas

Untuk melihat ada atau tidaknya multikolonieritas maka dilakukan dengan melihat nilai tolerance lawannya variance inflation factor (VIF). Apabila nilai $VIF < 10$ dan nilai tolerance $> 0,1$ maka tidak terjadi multi-kolonieritas antar variabel independennya.

c. Uji Heterokedastisitas

Untuk melakukan pengujian terhadap asumsi ini dilakukan dengan menggunakan analisis dengan grafik plots. Apabila titik-titik menyebar secara acak baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu y maka dinyatakan tidak terjadi heterokedastisitas.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda merupakan analisis mengenai seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), yang melibatkan dua atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat. Dengan rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

4. Hipotesis

Dalam statistika, hipotesis yang ingin diuji kebenarannya biasanya membandingkan dengan hipotesis yang salah yang kemudian akhirnya akan ditolak. Hipotesis yang salah dinyatakan sebagai hipotesis nol disimbolkan H_0 dan hipotesis yang benar dinyatakan sebagai hipotesis alternatif dengan simbol H_a .

a. Uji T (Parsial)

Uji T adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y). Kaidah pengambilan keputusan sebagaiberikut:

- Tingkat Signifikan yang akan digunakan adalah 0,05 dengan kriteria jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima H_0 ditolak.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha=0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Uji F (Simultan)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen dalam hal ini financial attitude (X_1), financial knowledge (X_2), religiusitas (X_3), disposable income (X_4), secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat menabung (Y). Kriteria :

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Setelah dilakukan penyebaran kuesioner kepada responden, didapatkan hasil berupa sebagian besar dari pelaku UMKM di Kecamatan Terbanggi Besar bukan merupakan nasabah perbankan syariah yaitu sebanyak 21 orang. Meski mempunyai pengetahuan tentang perbankan syariah tetapi masih lebih banyak pelaku UMKM yang menggunakan jasa perbankan konvensional dalam membantu mereka dalam lalu lintas keuangan. Kemunculan perbankan konvensional yang lebih dulu daripada perbankan syariah serta pembayaran dari konsumen atau permintaan dari konsumen yang masih menggunakan jasa perbankan konvensional menjadi penyebab mereka memakai jasa perbankan konvensional karena lebih dulu mereka kenal dan gunakan jasanya.

2. Analisis Data

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

Secara keseluruhan item pernyataan variabel *financial knowledge* (X_1), persepsi (X_2), religiusitas (X_3), dan minat menabung (Y) dapat dikatakan valid karena seluruh pernyataan memiliki r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} . Berdasarkan tabel diatas nilai Cronbach's Alpha dari variabel *financial knowledge* (X_1), persepsi (X_2), religiusitas (X_3), minat menabung (Y) lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa data telah reliabel.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, nilai signifikan sebesar $0,200 > 0,05$ jadi dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, diketahui bahwa nilai tolerance $> 0,1$ dan $VIF < 10$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak baik di atas maupun di bawah angkanol pada sumbu y maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Linier Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda di atas, maka diperoleh persamaan regresi :

- a. Nilai koefisien *financial knowledge* sebesar 0,364 menunjukkan bahwa variabel *financial knowledge* berpengaruh positif terhadap minat menabung. Artinya semakin besar *financial knowledge* pelaku UMKM maka minat menabung di perbankan syariah akan meningkat.
- b. Nilai koefisien persepsi sebesar 0,227 menunjukkan bahwa variabel persepsi positif terhadap minat menabung. Artinya semakin besar persepsi pelaku UMKM, maka minat menabung perbankan syariah akan meningkat.
- c. Nilai koefisien religiusitas sebesar 0,302 menunjukkan bahwa variabel religiusitas positif terhadap minat menabung. Artinya semakin besar religiusitas pelaku UMKM, maka minat menabung perbankan syariah akan meningkat.
- d. Nilai koefisien *disposable income* sebesar 0,0000001224 menunjukkan bahwa variabel *disposable income* positif terhadap minat menabung. Artinya semakin besar *disposable income* pelaku UMKM, maka minat menabung perbankan syariah akan meningkat.

4. Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

- $H_1 = \textit{financial knowledge}$ berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Berdasarkan hasil perhitungan tabel tersebut diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,408 hal ini menunjukkan $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $2,408 < 2,02809$ dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- $H_2 = \textit{persepsi}$ berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Berdasarkan hasil perhitungan tabel tersebut diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,490 hal ini menunjukkan $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $2,490 < 2,02809$ dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- $H_3 = \textit{religiusitas}$ berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Berdasarkan hasil perhitungan tabel tersebut diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,237 hal ini menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,237 > 2,02809$ dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- $H_4 = \textit{disposable income}$ tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Berdasarkan hasil perhitungan tabel tersebut diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,976 hal ini menunjukkan $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1,976 < 2,02809$ dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak.

b. Uji F (Simultan)

Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui nilai F_{hitung} sebesar 4,204 yang lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,62. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti variabel independen yaitu *financial knowledge*, persepsi, religiusitas dan *disposable income* secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat menabung.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Financial knowledge* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung pelaku UMKM di bank syariah. Berdasarkan hasil uji T nilai t_{hitung} sebesar 2,408 hal ini menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,408 > 2,02809$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.

- b. Persepsi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung pelaku UMKM di bank syariah. Berdasarkan hasil uji T nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,490 > 2,02809$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- c. Religiusitas berpengaruh secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap minat menabung pelaku UMKM di bank syariah. Berdasarkan hasil uji T nilai t_{hitung} sebesar 2,237 hal ini menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,237 > 2,02809$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- d. *Disposable income* tidak berpengaruh terhadap minat menabung pelaku UMKM di bank syariah. Berdasarkan hasil uji T nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1,976 < 2,02809$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
- e. *Financial knowledge*, persepsi, religiusitas dan *disposable income* diuji secara bersama-sama (simultan) maka berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Hal ini berdasarkan pengujian nilai F_{hitung} dapat diketahui sebesar 4,204 yang lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,63. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.

2. Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka saran yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. *Financial knowledge* pelaku UMKM harus dipertahankan agar pengetahuan keuangan pelaku UMKM baik kemudian akan berdampak baik untuk menabung di bank syariah.
- b. Persepsi pelaku UMKM mengenai perbankan syariah harus dipertahankan. Untuk terus mempertahankan persepsi positif pelaku UMKM terhadap perbankan syariah perlu mengadakan upaya-upaya untuk meningkatkan minat pelaku UMKM terhadap perbankan syariah seperti seminar, pengadaan fasilitas berbasis syariah dan lainnya.
- c. Meningkatkan religiusitas pelaku UMKM juga harus dipertahankan mengingat sebagian besar pelaku UMKM mempunyai tingkat religiusitas yang tinggi.
- d. Sebaiknya pihak bank syariah memberikan promosi-promosi produk yang lebih unggul dan inovatif yang bisa meningkatkan minat menabung pelaku UMKM.
- e. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang pengaruh *financial knowledge*, persepsi, religiusitas dan *disposable income* terhadap minat menabung pelaku UMKM di bank syariah.

- f. Bagi lembaga keuangan syariah, diperlukan sosialisasi tentang bank syariah terhadap masyarakat, terutamadikalangan pedagang-pedagang kecil, sehingga mereka mengetahui betul tentang bank syariah dan produk-produknya. Membuat event-event keislaman untuk mendekatkan diri dengan masyarakat dan memberikan pelayanan yang terbaik untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat.
- g. Diharapkan pada penelitian yang akan datang jumlah sampel yangdigunakan lebih banyak. Dengan menggunakan sampel yang lebih banyakmaka hasil analisis dari penelitian akan lebih akurat.

VI. REFERENSI

- Fihri Setya Marwati,dkk, Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Motivasi Terhadap Keberlangsungan Usaha, Jurnal Suhuf Vol.29 No.2, 2017.
- Harahap, Raja Sakti Putra, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung pada Tabungan Mudharabah di Bank Muamalat Cabang Balai Kota Medan, Jurnal Al-Qasd, Vol.1 No.1, 2016.
- Herdjiono, Irine dkk, Pengaruh Financial Attitude,Financial Knowledge Parental Income Terhadap Financial Management Behavior, Jurnal Manajemen Teori dan Terapan Desember, 2016.
- Kristiyadi dkk, Pengaruh Kelompok Acuan,Religiusitas, promosi dan Pengetahuan Tentang Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung di Koperasi KJK. Jurnal Ekonomi dan Teknik Informatika, Vol.5 No.9, 2016.
- Nata, Abuddin, Metodologi Studi Islam, Jakarta: PT. Raja Gafindo Persada, 2014.
- Soemitra, Andri, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Jakarta: Kencana, 2010.
- Sugiarto, Metodologi PenelitianBisnis, Yogyakarta: CV.Andi Offset, 2017.
- Suhendi, Hendi dan SahyaAnggara, Perilaku Organisasi, Bandung: CV Pustaka Setia, 2010.
- Welldan Adityandani dan Nadia Asandimitra Haryon, Pengaruh Demografi, Financial Attitude, Financial Knowledge,Dan Suku Bunga Terhadap Perilaku Menabung Masyarakat Kota Surabaya, Jurnal Ilmu Manajemen Volume, 7 Nomor 2, 2019.