



**PENGARUH PENGETAHUAN TENTANG PERBANKAN SYARIAH
TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA
PADA CUSTOMER CAFE LABUH RUANG KOTA MALANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi Persyaratan
memperoleh gelar sarjana Perbankan Syariah

Oleh:

RANGGA MUKTI WIBOWO

NPM. 21801083090



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
MALANG
2025**

ABSTRAK

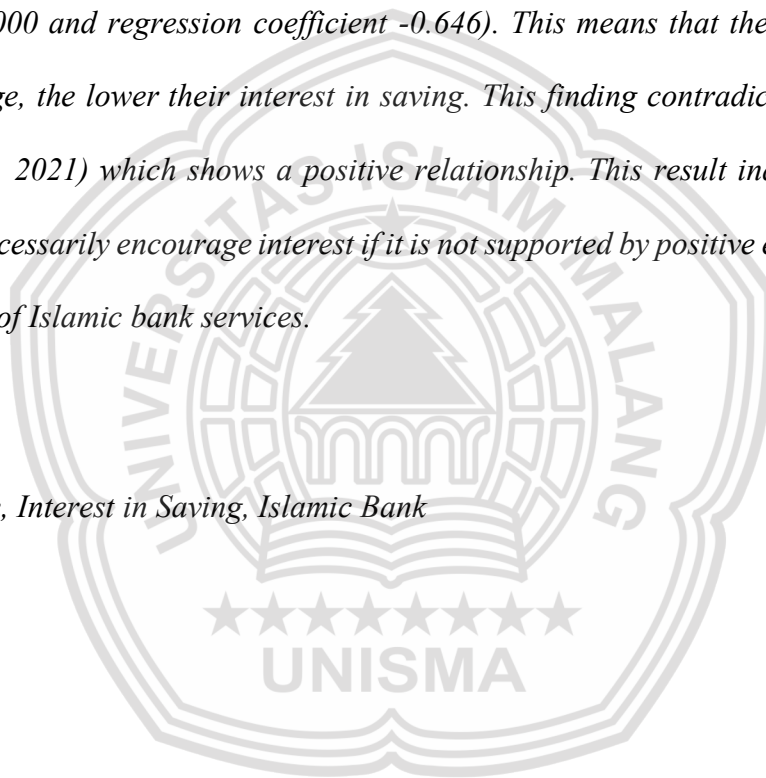
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan tentang perbankan syariah terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia pada customer Cafe Labuh Ruang di Kota Malang. Metode yang digunakan yaitu kuantitatif dengan pendekatan regresi linier sederhana dan pengumpulan data melalui kuesioner kepada 67 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan dan minat menabung responden tergolong tinggi. Namun, hasil uji regresi menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, tetapi dengan arah hubungan negatif (nilai signifikansi 0,000 dan koefisien regresi -0,646). Artinya, semakin tinggi pengetahuan responden, minat mereka untuk menabung justru cenderung menurun. Temuan ini bertolak belakang dengan penelitian (Habibah & Hasanah, 2021) yang menunjukkan hubungan positif. Hasil ini mengindikasikan bahwa pengetahuan belum tentu mendorong minat jika tidak didukung oleh pengalaman positif dan persepsi yang baik terhadap layanan bank syariah.

Kata Kunci: Pengetahuan, Minat Menabung, Bank Syariah

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of knowledge about Islamic banking on interest in saving at Bank Syariah Indonesia on customers of Cafe Labuh Ruang in Malang City. The method used is quantitative with a simple linear regression approach and data collection through questionnaires to 67 respondents. The results showed that the level of knowledge and interest in saving the respondents was high. However, the regression test results show that knowledge has a significant effect on interest in saving, but with a negative relationship direction (significance value 0.000 and regression coefficient -0.646). This means that the higher the respondents' knowledge, the lower their interest in saving. This finding contradicts research (Habibah & Hasanah, 2021) which shows a positive relationship. This result indicates that knowledge does not necessarily encourage interest if it is not supported by positive experiences and good perceptions of Islamic bank services.

Keywords: Knowledge, Interest in Saving, Islamic Bank



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia perbankan terus mengalami pergerakan maju ke depan dengan sangat aktif dan dinamis. Pergerakan ini didukung dengan adanya tantangan yang semakin luas dan kompleks, serta perkembangan teknologi perbankan yang semakin maju. Dengan adanya situasi seperti ini mendorong industri perbankan harus cepat dan tanggap dalam menjalankan fungsi dan tanggung jawab, terutama dalam memperoleh kepercayaan masyarakat akan produk dan layanan perbankan yang aman, nyaman, dan berkualitas ((Trimulato et al., 2020)

Saat ini di Indonesia, perbankan syariah mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Hal ini ditandai dengan meningkatnya jumlah Lembaga keuangan serta peningkatan produk berbasis prinsip syariah. Pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia cukup berkembang karena didukung oleh pemerintah, dikarenakan dapat memberi kontribusi di dalam perkembangan ekonomi Indonesia. Perkembangan ekonomi sendiri merupakan salah satu aspek yang paling menonjol, karena sebagian masyarakat Indonesia berada di level menengah ke bawah. Selain itu Tingkat pertumbuhan keuangan syariah didukung oleh mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam, yang dapat menjadikan pola pikir Masyarakat beralih menggunakan bank syariah. Menurut (Putri, 2025) menyatakan bahwa, berdasarkan data jumlah rekening bank umum syariah (BUS) dan unit usaha syariah (USS) dapat dihitung

bahwa rata-rata Tingkat pertumbuhan jumlah rekening BUS dan UUS yaitu 25% per tahun.

Teknologi dan ilmu pengetahuan berkembang pesat dengan seiring berjalannya waktu dan perkembangan zaman. Dengan adanya perkembangan tersebut menyebabkan pola perilaku manusia, fenomena perilaku konsumtif yang sering muncul pada kehidupan remaja dan anak muda di Indonesia.

Pengetahuan terhadap bank syariah memiliki peranan penting pada perkembangan teknologi. Pengetahuan mencakup seluruh informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai beragam produk, serta informasi lain yang berkaitan dengan peran mereka sebagai konsumen. Pengetahuan terhadap minat menabung di bank syariah juga harus tetap diperhatikan juga (Sodik et al., 2022a). Menurut (Nurrohmah & Purbayati, 2020), minat merupakan suatu kondisi dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertindak terhadap suatu objek atau aktivitas tertentu. Dalam konteks menabung, minat mencerminkan perilaku konsumen yang menunjukkan keinginan, perhatian, dan kecenderungan untuk menyisihkan sebagian pendapatan guna disimpan di institusi keuangan.

Pada penelitian ini memilih Cafe labuh ruang sebagai tempat penelitiannya. Cafe labuh ruang yang terletak di Jetak Ngasri, Mulyoagung, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang merupakan salah satu tempat berkumpulnya generasi muda yang potensial menjadi nasabah bank. Dengan kemajuan pengetahuan, teknologi dan informasi menyebabkan generasi muda cenderung konsumtif dalam menggunakan sumber daya ekonomi yang

dimilikinya, sehingga dapat memunculkan berbagai masalah dalam kehidupan yang berhubungan dengan perekonomian. Masalah yang berhubungan dengan uang akan muncul yang dikarenakan pengetahuan yang kurang tentang bagaimana dapat memanfaatkan dan mengatur keuangan secara bijaksana. Adapun faktor yang mempengaruhi yaitu kurangnya literasi dan ilmu pengetahuan Sebagian besar terjadi di kalangan anak muda dan orang tua. Menurut hasil survey Otoritas Jasa Keuangan yang dilakukan tiga tahun sekali menyatakan bahwa pada tahun 2016, index literasi keuangan Indonesia mencapai 29,66 persen atau dari 100 orang penduduk Indonesia hanya 29 orang yang memiliki pengetahuan tentang keuangan, hasil ini menunjukkan bahwa lebih rendah dibandingkan negara Malaysia, Singapura, Thailand, dan Filipina (Khairani & Fauzan, 2023).

Oleh karena itu dengan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk meneliti seberapa besar pengaruh pengetahuan perbankan syariah terhadap minat menabung di bank syariah Indonesia pada customer cafe labuh ruang Malang.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang dapat diambil dari latar belakang di atas yaitu:

1. Bagaimana tingkat pengetahuan customer cafe labu ruang Malang tentang perbankan syariah?
2. Bagaimana minat customer cafe labuh ruang Malang untuk menabung di bank syariah Indonesia?

3. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan perbankan syariah dengan minat menabung di Bank Syariah Indonesia pada customer cafe labuh ruang Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis tingkat pengetahuan customer cafe labuh ruang Malang tentang perbankan syariah.
2. Untuk mengetahui minat customer cafe labuh ruang Malang untuk menabung di Bank Syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan perbankan syariah terhadap minat menabung di Bank Syariah pada customer cafe labuh ruang Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan baru dalam bidang pengetahuan perbankan syariah terhadap minat menabung pada customer cafe labuh ruang Malang.
2. Bagi Masyarakat, penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan tentang perbankan syariah terhadap minat menabung di bank syariah Indonesia.
3. Bagi Institusi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi pada pengembangan ilmu dalam mengkaji tentang pengetahuan perbankan syariah terhadap minat menabung di bank syariah Indonesia.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Tingkat pengetahuan customer Cafe Labuh Ruang tentang perbankan syariah tergolong tinggi, dengan nilai rata-rata sebesar 3,94 dari skala 5. Artinya, mayoritas responden sudah cukup memahami prinsip-prinsip dasar perbankan syariah, seperti larangan riba, sistem bagi hasil, serta produk-produk syariah seperti tabungan, mudharabah, dan murabahah.
2. Minat customer untuk menabung di Bank Syariah Indonesia juga termasuk tinggi, dengan nilai rata-rata sebesar 3,98. Meski begitu, tidak semua responden benar-benar merealisasikan minat tersebut ke dalam tindakan nyata seperti membuka rekening atau aktif menabung. Sebagian dari mereka hanya sebatas tertarik atau penasaran, tapi belum tentu yakin akan benar-benar menjadi nasabah.
3. Pengetahuan tentang perbankan syariah terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Akan tetapi, arah pengaruhnya negatif, ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar -0,646. Artinya, semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki responden, justru minat mereka untuk menabung di bank syariah cenderung menurun.

5.2 Saran

1. Bagi bank syariah, disarankan untuk tidak hanya fokus pada edukasi atau peningkatan pengetahuan masyarakat saja, tetapi juga memperbaiki kualitas layanan, memperluas akses, serta memberikan pengalaman nasabah yang lebih menyenangkan dan meyakinkan.
2. Bagi masyarakat, diharapkan mampu lebih kritis dan bijak dalam menilai layanan keuangan. Tidak hanya melihat dari sisi konsep syariahnya saja, tetapi juga mempertimbangkan manfaat, keamanan, dan kenyamanan produk yang digunakan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kepercayaan, pengalaman nasabah, kemudahan layanan digital, atau promosi, agar hasil yang diperoleh lebih komprehensif dan bisa menjelaskan lebih detail faktor-faktor yang memengaruhi minat menabung di bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- 'Aswad, A., & Patimbangi, A. (2022). PENGARUH PENGETAHUAN, PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MENABUNG MAHASISWA DI BANK SYARIAH. *Jurnal Akuntansi Syariah*.
- Habibah, G. W. I. A., & Hasanah, A. N. (2021). PENGETAHUAN MASYARAKAT TENTANG PERBANKAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG DIBANK SYARIAH (Studi pada Masyarkat Desa Pagar Puding Kec. Tebo Ulu). *Jurnal Margin*, 1(1), 36122.
- Habibah, G. W. I. A., & Hasanah, A. N. (2021). PENGETAHUAN MASYARAKAT TENTANG PERBANKAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG DIBANK SYARIAH (Studi pada Masyarkat Desa Pagar Puding Kec. Tebo Ulu). *Jurnal Margin*, 1(1), 36122.
- Haryono, R. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Journal Of Comprehensive Islamic Studies*, 1. <https://Jambi.bps.go.id/>.
- Khairani, R., & Fauzan, R. (2023). ANALISIS TINGKAT LITERASI KEUANGAN SYARIAH MASYARAKAT KECAMATAN PANTI. *JEBI: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 29–41.
- Malholtra, N. K. (2009). *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan Edisi Keempat Jilid 1* (4th ed.). PT. Indeks.
- Mulyaningtyas, I. F., Soesatyo, Y., & Sakti, N. C. (2020). PENGARUH PENGETAHUAN TENTANG BANK SYARIAH DAN LITERASI

KEUANGAN TERHADAP MINAT MENABUNG SISWA PADA BANK SYARIAH DI KELAS XI IPS MAN 2 KOTA MALANG. *JURNAL EKONOMI PENDIDIKAN DAN KEWIRAUSAHAAN*, 8(1), 53.
<https://doi.org/10.26740/jepk.v8n1.p53-66>

Novian, H., Anwar, M. W., Fauzi, F., & Irviani, R. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4082.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.11358>

Novian, H., Anwar, M. W., Fauzi, F., & Irviani, R. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4082.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.11358>

Nurrohmah, F. R., & Purbayati, R. (2020). PENGARUH TINGKAT LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*.

Putri, N. A. S. (2025). *PENGARUH FAKTOR MAKRO EKONOMI DAN DANA PIHAK KETIGA (DPK) TERHADAP PEMBIAYAAN SEKTOR UMKM (Studi kasus pada Bank Umum Syariah Periode 2018 – 2023)*.

Rosyid, M., & Halimatu, S. (2016). Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru. *Jurnal Islaminomics (Journal of Islamic Economics, Business, and Finance)*.

- Rosyid, M., & Saidiah, H. (2018). Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung Santri Dan Guru. *Jurnal Islaminomics (Journal of Islamic Economics, Business, and Finance)*.
- Sidi, V., & Melina, F. (2023). Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah. *Islamic Business and Finance (IBF)*, 4(2).
- Sodik, F., Hidayat, A., Abir, R., Farda, A., Syahita, R. N., Syariah, J. P., Ekonomi, F., Islam, B., Sunan, U., & Yogyakarta, K. (2022a). Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. In *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* (Vol. 4, Issue 2). <https://www.merdeka.com/uang/per-maret->
- Sodik, F., Hidayat, A., Abir, R., Farda, A., Syahita, R. N., Syariah, J. P., Ekonomi, F., Islam, B., Sunan, U., & Yogyakarta, K. (2022b). Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. In *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* (Vol. 4, Issue 2). <https://www.merdeka.com/uang/per-maret->
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, RnD, dan Penelitian Pendidikan)*. ALFABETA.
- Trimulato, K, A., & Ismawati. (2020). AKSELERASI TINGKAT PENGETAHUAN MAHASISWA TENTANG SISTEM DAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH MELALUI MEDIA ONLINE. *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi*, 12(1), 12–30. <https://doi.org/10.35313/ekspansi.v12i1.1848>