

PENGARUH RELIGIOSITAS DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP MINAT MENABUNG DI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH PADA KARYAWAN PT JIALE INDONESIA

Dewa Kusuma¹, Miswan Ansori²

^{1,2}Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Korespondensi email: 171420000188@unisnu.ac.id, miswan@unisnu.ac.id

Diterima : Herna Rizaldi Tanggal 6 Juni 2024, Direvisi : Herna Rizaldi, Tanggal 10 Juni 2024, Disetujui : Saebani Tanggal 20 Juni 2024

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan apakah religiositas dan lingkungan sosial mempengaruhi minat menabung di lembaga keuangan syariah pada karyawan PT Jiale Indonesia. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan sumber data primer. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada karyawan PT Jiale Indonesia. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan jumlah responden sebanyak 353 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiositas dan lingkungan sosial mempengaruhi minat menabung di lembaga keuangan syariah. Dari dua variabel yang diuji maka variabel lingkungan sosial adalah variabel yang memiliki pengaruh besar terhadap minat menabung di lembaga keuangan syariah.

Kata kunci: Religiositas, Lingkungan sosial, Lembaga keuangan syariah

IMPACT OF RELIGIOSITY AND SOCIAL ENVIRONMENT ON SAVING INTEREST IN SHARIA FINANCIAL INSTITUTIONS AMONG EMPLOYEES OF PT JIALE INDONESIA

Abstract

This study aims to answer the question of whether religiosity and social environment influence the interest in saving at Islamic financial institutions among employees of PT Jiale Indonesia. The approach used in this research is quantitative, with primary data sources. Primary data were collected through an online questionnaire distributed to employees of PT Jiale Indonesia. The sampling method used is purposive sampling, with a total of 353 respondents. The analytical technique employed is multiple linear regression. The results of the study indicate that both religiosity and social environment influence the interest in saving at Sharia financial institutions. Among the two variables tested, the social environment variable has a greater influence on the interest in saving at Sharia financial institutions.

Keywords: Religiosity, Social Environment, Sharia Financial Institutions

PENDAHULUAN

Bank sebagai perantara keuangan bagi masyarakat memiliki peran penting dalam perekonomian negara. Berdasar perundang-undangan yang berlaku di Indonesia, lembaga Bank memiliki tugas mengumpulkan dan mendistribusikan dana dari dan kepada masyarakat melalui simpanan dan menyalurkannya

kepada masyarakat agar dapat meningkatkan perekonomian masyarakat secara luas. Kegiatan penyimpanan dan penyaluran pembiayaan ini berguna untuk meningkatkan kestabilan perekonomian masyarakat (Kasmir, 2014).

Bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak menerapkan sistem bunga, dimana perbankan syariah dalam operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada sistem bagi hasil (Ghofur, 2018). Bank Syariah tidak menggunakan sistem riba sebagaimana pada Bank Konvensional, namun lebih menekankan pada pembagian keuntungan, persewaan, dan aktivitas jual beli. Bank Syariah beranggapan bahwa Islam melarang adanya bunga bank karena merupakan riba, sehingga harus dihindari dan mulai ditinggalkan karena terdapat ketidakadilan karena pemberi dana mengharuskan pihak yang meminjam dana untuk mengembalikan melebihi jumlah yang dipinjam baik saat memperoleh untung maupun rugi.

Dalam rangka menjalankan fungsinya, khususnya dalam menghimpun dana perbankan syariah harus mampu menyediakan produk-produk yang menarik bagi masyarakat. Selain menyediakan produk yang menarik perbankan syariah juga harus mampu memberikan pelayanan yang maksimal agar masyarakat lebih memilih perbankan syariah daripada perbankan konvensional. Akan tetapi minat masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah untuk menabung di Indonesia relatif rendah bila dibandingkan negara Islam lainnya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ismail et al., (2021) jumlah minat menabung di negara Malaysia sebesar 35 persen. Kemudian minat menabung di negara Mesir yang diteliti oleh Fakhurrozi et al., (2022) yakni sebesar 46,2 persen, di negara Ethiopia yang diteliti oleh Menelek et al., (2023) yaitu sebesar 35 persen serta penelitian yang dilakukan oleh Ihsan et al., (2022) di negara Indonesia posisi minat menabung sekitar 9,13 persen. Hal ini masih menjadi angka yang relatif rendah atau jumlah ini masih jauh tertinggal dari berbagai negara berkembang lainnya seperti negara Malaysia, Mesir dan Ethiopia. Situasi itu tidak sesuai dengan sebutan bagi negara Indonesia yang dikenal dengan jumlah muslim terbesar di dunia. Yakni jumlah penduduk muslim di Indonesia sebanyak 237,56 juta jiwa 86,7 persen (Purwanto, 2018a)

Fakta bahwa jumlah penduduk muslim yang berlimpah di Indonesia seharusnya menjadikan masyarakat lebih banyak meminati perbankan syariah dan dapat menjadi panutan bagi negara lain dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Selain itu, hal ini juga membuka peluang besar bagi negara dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan keuangan syariah (Hasanah & Sari, 2021). Namun pada kenyataannya dalam kegiatan transaksi penduduk muslim di Indonesia masih banyak yang belum menggunakan jasa lembaga keuangan syariah dan lebih memilih menggunakan jasa perbankan konvensional yang dalam aktivitasnya terdapat unsur riba. Hal tersebut menandakan bahwa minat menabung masyarakat Indonesia khususnya di perbankan syariah masih rendah (Ihsan et al., 2022).

Sebagai lembaga *intermediary* penting bagi bank syariah untuk dapat menghimpun dana. Salah satu produk yang digunakan dalam menghimpun

dana adalah dengan produk tabungan. Menabung pada dasarnya menyisihkan sebagian uang yang ia miliki untuk disimpan dalam jangka waktu tertentu. Menabung yang aman bisa dilakukan di bank atau diinvestasikan dalam bentuk surat berharga yang telah terverifikasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Bank berperan sebagai mediator jasa keuangan (*financial intermediary*) yaitu menghimpun dana dari masyarakat yang kemudian disalurkan dalam bentuk pembiayaan yang tidak disediakan oleh lembaga sebelumnya, lembaga negara ataupun swasta (Ilyas, 2021). Menabung sangat penting dan memiliki manfaat yaitu untuk menjamin kehidupan yang lebih baik dan bisa mempersiapkan segala sesuatu apabila terjadi hal-hal yang tidak terduga. Selain itu menabung atau berinvestasi merupakan cara masyarakat dalam membantu pertumbuhan perekonomian di suatu negara (Rahmawati & Nurhayani, 2021).

Ada banyak faktor yang dapat menentukan seseorang untuk menabung di bank syariah diantaranya religiositas dan lingkungan sosial. Kondisi ini juga terjadi pada karyawan PT Jiale Indonesia. Hasil studi awal peneliti dapat diperoleh informasi bahwa banyak dari mereka memilih menggunakan bank syariah untuk menabung adalah karena faktor agama. Sebagaimana hasil wawancara berikut:

“saya sudah lama menggunakan bank syariah, selain untuk menabung juga saya gunakan untuk transaksi. Bank syariah dalam hal untuk transaksi tidak ada bedanya dengan bank konvensional seperti bank syariah punya e banking seperti bank konvensional. Akan tetapi alasan utama saya adalah karena bank syariah itu sesuai prinsip Islam artinya menabung di bank syariah lebih berkah” (Wawancara dengan RT, 25 Tahun Karyawan PT Jiale Indonesia).

Karyawan lainnya menjelaskan bahwa mereka menabung di bank syariah karena memang keluarga dan teman-temannya banyak yang menggunakan bank syariah untuk menabung. Wawancara selengkapnya adalah sebagai berikut:

“Saya sudah menabung di bank syariah sejak kuliah, karena saya dari lingkungan keluarga yang mendukung bank syariah. Keluarga saya banyak yang menggunakan bank syariah, bahkan teman-teman saya juga banyak yang menabung di bank syariah” (Wawancara dengan KS, 28 Tahun Karyawan PT Jiale Indonesia).

Dari studi awal yang peneliti lakukan memberikan bukti bahwa alasan agama dan lingkungan sosial merupakan faktor yang dapat menentukan minat menabung di bank syariah. Religiositas didefinisikan sebagai bagaimana keyakinan yang bersumber dari nilai agama, cita-cita yang menjadi pegangan dipraktikkan (Agarwala, Mishra, & Singh, 2019). Ada juga yang mengartikan religiositas sebagai pandangan yang diekspresikan dalam keyakinan, narasi, simbol, dan praktik ibadah serta menjadi sumber nilai (Graafland, 2017). Sementara itu Usman mendefinisikan religiositas dari dua perspektif, yaitu tingkat keyakinan terhadap nilai agama, dan pelaksanaan atas keyakinan tersebut dalam kehidupan. Konsekuensi dari kedua perspektif ini menyebabkan adanya perbedaan derajat religiositas di antara pemeluk satu agama (Usman, 2016).

Studi yang dilakukan oleh Han et al. (2018). Purwanto (2021), Ibrahim et al. (2017) dan Obeid & Kaabachi, (2016) membuktikan bahwa religiositas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat menabung di bank syariah. Peran besar religiositas dalam memengaruhi pilihan dan perilaku seseorang dalam konteks sosial tidak dapat diabaikan. Dalam Islam, agama ini mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, mulai dari keyakinan yang diatur oleh akidah hingga praktik dan perilaku yang diatur oleh Syariah. Dengan demikian keberadaan lembaga keuangan yang mematuhi standar Syariah dapat mempengaruhi niat seorang muslim untuk menggunakan produknya (Ouafy & Chakir, 2015).

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi niat menabung di bank syariah adalah lingkungan sosial. Lingkungan sosial merupakan interaksi yang terjalin antara masyarakat dengan lingkungan, dalam lingkungan ini terdiri dari beberapa makhluk seperti manusia dan makhluk hidup lainnya. Dalam membentuk kepribadian seseorang lingkungan sosial sangat berperan penting di dalamnya. Seseorang pertama kali mengenal lingkungan sosial dimulai dari lingkungan keluarga, lingkungan ini menjadi media pertama kali seseorang untuk berinteraksi dengan manusia lain, serta memiliki pengaruh yang berkaitan dengan perilaku seseorang (Bitar, Hallit, Khansa, & Obeid, 2021).

Penelitian empiris telah memberikan bukti bahwa lingkungan sosial terhadap minat menabung yang dilakukan oleh Iryani & Kristanto, (2022) dan Maghfiroh, (2018) yang menyatakan bahwa lingkungan sosial berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah. Tetapi terdapat perbedaan dengan hasil penelitian yang dilakukan Herawati (2023) dan Raihana & Azhary (2020) yang menunjukkan bahwa variabel lingkungan sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah.

Dari uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Religiositas dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung di Lembaga Keuangan Syariah pada Karyawan PT Jiale Indonesia”.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan, yang berarti data dikumpulkan langsung dari lokasi atau populasi yang diteliti, dalam hal ini adalah karyawan PT Jiale Indonesia. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, yang menekankan pada pengumpulan dan analisis data berupa angka atau statistik untuk menguji hipotesis dan membuat generalisasi tentang populasi yang lebih luas (Abduh et al., 2022).

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu 5 bulan tepatnya pada Januari-Mei 2024. Adapun penelitian dilaksanakan di PT Jiale Indonesia yang beralamat di Jl. Pecangaan - Batealit, Kec. Pecangaan, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah.

Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini subjek penelitiannya adalah seluruh karyawan PT Jiale Indonesia yang berjumlah 3000 karyawan. Dalam penelitian ini, peneliti tidak melakukan terhadap keseluruhan populasi, namun hanya terhadap sebagian (sampel) karyawan PT Jiale Indonesia. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik random sampling. Random sampling merupakan teknik sampling yang memungkinkan semua anggota populasi berkesempatan menjadi sampel penelitian. Jumlah sampel dalam penelitian ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin. Rumus Slovin adalah sebagai berikut:

Keterangan:

N = Jumlah populasi

n = jumlah sampel

e = batas toleransi kesalahan (5%)

Dengan menggunakan rumus tersebut maka jumlah sampel yang dilakukan riset ini adalah 353 responden.

Data, Intrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian dalam penelitian ini adalah data yang berjenis data primer, yaitu data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti terhadap subjek penelitian. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner penelitian yang dikembangkan sendiri oleh peneliti. Adapun instrumen penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data dikembangkan berdasarkan kisi-kisi instrumen penelitian berikut:

Tabel 1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Item
<i>Religiositas</i> (X1) (Glock 1962)	Merupakan ucapan, tindakan, dan perilaku seseorang karena adanya keyakinan akan adanya Tuhan dan alam lain meskipun tidak tampak namun dapat dirasa oleh hati nurani	1. <i>Kepercayaan</i> 2. <i>Praktik agama</i> 3. <i>Penghayatan</i> 4. <i>Pengetahuan agama</i> 5. <i>Pengalaman</i> dan <i>Konsekuensi</i>	1 2 3 4 5
<i>Lingkungan sosial</i> (X2) (Pakaya & Posumah, 2021)	Lingkungan sosial merupakan lingkungan orang lain yang dapat berpengaruh terhadap seseorang baik secara langsung maupun tidak langsung	1. <i>Lingkungan keluarga</i> 2. <i>Lingkungan sekolah</i> 3. <i>Lingkungan masyarakat/tempat kerja</i>	1-2 3-4 5-6
Minat Menabung (Y) (Lucas & Britt, 2012)	Minat menabung merupakan suatu kecenderungan yang erat kaitannya dengan perasaan terutama perasaan senang terhadap bank syariah yang dianggapnya berharga atau sesuai dengan kebutuhan dan dapat memberikan kepuasan	1. <i>Perhatian (attention)</i> , 2. <i>Ketertarikan (interest)</i> , 3. <i>Keinginan (desire)</i> 4. <i>Keyakinan (convition)</i> .	1 2 3 4

Dalam penelitian ini pengukuran variable menggunakan Skala Likert, dimana pengukuran Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapatan, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Hadjar, 2021). Berikut ini pengukuran Skala Likert menggunakan 5 tingkat Skala Skor yaitu sebagai berikut :

- Sangat Setuju (SS) skor yang diberikan yaitu 5
- Setuju (S) skor yang diberikan yaitu 4
- Ragu-ragu (RG) skor yang diberikan yaitu 3
- Tidak Setuju (TS) skor yang diberikan yaitu 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) skor yang diberikan yaitu 1

Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Analisis ini dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 21. Proses analisis regresi linear berganda melibatkan beberapa langkah penting. *Pertama*, dilakukan uji kualitas data untuk memastikan data yang digunakan akurat dan lengkap. *Kedua* adalah uji asumsi klasik, di mana asumsi-asumsi yang mendasari analisis regresi seperti normalitas, homoskedastisitas, dan independensi residu diuji untuk memastikan model sesuai (Ghozali, 2018). *Ketiga*, dilakukan uji hipotesis untuk menguji hubungan antara variabel-variabel yang diteliti dan menentukan apakah hubungan tersebut signifikan secara statistik. Dengan langkah-langkah ini, peneliti dapat memahami hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian ini secara mendalam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden Penelitian

Sesuai dengan data penelitian yang berhasil di himpun, menunjukkan bahwa karyawan PT Jiale Indonesia yang menjadi responden penelitian dalam penelitian ini mayoritas adalah perempuan dengan jumlah 276, hanya 77 responden yang berjenis kelamin laki-laki. Profil responden penelitian selengkapnya dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Profil responden penelitian

Deskripsi responden	Karakteristik Responden	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	77	22%
	Perempuan	276	78%
	Jumlah	353	100%
Usia	Kurang dari 20 tahun	54	15%
	21 tahun sd 25 tahun	98	28%
	26 tahun sd 30 tahun	112	32%
	Lebih dari 31 tahun	89	25%
	Jumlah	353	100%
Pendidikan	SMA	178	50%
	Sarjana	156	44%
	Lainnya	19	5%
	Jumlah	353	100%

Sumber: Data penelitian (2024)

Uji validitas dan reliabilitas

Kualitas data penelitian ditentukan oleh kualitas instrumen yang digunakan (Purwanto, 2018b). Oleh karena itu, sebelum menguji hipotesis, perlu dilakukan pengujian terhadap instrumen penelitian yang digunakan untuk

mengumpulkan data. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua item pernyataan dalam penelitian memenuhi kriteria instrumen yang berkualitas, yaitu memiliki validitas dan reliabilitas yang memadai. Rincian hasil pengujian validitas dan reliabilitas dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Uji validitas dan reliabilitas

Variabel	Item Pertanyaan	Korelasi	Ket	Cronbach's Alpha	Ket
Religiositas (X1)	X1_1	0,874**	Valid	0,877	Reliable
	X1_2	0,862**	Valid		
	X1_3	0,739**	Valid		
	X1_4	0,817**	Valid		
	X1_5	0,821**	Valid		
Lingkungan Sosial (X2)	X2_1	0,849**	Valid	0,877	Reliable
	X2_2	0,873**	Valid		
	X2_3	0,855**	Valid		
	X2_4	0,769**	Valid		
	X2_5	0,816**	Valid		
	X2_6	0,528**	Valid		
Minat Menabung (Y)	Y_1	0,838**	Valid	0,848	Reliable
	Y_2	0,784**	Valid		
	Y_3	0,848**	Valid		
	Y_4	0,858**	Valid		

Sumber: Data diolah (2024)

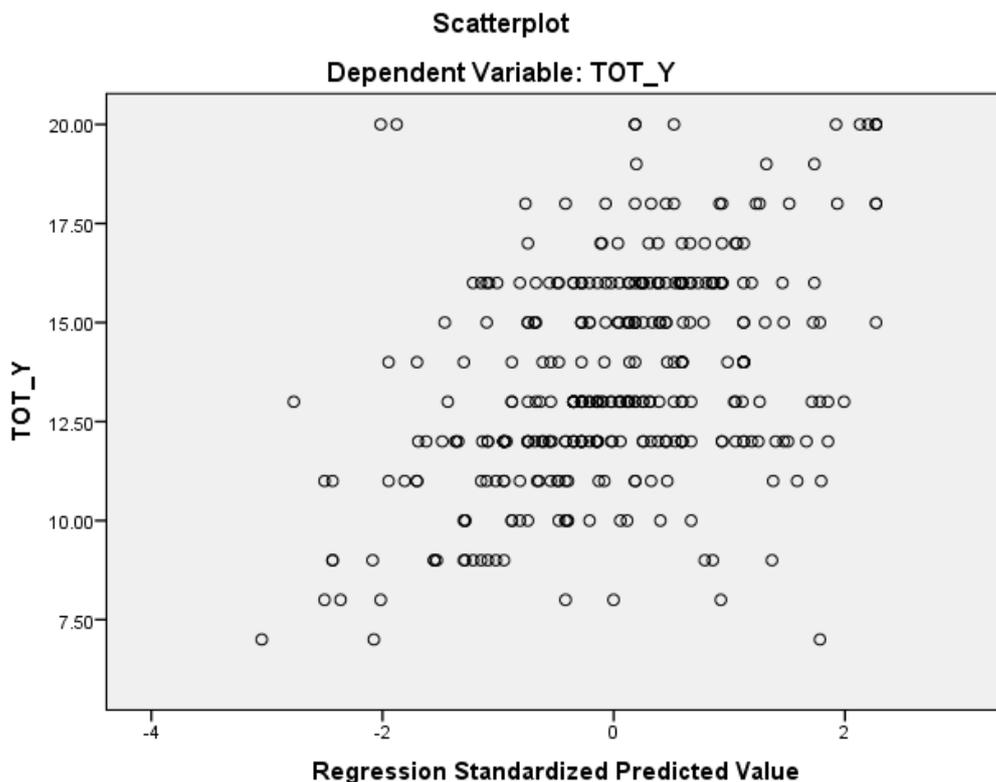
Hasil Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Uji normalitas adalah syarat penting untuk menguji signifikansi statistik dari koefisien regresi. Jika model regresi tidak berdistribusi normal, hasil regresi bisa diragukan. Hasil pengujian pada Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig lebih dari 0,05, yang berarti data berdistribusi normal. Uji berikutnya adalah uji multikolinearitas, yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam data penelitian (Rahman & Muktedir, 2021). Hasil pengujian pada Tabel 3 menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai toleransi lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas di antara variabel bebas (Purwanto, 2019). Uji terakhir adalah uji heteroskedastisitas, yang menentukan ada atau tidaknya perbedaan varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Heteroskedastisitas menguji apakah variance residual berubah dari satu periode pengamatan ke periode lainnya. Prediksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada model dapat dilihat dari pola Scatterplot, di mana data seharusnya tersebar di sekitar angka 0 tanpa pola tertentu, seperti pengelompokan di atas atau di bawah, atau pola bergelombang yang melebar dan menyempit (Vetter, 2017).

Tabel 3. Uji normalitas dan multikolinieritas

Variabel	Uji normalitas		Uji Multikolinieritas	
	Kolmogorov-Smirnov Test	Asymp. Sig	Tolerance	VIF
Variabel Religiositas (X1)	2.338	0.360	0.935	1.069
Lingkungan sosial (X2)	1.816	0.273	0.935	1.069

Sumber: Data diolah (2024)



Gambar 2. Uji heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 2 di atas terlihat bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik – titik yang menyebar ke atas dan di bawah 0, sehingga dapat di simpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Hipotesis

Analisis data menggunakan regresi linier berganda dilakukan untuk menjawab hipotesis penelitian mengenai pengaruh religiositas dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di lembaga keuangan syariah. Pengujian ini bertujuan untuk menentukan apakah terdapat pengaruh antara religiositas (X1) dan lingkungan sosial (X2) terhadap minat menabung (Y). Hasil pengujian ini dapat dilihat dari nilai t hitung dibandingkan dengan t tabel melalui uji dua sisi. Rincian hasil pengujian hipotesis disajikan pada tabel 4.

Tabel 4. Hasil uji regresi linier berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	Beta	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	6.327			7.261	0.000
Variabel Religiositas (X1)	0.082	0.036	0.112	2.249	0.025
Lingkungan sosial (X2)	0.315	0.040	0.390	7.818	0.000
<i>Adjusted R-squared</i>	0.182				

a. Dependent Variable: Minat menabung

Berdasarkan table 4, maka di peroleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 6.327 + 0.112 X_1 + 0.390 X_2 + e$$

Dari persamaan tersebut di atas dapat di jelaskan:

- Nilai constant 6.327, artinya jika variabel religiositas dan lingkungan sosial adalah 0, maka minat menabung di lembaga keuangan syariah sebesar 6.327.
- Nilai koefisien regresi religiositas (X1) 0.112 artinya jika religiositas (X1) mengalami peningkatan sebesar 1%, maka minat menabung di lembaga keuangan syariah akan mengalami peningkatan sebesar 0.112 dengan asumsi variabel lain tetap.
- Nilai koefisien regresi lingkungan sosial (X2) 0.390 artinya jika lingkungan sosial (X2) mengalami peningkatan sebesar 1%, maka minat menabung di lembaga keuangan syariah akan mengalami peningkatan sebesar 0.390 dengan asumsi variabel lain tetap.

Pembahasan

Pengaruh Religiositas terhadap Minat Menabung

Penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa terdapat pengaruh signifikan antara religiositas dengan minat menabung di bank syariah. Temuan ini dapat dijelaskan melalui pandangan bahwa religiositas, yang mencerminkan tingkat kepercayaan dan komitmen individu terhadap ajaran agama, memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan keuangan seseorang. Individu dengan tingkat religiositas yang tinggi cenderung lebih terpengaruh oleh prinsip-prinsip keuangan yang sesuai dengan ajaran agama yang diyakini. Dalam konteks Islam, bank syariah menawarkan produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah, seperti larangan riba (bunga) dan investasi dalam sektor-sektor yang halal (Ilyas, 2018). Oleh karena itu, individu yang religius lebih mungkin memiliki minat yang kuat untuk menabung di bank syariah, karena mereka merasa bahwa pilihan tersebut sejalan dengan keyakinan dan nilai-nilai agama mereka. Dengan demikian, religiositas tidak hanya mempengaruhi perilaku moral dan etika, tetapi juga secara signifikan mempengaruhi keputusan keuangan, termasuk minat untuk menabung di institusi keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip agama.

Penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Han et al. (2018). Purwanto (2021), Ibrahim et al. (2017) dan Obeid & Kaabachi, (2016) membuktikan bahwa religiositas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat menabung di bank syariah. Dengan demikian keberadaan lembaga keuangan yang mematuhi standar Syariah dapat mempengaruhi niat seorang muslim untuk menggunakan produknya (Ouafy & Chakir, 2015).

Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung

Lingkungan sosial merupakan interaksi yang terjalin antara masyarakat dengan lingkungan, dalam lingkungan ini terdiri dari beberapa makhluk seperti manusia dan makhluk hidup lainnya. Dalam membentuk kepribadian seseorang lingkungan sosial sangat berperan penting di dalamnya. Seseorang pertama kali mengenal lingkungan sosial dimulai dari lingkungan keluarga, lingkungan ini menjadi media pertama kali seseorang untuk berinteraksi dengan manusia lain, serta memiliki pengaruh yang berkaitan dengan perilaku seseorang (Bitar, 2021). Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (2020), salah satu komponen yang mempengaruhi niat melakukan sesuatu adalah *subjective norm* atau norma subyektif. Subjective norm mengacu pada persepsi individu tentang tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Dengan kata lain, ini mencerminkan keyakinan individu mengenai pandangan orang-orang penting di sekitarnya (seperti keluarga, teman, atau kolega) tentang apakah individu tersebut seharusnya melakukan perilaku tertentu (Ajzen, 2012).

Dalam konteks penelitian ini, hasil yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung di lembaga keuangan syariah dapat dijelaskan melalui komponen *subjective norm* dalam konsep TPB. Individu yang berada dalam lingkungan sosial yang mendukung menabung di lembaga keuangan syariah akan merasa bahwa orang-orang penting di sekitarnya (misalnya, anggota keluarga, teman, atau pemimpin komunitas) menganggap perilaku menabung di lembaga keuangan syariah sebagai sesuatu yang positif dan diinginkan. Hal ini akan meningkatkan niat individu untuk mengikuti perilaku tersebut. Ketika individu merasakan tekanan sosial untuk menabung di lembaga keuangan syariah, mereka cenderung menyesuaikan perilaku mereka agar sesuai dengan harapan sosial. Ini bisa berasal dari keyakinan bahwa menabung di lembaga keuangan syariah adalah norma yang diharapkan dalam kelompok sosial mereka.

Dengan demikian, teori *subjective norm* dalam TPB Ajzen (2020) membantu menjelaskan bagaimana dan mengapa lingkungan sosial dapat mempengaruhi minat seseorang untuk menabung di lembaga keuangan syariah. Peran norma subyektif menunjukkan bahwa persepsi individu tentang pandangan orang lain yang penting dalam kehidupan mereka dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk terlibat dalam perilaku tertentu, seperti menabung di lembaga keuangan syariah.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya seperti penelitian yang dilakukan oleh Iryani & Kristanto, (2022) dan Maghfiroh (2018) yang menyatakan bahwa lingkungan sosial berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah. Dengan demikian penelitian ini menolak penelitian yang dilakukan Herawati (2023) dan Raihana & Azhary (2020) yang membuktikan bahwa variabel lingkungan sosial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini mengungkapkan temuan menarik bahwa baik religiositas maupun lingkungan sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung di lembaga keuangan syariah. Lebih menarik lagi, analisis menunjukkan bahwa variabel lingkungan sosial memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan dengan religiositas. Ini menunjukkan bahwa meskipun kepercayaan agama memainkan peran penting dalam keputusan menabung, dukungan dan tekanan dari lingkungan sosial ternyata menjadi faktor yang lebih kuat dalam mendorong individu untuk memilih lembaga keuangan syariah. Temuan ini memberikan wawasan berharga tentang pentingnya mempertimbangkan pengaruh sosial dalam strategi pemasaran dan kebijakan lembaga keuangan syariah untuk meningkatkan minat menabung di kalangan masyarakat.

Saran

Penelitian ini mengungkapkan bahwa baik religiositas maupun lingkungan sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung di lembaga keuangan syariah, namun dengan Adjusted R-squared hanya sebesar 18,2%, menunjukkan masih banyak faktor lain yang belum teridentifikasi. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti faktor ekonomi, literasi keuangan, dan kepercayaan terhadap lembaga keuangan syariah. Menggunakan metode analisis yang lebih kompleks seperti *Structural Equation Modeling* (SEM) dan melakukan segmentasi responden berdasarkan demografi juga dapat memberikan wawasan lebih mendalam. Mengombinasikan metode kualitatif dan kuantitatif, serta mengeksplorasi faktor psikologis seperti persepsi risiko dan motivasi pribadi, akan membantu mengungkap faktor-faktor tambahan yang mempengaruhi minat menabung. Penelitian longitudinal juga dapat memberikan pemahaman yang lebih dinamis mengenai perubahan minat menabung dari waktu ke waktu.

Implikasi penelitian ini bagi lembaga keuangan syariah sangat signifikan, menunjukkan bahwa strategi pemasaran harus lebih memanfaatkan pengaruh sosial daripada hanya fokus pada aspek religius. Lembaga keuangan syariah dapat mengembangkan program pemasaran berbasis komunitas, melibatkan tokoh masyarakat dan pemimpin komunitas untuk mempromosikan produk

mereka. Peningkatan keterlibatan dalam kegiatan sosial dan keagamaan, serta program edukasi dan literasi keuangan yang menekankan manfaat sosial dan ekonomi menabung di lembaga keuangan syariah, juga sangat penting. Penggunaan influencer yang berpengaruh di media sosial dan komunitas, serta pengembangan produk keuangan yang menarik dan sesuai kebutuhan komunitas, dapat meningkatkan minat menabung. Selain itu, memperkuat citra sebagai lembaga yang terpercaya melalui transparansi dan kejujuran operasional akan memperkuat kepercayaan masyarakat dan meningkatkan minat menabung. Dengan strategi ini, lembaga keuangan syariah dapat lebih efektif meningkatkan minat menabung, memanfaatkan pengaruh sosial secara maksimal, dan memperluas basis nasabah.

REFERENSI

- Abduh, M., Alawiyah, T., Apriansyah, G., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Survey Design: Cross Sectional dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 31-39. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1955>
- Agarwala, R., Mishra, P., & Singh, R. (2019). Religiosity and consumer behavior: a summarizing review. *Journal of Management, Spirituality and Religion*, 16(1), 32-54. <https://doi.org/10.1080/14766086.2018.1495098>
- Ajzen, I. (2012). The Theory of Planned Behavior. In P. A. M. Van Lange, A. W. Kruglanski, & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of Theories of Social Psychology*. London: SAGE Publications Ltd.
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314-324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Bitar, Z., Hallit, S., Khansa, W., & Obeid, S. (2021). Phubbing and temperaments among young Lebanese adults: the mediating effect of self-esteem and emotional intelligence. *BMC Psychology*, 9(1), 87-98. <https://doi.org/10.1186/s40359-021-00594-7>
- Ghofur, A. (2018). *Falsafah Ekonomi Syariah*. Depok: Rajawali Press.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Glock, C. Y. (1962). On The Study of Religious Commitment. *Religious Education: The Official Journal of the Religious Education Association*, 57(4), 98-110.
- Graafland, J. (2017). Religiosity, Attitude, and the Demand for Socially Responsible Products. *Journal of Business Ethics*, 144(1), 121-138. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2796-9>
- Hadjar, I. (2021). *Pendekatan Kuantitatif dalam Penelitian Agama*. Semarang: Walisongo Press.
- Han, Z., Yeoh, E. K. K., & Wan Ahmad, W. M. B. (2018). Does Religious Obligation of Muslims In Western China Influence their Intention to Adopt Islamic Banking? *Contemporary Chinese Political Economy and Strategic Relations*, 4(3), 1207-1244. <https://doi.org/https://icaps.nsysu.edu.tw/var/file/131/1131/img/2375>

- /129599192.pdf
- Herawati, Z. R. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Penggunaan Layanan Bank Syariah (Studi pada Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Malang) [Skripsi]*. Universitas Islam Negeri Malang.
- Ibrahim, M. A., Fisol, W. N. M., & Haji-Othman, Y. (2017). Customer intention on Islamic Home Financing Products: An Application of Theory of Planned Behavior (TPB). *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 8(2), 77-86. <https://doi.org/10.5901/mjss.2017.v8n2p77>
- Ilyas, R. (2018). Analisis Sistem Pembiayaan Pada Perbankan Syariah. *Adzkiya : Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 6(1), 1-18. <https://doi.org/10.32332/adzkiya.v6i1.1167>
- Iryani, R. M., & Kristanto, R. S. (2022). Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah, Religiusitas, Lingkungan Sosial, Dan Uang Saku Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng). *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 191-202. <https://doi.org/10.35829/magisma.v10i2.228>
- Kasmir. (2014). *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Lucas, D. B., & Britt, S. . (2012). *Measuring Advertising Effectiveness*. New York: McGraw-Hill.
- Maghfiroh, S. (2018). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 7(3), 213-222.
- Obeid, H., & Kaabachi, S. (2016). Empirical investigation into customer adoption of Islamic banking services in Tunisia. *The Journal of Applied Business Research*, 32(4), 1243-1256. <https://doi.org/https://doi.org/10.19030/jabr.v32i4.9734>
- Ouafy, S. El, & Chakir, A. (2015). The Impact of Religiosity in Explanation of Moroccan Very Small Businesses Behaviour Toward Islamic Financial Products. *IOSR Journal of Business and Management*, 17(7), 2319-7668. <https://doi.org/10.9790/487X-17727176>
- Pakaya, I., & Posumah, J. H. (2021). Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Pendidikan Masyarakat Di Desa Biontong I Kecamatan Bolangitang Timur Kabupaten Bolaang Mongondow Utara. *Jurnal Administrasi Publik*, 7(104), 11-18. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/JAP/article/view/33692>
- Purwanto. (2018a). Fungsi Intermediary Bank Aceh Setelah Melakukan Konversi Menjadi Bank Umum Syariah. In *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking* (Vol. 1). <https://doi.org/https://doi.org/10.12928/ijiefb.v1i1.248>
- Purwanto. (2018b). *Teknik penyusunan instrumen uji validitas dan reliabilitas penelitian ekonomi syariah*. Magelang: StaiaPress.
- Purwanto. (2019). *Analisis Korelasi dan Regresi Linier dengan SPSS 21 (Panduan Praktis untuk Penelitian Ekonomi Syariah)*. Magelang: StaiaPress.
- Purwanto, P. (2021). Society attitudes and intentions to use products in sharia bank of Aceh : The role of religiosity and social influence. *ABAC Journal*,

41(2), 223–242.

<https://doi.org/http://www.assumptionjournal.au.edu/index.php/abacjournal/article/view/4223>

Rahman, A., & Muktadir, M. G. (2021). SPSS: An Imperative Quantitative Data Analysis Tool for Social Science Research. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 05(10), 300–302. <https://doi.org/10.47772/IJRISS.2021.51012>

Raihana, S., & Azhary, R. A. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya). *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(2), 110–123.

Usman, H. (2016). Islamic religiosity scale, and its applied on the relationship between religiosity and selection of Islamic bank. *Journal of Distribution Science*, 14(2), 23–32. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15722/jds.14.2.201602.23>

Vetter, T. R. (2017). Descriptive Statistics: Reporting the Answers to the 5 Basic Questions of Who, What, Why, When, Where, and a Sixth, So What? *Anesthesia & Analgesia*, 125(5), 1797–1802. <https://doi.org/10.1213/ANE.0000000000002471>