

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Pendapatan Terhadap Intensi Menabung di BSI Kantor Kas Tulungagung

Variabel pendapatan terletak pada hipotesa pertama menunjukkan bahwa ada pengaruh antara variabel pendapatan terhadap intensi nasabah menabung pada bank syariah studi kasus nasabah BSI Kantor Kas Tulungagung. Sesuai dengan penghitungan pada uji hepotesa menunjukkan nilai *Sig.* $0,001 \leq 0,05$ artinya variabel pendapatan berpengaruh terhadap intensi menabung. dengan perbandingan $t_{hitung} 3,861 \geq t_{tabel} 1,665$. Hal ini mengindikasikan bahwa tabungan merupakan prioritas kedua setelah konsumsi. Menabung hanya dilakukan jika kebutuhan sudah terpenuhi. Secara teori hubungan antara tabungan dengan pendapatan adalah positif. Peningkatan pendapatan akan meningkatkan kemampuan masyarakat untuk menabung. Jika tingkat pendapatan meningkat maka tingkat tabungan juga akan meningkat. Sesuai dengan penyebaran pernyataan dalam kuesioner yang telah dilaksanakan, pada variabel pendapatan para responden (Nasabah BSI Kantor Kas Tulungagung) menyatakan bahwa pendapatan dan besarnya menjadi alasan dalam menabung di bank syariah dengan mayoritas jawaban yang menyatakan setuju pada kuesioner dalam penelitian ini.

Pendapatan sebagai jumlah penghasilan yang diterima oleh para anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atau faktor-faktor produksi yang telah di sumbangkan.¹ Pendapatan yang dimaksud adalah pendapatan masyarakat yang menjadi nasabah di BSI Kantor Kas Tulungagung. Pendapatan dari gaji atas balas jasa dari hasil usaha yang diperoleh individu maupun kelompok rumah tangga dalam memenuhi kebutuhan sehari hari.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan teori yang dikemukakan oleh Adiwarmanto Karim² yang dikutip dari teori Keynes menyatakan bahwa, pendapatan dapat dirumuskan sebagai $Y = C+S$. Artinya, pendapatan dapat dihitung dengan menjumlahkan konsumsi dan tabungan. berdasarkan rumus tersebut dapat diketahui bahwa tabungan adalah bagian dari pendapatan yang tidak digunakan untuk konsumsi. Ketika pendapatan seseorang dinilai cukup untuk memenuhi kebutuhan selama periode penerimaan pendapatan kembali maka berkemampuan untuk menabung.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maisur dkk.³ yang menyatakan bahwa tingkat pendapatan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung nasabah. Dari hasil analisis di dapatkan $t_{hitung}(2,356) > t_{tabel}(1,660)$ dengan tingkat signifikansi $0,008 < 0,10$. Maisur dkk berpendapat bahwa tidak semua pendapatan yang diperoleh

¹ Reksoprayitno, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*, (Jakarta: Bina Grafika, 2004), hal. 79

² Adiwarmanto A. Karim, *Ekonomi Makro Islami*, ed. Ke-2 (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2008), hal. 59

³ Maisur dan Muhammad Arfan, "Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah di Banda Aceh, *Jurnal Magister Akuntansi Vol. 4 No. 2*, Mei 2015, hal. 3

masyarakat dibelanjakan untuk barang dan jasa, tetapi sebagian akan ditabungkan. Tingginya tingkat tabungan bergantung pada besar kecilnya pendapatan yang siap dibelanjakan. Oleh karena itu, hasrat menabung akan meningkat sesuai dengan tingkat pendapatan. Sehingga besar kecilnya tabungan secara positif dipengaruhi oleh besar kecilnya pendapatan. Menurut *mainstream* Keynesian pendapatan adalah motor penggerak tabungan. Karenanya semakin tinggi tingkat pendapatan, maka semakin tinggi jumlah tabungan. Pendapatan memberikan efek yang positif terhadap tabungan.

Namun hasil penelitian ini bertolak belakang dari penelitian yang dilakukan oleh Nurul Ilmi Zuhaifah berpengaruh negatif antara pendapatan dengan intensi menabung yang mana semakin naik nilai pendapatan maka semakin turun intensi menabung. dapat dilihat dari hasil uji t yang menunjukkan pendapatan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap intensi menabung. Dimana, diperoleh $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan signifikansi t_{tabel} yang $> 0,05$, sehingga H_0 diterima yang berarti tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara pendapatan terhadap intensi menabung di BMT Pahlawan Tulungagung.⁴

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa tidak semua pendapatan yang diperoleh masyarakat dibelanjakan untuk barang dan jasa, tetapi juga sebagian ditabungkan. Konsumsi rumah tangga dalam perekonomian terjadi karena adanya pendapatan yang diperoleh rumah tangga yang berasal dari penggunaan faktor-faktor produksi (tanah, tenaga kerja, modal dan keahlian

⁴ Nurul Ilmi Zuhaifah, *Pengaruh Pendapatan, Informasi Lembaga Keuangan Syariah dan Religiusitas Terhadap Intensi Menabung Di Baitul Mal Wattamwil Pahlawan Tulungagung*, Skripsi IAIN Tulungagung, 2017, hal. 125-126.

kewirausahaan). Pendapatan tiap masyarakat juga berbeda-beda dan pada dasarnya banyaknya tabungan tergantung pada tinggi rendahnya pendapatan. Pendapatan tidak hanya dari satu sumber pendapatan tetapi beberapa sumber usaha atau pekerjaan. Total yang diperoleh akan terbagi menjadi pendapatan kotor dan pendapatan bersih. Dari pendapatan bersih tersebut timbulnya intensi masyarakat untuk menabungkan sebagian pendapatannya di bank syariah.

B. Pengaruh Pengetahuan Informasi Produk Terhadap Intensi Menabung di BSI Kantor Kas Tulungagung

Berdasarkan hasil pengujian hipotesa kedua yang telah dilakukan pada bab 4 memperoleh hasil bahwa variabel pengetahuan informasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap intensi nasabah menabung di bank syariah. hal ini dapat dibuktikan melalui hasil uji hipotesa, dimana nilai $Sig. 0,001 \leq 0,05$. Artinya variabel pengetahuan informasi produk secara signifikan berpengaruh terhadap intensi menabung. dengan perbandingan nilai $t_{hitung} 3,657 \geq$ nilai $t_{tabel} 1,665$. Artinya ada pengaruh antara variabel pengetahuan tentang informasi produk terhadap intensi nasabah menabung pada Bank Syariah studi kasus Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Kas Tulugagung.

Pengetahuan produk dalam riset pemasaran menjadi salah satu yang penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen terhadap produk. aspek pengetahuan produk menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam mengevaluasi produk. Karena dengan memiliki pengetahuan produk,

seseorang memiliki kemampuan dalam membedakan produk mana yang baik atau buruk yang akan membentuk sikap positif atau negatif terhadap produk.⁵

Hasil pengujian hipotesis kedua ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Ani Nur Faidah dan Samsul Anam⁶, Desy fatmawati⁷, dan Zulfison dkk⁸. Desy Fatmawati menjelaskan bahwa Informasi merupakan kumpulan dari hal-hal yang di dapatkan atau diketahui dari suatu objek. Seseorang yang mempunyai informasi mengenai bank syariah berarti telah mengenal bank syariah, baik langsung maupun tidak langsung.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh J Paul Peter dan Jerry C yang membagi pengetahuan menjadi tiga jenis yaitu pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk, pengetahuan tentang manfaat produk, dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara pengetahuan terhadap intensi menabung dalam penelitian ini, mengindikasikan bahwa semakin tinggi pengetahuan responden (nasabah BSI Kantor Kas Tulungagung) terhadap produk bank syariah maka intensi masyarakat menabung di bank syariah mengalami peningkatan dan sebaliknya jika pengetahuan masyarakat tentang informasi produk rendah maka intensi masyarakat menabung di bank syariah mengalami penurunan.

⁵ Tony Wijaya, "Nilai dan Pengetahuan sebagai Prediktor Intensi Beli Makanan Organik", *Jurnal Manajemen dan Kewirasahaan*, No. 1, Vol. 16 (Maret, 2014), hal. 72

⁶ Ani Nur Faidah dan Samsul Anam, "Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Perilaku Memilih Lembaga Keuangan Syariah", *Jurnal el-Qist*, Vol. 08, No. 01, April 2018, hal. 1529

⁷ Desy Fatmawati, *Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Dan Informasi Terhadap Intensi Menabung di Bank Syariah Pada Kalangan Santri Mahasiswa PP. Wahid Hasyim di Sleman*, Skripsi Universitas Yogyakarta

⁸ Zulfison dkk, "Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi, dan Pengetahuan Terhadap Bank Syariah Pada Nasabah Bank Syariah DKI Jakarta, *Al-Masraf (Jurnal Lembaga Keuangan Perbankan)*, Vol.5, No.1, Januari-Juni 2020

Hal tersebut terbukti pada jawaban responden terkait pernyataan yang telah diajukan peneliti pada variabel pengetahuan informasi produk. Hasil menunjukkan bahwa responden yang mengetahui karakteristik, manfaat maupun nilai produk akan lebih bersikap positif dibandingkan dengan responden yang tidak mengetahui karakteristik, manfaat maupun nilai produk yang ditawarkan oleh pemasar dalam hal ini bank syariah. Hal itu karena responden yang memiliki pengetahuan karakteristik, manfaat serta nilai produk, biasanya cenderung mempercayakan pada petunjuk intrinsik dalam mempertimbangkan kualitas produk karena mereka menyadari pentingnya informasi tentang suatu produk. Adapun petunjuk intrinsik dalam hal ini dapat dari akad, akibat penggunaan produk maupun pencapaian nilai produk.

Namun penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Aris Purwanto. Dalam penelitiannya mengatakan bahwa pengetahuan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menabung. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t bahwa pada kolom *unstandardized* hasilnya -0,114 dan hasil *Sig.* 0,037 lebih kecil dari 0,05 sehingga hasilnya signifikan. Artinya pengetahuan masyarakat yang lebih tentang bank syariah belum tentu mempunyai dampak yang selalu positif bagi bank syariah, karena meskipun pengetahuan tentang bank syariah yang tinggi namun tidak didukung dengan pendapatan yang tinggi, maka masyarakat pun enggan untuk menabung di bank syariah, karena mereka akan mengutamakan kebutuhan sehari-hari mereka.⁹

Dari berbagai uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan memiliki peranan penting sebagai dasar suksesnya suatu produk. Pengetahuan

⁹ Aris Purwanto, *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Boyolali*, IAIN Salatiga, 2016, hal. 88

informasi bisa diperoleh melalui pengalaman dan pemberitaan media massa. Hubungan pengetahuan informasi dengan intensi menabung di bank syariah merupakan hubungan yang sifatnya berbanding lurus. Seseorang yang mempunyai lebih banyak informasi baik tentang bank syariah, atau seseorang yang lebih aktif mencari informasi mengenai bank syariah, biasanya mempunyai keinginan lebih tinggi untuk menabung di bank syariah dari pada yang tidak.

C. Pengaruh Pelayanan Bank Terhadap Intensi Menabung di BSI Kantor Kas Tulungagung

Berdasarkan hasil pengujian hipotesa ketiga menunjukkan bahwa ada pengaruh variabel pelayanan bank terhadap intensi nasabah menabung di Bank Syariah studi kasus BSI Kantor Kas Tulungagung. Sesuai perolehan hasil uji hipotesa nilai *Sig.* $0,001 \leq 0,05$ artinya variabel pelayanan bank berpengaruh terhadap intensi menabung. kemudian berdasarkan nilai t_{hitung} sebesar $5,984 \geq$ nilai t_{tabel} sebesar 1,665 berarti variabel pelayanan bank berpengaruh terhadap intensi menabung di bank syariah. Hal ini dapat dikatakan bahwa pelayanan bank memberikan dampak kepada masyarakat terhadap intensi nasabah untuk menabung di BSI Kantor Kas Tulungagung. Sesuai dengan penyebaran kuesioner yang telah dilaksanakan, pada variabel pelayanan bank para responden menyatakan arti pentingnya sebuah pelayanan bank yang efektif dan efisien dengan mayoritas jawaban yang menyatakan setuju pada kuesioner penelitian ini.

Pelayanan adalah aktifitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan demi tercapainya kepuasan konsumen. Kualitas layanan mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap loyalitas seseorang di dalam industri perbankan. Tingginya tingkat loyalitas seseorang maka semakin akan meningkat intensi menabung di Bank Syariah, bahkan layanan yang baik telah terbukti signifikan terhadap intensi dan loyalitas nasabah untuk menabung di Bank Syariah. Pelayanan pada Bank Syariah dapat berupa fasilitas dan pelayanan dari karyawannya. Pelayanan yang nyaman serta fasilitas yang memadai akan dapat menarik perhatian masyarakat dan membuat masyarakat nyaman dengan bank syariah. Pelayanan menjadi tolak ukur kepada masyarakat untuk memenuhi kepuasan dan loyalitas nasabahnya karena bank harus bisa memberikan yang terbaik untuk nasabahnya. Bank juga harus mampu memberikan pelayanan yang diinginkan oleh nasabah.

Penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri Jumratun dan Ichwan P. Syamsuddin¹⁰ yang menyatakan bahwa pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat Gindi menjadi nasabah bank syariah. artinya semakin bagus pelayanan yang diberikan kepada nasabah, maka akan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat Gindi menjadi nasabah pada bank syariah.

Penelitian ini searah dengan Kasmir bahwa faktor – faktor yang mempengaruhi nasabah yaitu pelayanan yang cepat dan efisien, sumber daya

¹⁰ Sri Jumratun dan Ichwan P. Syamsuddin, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Gindi Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah di Kota Bima”, *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 03, No. 2, Desember 2020

manusia yang profesional dan transparan, sikap dan perilaku karyawan yang ramah dan sopan serta adanya jaminan keamanan dana nasabah. Pelayanan yang baik merupakan pelayanan yang diberikan bersifat nyata dan merupakan tindakan yang langsung dirasakan oleh konsumen, sehingga konsumen dapat merasakan secara langsung dan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Namun penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Tiara¹¹ dengan perolehan nilai signifikansi untuk kualitas pelayanan sebesar $0,108 > 0,05$ maka keputusannya adalah bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di perbankan syariah. Hal ini dikarenakan nasabah yang menjadi sampel penelitian adalah nasabah yang bekerja di perusahaan yang sudah menjalin kerjasama dengan BRISyariah, sehingga kualitas pelayanan tidak mempengaruhi keputusan nasabah menabung. selain itu responden yang sudah lama atau baru menjadi nasabah juga tidak berpengaruh terhadap kualitas pelayanan.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan hal mendasar dalam sebuah lembaga yang bergerak dibidang jasa seperti bank syariah. pelayanan sangat berpengaruh terhadap penilaian nasabah tentang bank syariah. Pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan kepada bank syariah. Pelayanan yang dapat diberikan harus berwujud, baik penampilan karyawan maupun sarana dan prasarana bank syariah. Kehandalan dalam kinerja harus akurat dan terpercaya sehingga sesuai harapan nasabah.

¹¹ Tiara, *Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan Nasabah, Pendapat Nasabah, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah*, Skripsi IAIN Salatiga, 2017, Hal. 126

Sikap tanggap dan simpatik terhadap setiap kesulitan nasabah dengan memberikan informasi yang jelas.

D. Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Informasi Produk, dan Pelayanan Bank Terhadap Intensi Menabung di BSI Kantor Kas Tulungagung

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan pendapatan, pengetahuan informasi produk dan pelayanan bank secara simultan terhadap intensi nasabah menabung di bank syariah studi kasus nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Kas Tulungagung. Dengan hasil pengujian data nilai *sig.* $0,001 < 0,05$ sehingga dapat dinyatakan variabel pendapatan, pengetahuan informasi produk dan pelayanan bank berpengaruh terhadap intensi menabung. Kemudian melalui $f_{hitung} > f_{tabel}$ diketahui nilai $3,346 > 2,699$ artinya juga memberikan pengaruh. Dengan hasil ini maka dapat diketahui juga bahwa setidaknya terdapat banyak faktor yang dapat menimbulkan intensi menabung, khususnya dalam penelitian ini berhubungan dengan faktor pendapatan, pengetahuan informasi produk dan pelayanan bank berpengaruh sebesar 56% dan selebihnya dipengaruhi faktor lain yang tidak diuji dalam penelitian ini.

Intensi merupakan pernyataan individu tentang niatnya untuk melakukan tingkah laku. Intensi juga dapat didefinisikan sebagai maksud pamrih, keinginan, tujuan, suatu perjuangan guna mencapai satu tujuan. Menurut Fishbein menyatakan bahwa intensi berperilaku merupakan determinan terdekat dengan perilaku yang akan dilakukan oleh seseorang. Sedangkan menurut Ajzen mengatakan intensi diartikan sebagai kecenderungan tingkah

laku, yang hingga terdapat waktu dan kesempatan yang tepat akan diwujudkan dalam bentuk tindakan.

Intensi menabung di bank syariah mempunyai maksud yang mirip dengan niat membeli atau niat menggunakan jasa bank syariah, karena mengarah pada ketertarikan kepada bank syariah dengan sikap yang diekspresikan sebagai niat konsumen. Intensi menabung didefinisikan sebagai niat yang kuat dari individu untuk menyimpan uang dan menanamkan modalnya di bank yang sifatnya produktif guna memenuhi kebutuhan di masa mendatang.

Intensi menabung dapat dikatakan sebagai kesanggupan menabung. Kesanggupan merupakan kemampuan masyarakat untuk mengarahkan tabungan dalam negeri yang dipengaruhi oleh tingkat pendapatan perkapita. Dengan demikian kesanggupan menabung disebut juga sebagai tingkat tabungan potensial. Intensi menabung juga merupakan kemauan dalam diri masyarakat untuk menabung. Kemauan untuk menabung ditentukan oleh tingkat pendapatan riil masyarakat, pengetahuan yang tinggi terhadap bank dan pelayanan yang memuaskan dari lembaga bank didukung dengan adanya tingkat bunga yang tinggi, namun dalam konteks bank syariah tidak menggunakan sistem bunga melainkan bagi hasil yang telah disepakati di awal akad.

Setiap nasabah akan memilih akad yang berbeda sesuai kebutuhannya. Hal ini berpengaruh pada frekuensi pengambilan tabungan. Nasabah yang memiliki pendapatan relatif tinggi dan pengetahuan tentang bank syariah yang cukup luas maka akan menggunakan produk investasi dalam jangka waktu

tertentu. Sebaliknya berbeda dengan nasabah yang memiliki pendapatan sedang atau relatif rendah akan memilih tabungan biasa yang bersifat penyimpanan sementara berupa kartu kredit sehingga memudahkan nasabah untuk bertransaksi dan dapat digunakan sewaktu-waktu apabila dibutuhkan.

Hasil penelitian ini sependapat dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Desy Fatmawati. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pendapatan dan pengetahuan informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menabung di bank syariah pada santri mahasiswa PP. Wahid Hasyim. Informasi merupakan kumpulan dari hal-hal yang diketahui dari suatu objek. Seseorang yang mengetahui informasi mengenai bank syariah berarti telah mengenal baik bank syariah, baik secara langsung maupun tidak langsung. Salah satu sifat alamiah manusia yaitu mudah menerima sesuatu yang telah dikenal daripada yang belum dikenalnya. Setiap peningkatan informasi akan meningkatkan probabilitas intensi santri mahasiswa untuk menabung di bank syariah. maka disarankan kepada peneliti berikutnya untuk meningkatkan pengetahuan informasi mengenai bank syariah dan produk-produknya, mengingat banyak santri mahasiswa yang hanya mempunyai informasi pada kategori cukup. Di dukung oleh penelitian Sisca Damayanti yang menunjukkan hasil pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. bank syariah harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah. bila pelayanan sudah dirasa baik maka harus dipertahankan.

Dari berbagai uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa intensi menabung nasabah BSI Kantor Kas Tulungagung dipengaruhi oleh berbagai faktor, khususnya dalam hal pendapatan setiap individu berbeda-beda,

pengetahuan masyarakat Tulungagung tentang BSI ada yang cukup luas maupun yang masih rendah serta pelayanan yang sama diberikan oleh bank syariah namun penilaian setiap nasabah belum tentu sama. Sehingga banyak faktor yang dapat mempengaruhi intensi masyarakat menabung di bank syariah studi kasus Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Kas Tulungagung serta faktor lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.