



---

**PENGARUH MOTIVASI MENABUNG DAN PENGETAHUAN VARIASI PRODUK BANK SYARIAH INDONESIA TERHADAP MINAT MENABUNG MAHASISWA (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIQI)**

**Mardiana Fitri<sup>1)</sup>, Hidayani<sup>2)</sup>, Darsi Ahmadan<sup>3)</sup>**

<sup>1)2)3)</sup>**Institut Agama Islam Al-Qur'an Al-Ittifaqiah Indralaya**

**E-mail: mardianafirtisuhairi@gmail.com<sup>1)</sup>, hidayani@iaiqi.ac.id<sup>2)</sup>, darsi@iaiqi.ac.id<sup>3)</sup>**

***Abstract***

*The purpose of this study was to determine the effect and how much influence the Motivation to Save and Knowledge of Product Variations of Bank Syariah Indonesia on Student Saving Interest (Case Study of FEBI IAIQI Students). Researchers used a quantitative approach with primary data collection techniques in the form of a questionnaire distributed to 78 respondents. The data analysis technique used is multiple linear regression using the SPSS version 22 program. The results of this study indicate that there is a significant influence between the saving motivation variable (X1) on saving interest due to the results of the t test calculation, the saving motivation variable has a tcount > ttable value, namely 3.062 > 1.992 with a significance level of 0.000 < 0.005, so this means that the hypothesis test accepts H1 rejects H0. So that partially the saving motivation variable has a significant effect on saving interest. The results of multiple linear regression analysis in the F test can be seen from the adjusted R square of 0.637 which shows that saving interest is influenced by both variables, namely saving motivation and variable knowledge of 63.7%. The remaining 36.3% is influenced by other variables that have not been examined in this study.*

**Keywords:** *Customer Trust, Service Quality, Customer Satisfaction.*



---

### Abstrak

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dan seberapa besar pengaruhnya Motivasi Menabung dan Pengetahuan Variasi Produk Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Menabung Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIQI). Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data primer berupa angket yang disebarakan kepada 78 orang responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda menggunakan program SPSS versi 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel motivasi menabung ( $X_1$ ) terhadap minat menabung dikarenakan hasil perhitungan uji t, variabel motivasi menabung memiliki nilai thitung > ttabel yaitu  $3,062 > 1,992$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,005$ , maka hal ini berarti bahwa uji hipotesis menerima  $H_1$  menolak  $H_0$ . Sehingga secara parsial variabel motivasi menabung berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Dapat diketahui hasil analisis regresi linier berganda dalam Uji F dapat dilihat dari adjusted R square sebesar 0,637 yang menunjukkan bahwa minat menabung dipengaruhi oleh kedua variabel yaitu motivasi menabung dan pengetahuan variabel sebesar 63,7%. Sisanya yaitu 36,3% dipengaruhi variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** *Motivasi Menabung, Pengetahuan Variasi Produk, Minat Menabung*



## A. PENDAHULUAN

Perkembangan peran perbankan syariah di Indonesia tidak terlepas dari sistem perbankan di Indonesia pada umumnya. (Ali Hasan, 2010, p. 10) Sistem perbankan syariah diatur dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 dimana bank umum adalah bank yang melakukan kegiatan usaha konvensional atau syariah yang kegiatannya memberikan pelayanan dalam lalu lintas pembayaran. Perbankan syariah adalah lembaga keuangan yang berfungsi sebagai organisasi perantara antara yang kelebihan dana dengan yang kekurangan dana dalam menjalankan aktivitasnya harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Sistem keuangan Islam hadir untuk memberikan berbagai jasa keuangan yang dapat diterima secara religius oleh komunitas muslim. (Gozali, 2021, p. 101) Menurut Chapra, (1985) tujuan dari sistem keuangan Islam adalah sistem ini akan memberikan kontribusi secara pantas terhadap pencapaian tujuan sosio-ekonomi Islam yang utama. (Mirna Dilla, 2020, p. 11)

Bank Syariah Indonesia lahir dari merger atau penggabungan 3 bank syariah. Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yakni PT Bank BRI Syariah Tbk (BRIS), PT Bank BNI Syariah (BNIS), dan PT Bank Syariah Mandiri (BSM). Diawali dengan penandatanganan Conditional Merger Agreement atau CMA antar 3 bank pada Oktober 2020. Pembentukan Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan strategi pemerintah menjadikan Indonesia sebagai salah satu pusat keuangan syariah dunia.

Bank Syariah Indonesia resmi mengantongi izin dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Tepatnya tanggal 27 Januari 2021 perizinan pembentukan BSI keluar. Tercantum dalam surat yakni dengan nomor SR-3/PB.1/2021 tentang Pemberian Izin Penggabungan PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah ke dalam PT Bank BRI Syariah Tbk, serta Izin Perubahan Nama dengan Menggunakan Izin Usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk sebagai bank hasil penggabungan. Hasil penggabungan 3 bank, menjelma menjadi PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode saham BRIS. BRIS masuk dalam Indeks saham IDX BUMN 20 per Februari 2021.

PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Atau BSI menjadi perusahaan perbankan syariah terbesar di Indonesia berdasarkan asetnya, setelah dilakukan proses merger dari beberapa bank syariah.

---

**Mardiana Fitri, Hidayani dan Darsi Ahmadan** : Pengaruh Motivasi Menabung Dan Pengetahuan Variasi Produk Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Menabung Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Febi Iaiqi)



Umumnya, merger bank syariah yang menjadi BSI adalah merupakan anak usaha dari bank-bank besar Himbara (Himpunan Bank Milik Negara) atau bank BUMN saat itu.

Adapun ketiga bank tersebut yakni PT Bank Mandiri Syariah (BMS), PT Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS), dan PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Tbk (BRIS). Pada 1 Februari 2021, ketiga bank syariah tersebut resmi dimerger. Pascamerger, komposisi saham pun berubah menjadi Bank Mandiri Syariah sebesar 51, 2%, BNI Syariah 25%, BRI Syariah 17,4%, DPLK BRI-Saham Syariah 2%, dan masyarakat 7,07%. Satu setengah tahun pasca merger tiga bank syariah BUMN, Bank Syariah Indonesia tak kunjung berhenti mencatatkan sejarah, salah satunya karena komando yang tepat dari sang CEO, yakni Hery Gunardi. Hery Gunardi dengan cekatan menahkodai BSI menjadi salah satu bank paling besar yang paling disegani dengan pertumbuhan kinerja impresif, selain juga secara personal mampu menunjukkan performa positif dari sisi kepemimpinan di industri keuangan, dengan keunikan dinamika yang menyertainya.

Tahun lalu, pasca suksesnya gelaran merger, BSI loncat menjadi bank nomor 7 di antara seluruh bank yang ada berdasarkan total aset. Tahun ini, didukung oleh kinerja ciamik, Hery mampu menaikkan posisi BSI menjadi bank terbesar ke-6 di Indonesia dari sisi aset. Hingga akhir September tahun ini, aset BSI tercatat mencapai Rp 280 triliun, meningkat nyaris 20% kurang dari dua tahun pascamerger. Pada kuartal pertama 2021, pertam kali BSI melaporkan kinerja konsolidasi pasca merger dengan catatan aset Rp 234, 43 triliun. Bahkan, BSI sempat menjadi salah satu saham berkapitalisasi pasar di atas Rp 100 triliun, yakni pada Maret lalu. Meskipun kini kapitalisasi pasarnya di bawah Rp 100 triliun, tetapi masih dianggap sebagai saham dengan kapitalisasi besar yakni sekitar Rp 50 triliun, tepatnya sebesar Rp 53, 26 triliun. Dari sisi permodalan, Bank Syariah Indonesia juga tumbuh semakin besar menjadi senilai Rp 25, 61 triliun, teratas di antara bank syariah di Indonesia. (KOMINFO, n.d.)

Hingga akhir kurtal ketiga tahun ini, BSI membukukan laba bersih Rp 3,21 triliun, naik 42% banding periode yang sama tahun sebelumnya. Catatan pertumbuhan laba ini juga merupakan yang terbaik di antara bank syariah lainnya di kawasan Asia Tenggara. (PT. Bank Syariah Indonesia Tbk [BRIS] / IDNFinancials, n.d.)

Setelah sukses melakukan merger, BSI tidak akan berhenti sampai disitu saja.

---

**Mardiana Fitri, Hidayani dan Darsi Ahmadan** : Pengaruh Motivasi Menabung Dan Pengetahuan Variasi Produk Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Menabung Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Febi Iaiqi)



Kedepannya, BSI diperkirakan dapat tumbuh semakin besar lagi. Transformasi ini pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan kinerja bottomline perusahaan dan memberikan nilai tambah signifikan kepada pemegang saham. Dengan suksesnya Hery Gunardi membawa BSI masuk ke dalam salah satu 10 besar bank berdasarkan asetnya dan menjadi bank syariah terbesar di Indonesia, Hery Gunardi dianugrahi sebagai “Best CEO in Mergers and Acquisition” di ajang “CVBC Indonesia Awards 2022”. Berdasarkan data tersebut, dapat dikatakan bahwa minat nasabah untuk menggunakan layanan produk perbankan syariah mulai meningkat.

Minat adalah rasa suka dan rasa keterikatan terhadap sesuatu yang merupakan suatu kegiatan, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat, semakin besar minatnya. Dari tinjauan sebelumnya, banyak penelitian mengenai minat menabung di perbankan syariah dari berbagai kelompok masyarakat. (*PENGARUH KEPUASAN KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA PEGAWAI BANK SYARIAH X KANTOR WILAYAH II | Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, n.d.) Untuk menarik minat nasabah agar menggunakan variasi produk dan jasa bank syariah, maka bank syariah perlu mengamati hal-hal yang mempengaruhi motivasi menggunakan jasanya, karena nasabah merupakan pusat perhatian perusahaan.

Variasi produk ialah kumpulan berbagai semua produk dan barang yang ditawarkan dari pemasar terhadap konsumen. Dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk, perilaku konsumen dan variasi produk memiliki kaitan yang sangat erat dengan kelangsungannya penjualan suatu perusahaan. (Ulfa, 2021) Menurut Maharani Vinci keberagaman produk adalah proses dimana penyusunan dan pengolahan ragam produk dalam satu kelompok. Menurut Asep dalam Jenni Anggraeni dkk keberagaman produk atau variasi produk yaitu banyaknya opsi dari ketersediaan produk yang berjumlah besar dan bervariasi.

“Motivasi adalah suatu proses yang menghasilkan suatu intensitas, ketekunan dan arah individu dalam upaya mencapai tujuan” (Pasi, 2019). Motivasi yang membuat nasabah lebih loyal dalam menggunakan produk bank syariah. Motivasi lahir dari adanya kebutuhan manusia. Meningkatnya kebutuhan transaksi keuangan mendorong lembaga keuangan berlomba-lomba menjadi fasilitator untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (Ali Hasan, 2010, p. 109) Menurut



penelitian(Nurmalasari, 2019), motivasi adalah suatu dorongan dalam diri seseorang yang memaksanya untuk bertindak. Motivasi timbul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh pelanggan dalam melakukan tindakan untuk memenuhi kebutuhan tersebut.(Oktarina, 2022)

Menurut Donni Juni Priansa, minat adalah pemusatan perhatian dengan perasaan senang terhadap barang tersebut, minat tersebut menimbulkan keinginan untuk membentuk perasaan bahwa barang tersebut mempunyai manfaat sehingga ingin mendapatkan barang tersebut dengan cara membayar atau mengukurnya dengan uang.(Pasi, 2019, p. 189) Sedangkan menurut Kotler dan Keller, minat adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai tanggapan terhadap hal-hal yang menunjukkan keinginan individu untuk membeli. Timbulnya minat menabung merupakan bagian dari motivasi menabung dan kepribadian setiap individu.(Lukman Hakim, 2019, p. 18) Dari uraian di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti beberapa variabel yang diharapkan dapat memberikan jawaban atas permasalahan Minat Menabung Mahasiswa FEBI IAIQI pada Bank Syariah Indonesia, oleh karena itu peneliti mencoba untuk melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Motivasi Menabung dan Pengetahuan Variasi Produk Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Menabung Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIQI).

## **B. METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data kuantitatif adalah penelitian yang berbentuk angka atau data kuantitatif yang diangkakan (Skorsing). Menurut pendekatannya penelitian ini merupakan penelitian lapangan yakni pengamatan langsung ke obyek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan. Penelitian ini peneliti mendapatkan data primer dari penyebaran kuesioner kepada responden. Sedangkan dalam mengolah data menggunakan skala interval. Skala interval yaitu skala yang menggunakan untuk mengukur objek atau sikap/karakteristik tertentu yang dimiliki oleh seseorang.

## **C. PEMBAHASAN**

### **1. Motivasi Menabung**

Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh terdapat pengaruh antara variabel motivasi menabung (X1) terhadap variabel minat menabung, artinya jika semakin banyak



pengetahuan dan informasi maka semakin tinggi minat yang didapatkan untuk menabung. Hal ini didukung dengan hasil penelitian memiliki nilai thitung  $>$  tabel yaitu  $3,062 > 1,992$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,005$ , maka hal ini berarti bahwa uji hipotesis menerima  $H_1$  menolak  $H_0$ . Sehingga secara parsial variabel motivasi menabung berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIQI).

## 2. Pengetahuan Variasi Produk

Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh terdapat pengaruh antara variabel pengetahuan variasi produk ( $X_2$ ) terhadap variabel minat menabung, artinya jika semakin banyak pengetahuan dan informasi maka semakin tinggi minat yang didapatkan untuk menabung. Hal ini didukung dengan hasil penelitian memiliki nilai thitung  $>$  ttabel yaitu  $5,425 > 1,992$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,005$ , maka hal ini berarti bahwa uji hipotesis menerima  $H_1$  menolak  $H_0$ . Sehingga secara parsial variabel pengetahuan variasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIQI).

## 3. Minat Menabung

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara motivasi menabung dan pengetahuan variasi produk terhadap minat menabung mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIQI) terlihat dari nilai Fhitung  $>$  Ftabel yaitu  $65,857 > 3,12$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,005$  maka hal tersebut menunjukkan bahwa uji hipotesis menerima  $H_1 : \beta_1 \neq 0$  menolak  $H_0 : \beta_1 = 0$ , sehingga secara simultan variabel motivasi menabung dan pengetahuan variasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.

Sedangkan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada Adjusted R Square sebesar 0,548 sehingga variabel pengetahuan dan motivasi dapat menjelaskan variabel minat menabung sebesar 0,637 atau 63,7% dan sisanya 3,63% dijelaskan oleh faktor lain.

## D. KESIMPULAN

---

**Mardiana Fitri, Hidayani dan Darsi Ahmadan** : Pengaruh Motivasi Menabung Dan Pengetahuan Variasi Produk Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Menabung Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Febi Iaiqi)



---

Berdasarkan hasil pembahasan analisa data terhadap hipotesis dari permasalahan yang diangkat mengenai yang telah dijelaskan BAB IV, maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh antara motivasi menabung terhadap minat menabung mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIQI) dengan nilai thitung  $>$  ttabel yaitu  $3,062 > 1,992$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,005$  dan pada uji regresi linier berganda untuk variabel motivasi menabung sebesar  $0,329$  berarti kontribusi atau peran variabel motivasi menabung mampu menjelaskan variabel minat menabung hanya sebesar  $0,329$  dikarenakan banyak responden yang menjawab pertanyaan dengan memilih “netral”.
2. Terdapat pengaruh antara pengetahuan variasi produk terhadap minat menabung mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIQI) dengan nilai thitung  $>$  ttabel yaitu  $5,425 > 1,992$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,005$  dan pada uji regresi linier berganda untuk variabel pengetahuan sebesar  $0,540$  berarti kontribusi atau peran variabel pengetahuan mampu menjelaskan variabel minat menabung hanya sebesar  $0,540$ .
3. Terdapat pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara pengetahuan dan motivasi terhadap minat menabung mahasiswa perbankan Syariah angkatan 2016 IAIN Ponorogo di bank BRI Syariah KCP Ponorogo. Dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan Pengetahuan dan motivasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nilai Fhitung  $>$  Ftabel yaitu  $41,694 > 3,27$  dan koefisien determinasi (R Square) sebesar  $56,2\%$  sisanya yaitu  $43,8\%$  dipengaruhi variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.



---

### DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. (2010). *Marketing Bank Syariah*. Ghalia Indonesia.
- Gozali, M. (2021). *PENGARUH PENGETAHUAN DAN MOTIVASI SANTRI TERHADAP MINAT MEMILIH PRODUK PERBANKAN SYARIAH* [Diploma, Institut Agama Islam Tribakti (IAIT) Kediri]. <http://repo.iai-tribakti.ac.id/373/>
- KOMINFO, P. (n.d.). *TEKNOLOGI Masyarakat Indonesia: Malas Baca Tapi Cerewet di Medsos*. Website Resmi Kementerian Komunikasi Dan Informatika RI. Retrieved October 3, 2022, from [http://content/detail/10862/teknologi-masyarakat-indonesia-malas-baca-tapi-cerewet-di-medsos/0/sorotan\\_media](http://content/detail/10862/teknologi-masyarakat-indonesia-malas-baca-tapi-cerewet-di-medsos/0/sorotan_media)
- Lukman Hakim. (2019). *Prinsip-prinsip Lembaga Keuangan Syariah*. Erlangga.
- Mirna Dilla, 150603193. (2020). *Pengaruh Religiusitas, Motivasi dan Tingkat Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Syariah di Kota Banda Aceh* [Skripsi, UIN AR-RANIRY]. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/15140/>
- Nurmalasari, A. (2019). *Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi terhadap Minat Menabung Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2016 IAIN Ponorogo di Bank BRI Syariah KCP Ponorogo* [Diploma, IAIN Ponorogo]. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/7481/>
- Oktarina, M. (2022). *Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Studi pada Mahasiswa Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Jakarta* [BachelorThesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/66470>



- 
- Pasi, I. R. (2019). PENGARUH PENGETAHUAN DAN SIKAP TERHADAP PERILAKU MASYARAKAT PADA BANK SYARIAH. *JURNAL AL-QASD ISLAMIC ECONOMIC ALTERNATIVE*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.22303/al-qasd.1.2.2017.189-201>
- PENGARUH KEPUASAN KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA PEGAWAI BANK SYARIAH X KANTOR WILAYAH II | Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*. (n.d.). Retrieved June 2, 2023, from <https://www.e-journal.trisakti.ac.id/index.php/jasa/article/view/1396>
- PT. Bank Syariah Indonesia Tbk [BRIS] | IDNFinancials*. (n.d.). Retrieved June 2, 2023, from <https://www.idnfinancials.com/id/bris/pt-bank-syariah-indonesia-tbk>
- Ulfa, A. (2021). Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), Article 2. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2680>